



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

# I megafoni digitali dell'hate speech di genere. Responsabilità e compiti del giornalismo

**Facoltà di Scienze politiche, Sociologia e Comunicazione**  
**Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale**  
**Corso di laurea magistrale in Media, Comunicazione digitale e Giornalismo**

**Cristina Accardi**  
**Matricola 1947023**

Relatrice  
Mihaela Gavrilă

Correlatrice  
Marzia Antenore

A.A. 2022-2023



# Indice

Introduzione.....	7
1. Genere tra cultura e stereotipi: definizioni, rappresentazioni mediali e dati.....	11
1.1 Il genere tra sesso e sessualità. Visioni binarie e interpretazioni della realtà.....	16
1.2 Rappresentazioni dicotomiche e stereotipate di genere: mascolinità e femminilità tradotti in campi di potere.....	23
1.2.1 Il fallocentrismo e la sessualizzazione dei corpi femminili: il dominio maschile nelle rappresentazioni mediatiche.....	32
1.2.2 Gender gap: svalutazione di competenze e abilità femminili.....	39
2. Percorsi di cristallizzazione della cultura dell'odio. Discorsi mediali e costruzione del nemico.....	47
2.1 Hate speech e platform society: la viralità dell'odio verso le minoranze sociali.....	52
2.2 Discriminazioni di genere: rappresentazioni femminili di stampo sessista.....	64
2.2.1 L'hate speech di genere è donna: misoginia e sessismo diffusi sui social.....	66
2.3 La notiziabilità dell'odio: disinformazione, fake news e media terrorismi.....	74

3. Hate speech di genere: obiettivi, metodologia e risultati della ricerca.....	83
3.1 Obiettivi e metodologia della ricerca.....	86
3.2 Rilevanza e frequenza dei principali temi del cluster donna e tendenza dell'odio online.....	96
3.3 Il cluster donna e le principali associazioni.....	101
3.4 Analisi delle corrispondenze tra variabili hate speech e variabili articoli giornalistici.....	114
3.5 Rappresentazioni medialie e hate speech di genere: esiste una responsabilità giornalistica?.....	130
4. Hate speech e responsabilità giornalistica: effetti della comunicazione ed etica della professione.....	141
4.1 Responsabilità e doveri: le sfide della professione giornalistica online e offline.....	142
4.1.1. Diritti e doveri: cornici di responsabilità giornalistica professionale.....	144
4.1.2. Il digitale e le metamorfosi della professione .....	147
Conclusioni.....	151
Bibliografia.....	157
Sitografia.....	165

*Tutti gli esseri umani nascono liberi ed eguali in dignità e diritti. Essi sono dotati di ragione e di coscienza e devono agire gli uni verso gli altri in spirito di fratellanza.*

(Art. 1, Dichiarazione Universale, 1978)



## Introduzione

In questo elaborato si pone l'obiettivo di approfondire, tramite un percorso empirico-conoscitivo, la cultura dell'odio diffusa in Italia, con un focus specifico sull'hate speech di genere. Partendo dal presupposto che i mezzi di comunicazione siano ancora incisivi nella costruzione dell'opinione pubblica, si indagherà sulla responsabilità giornalistica nell'incitare l'odio online.

Innanzitutto, nel primo capitolo si è cercato di delineare un quadro approfondito sull'origine della cultura dell'odio. Per farlo, è stato necessario partire dal concetto di cultura, definendolo in relazione al sistema sociale.

Difatti, per comprendere l'agire sociale è necessario inquadrare l'insieme di norme, valori e significati condivisi dagli individui appartenenti a uno stesso habitat.

Inoltre, come dimostra la psicologia sociale, i processi di *in-group* e *out-group* permettono di definire codici e modelli sociali che consentano da un lato la coesione sociale; dall'altro costruiscono il nemico sulla base di stereotipi e pregiudizi consolidati nel «senso comune» (Jedlowski, 1995).

Sulla base di queste considerazioni, per capire le questioni legate al genere femminile, in primo luogo è stato essenziale delineare la tripartizione composita del Sé, ossia il genere, l'identità di genere e orientamento sessuale.

Avvalendoci di alcune teorie sul tema (Butler, 2022; Connell, 2020; De Beauvoir, 2016), appare chiaro come il dominio maschile e il sistema organizzativo-culturale di stampo patriarcale influenzano la narrazione e le rappresentazioni femminili.

Si è, infatti, messo in luce come l'egemonia maschile abbia definito nell'immaginario collettivo le donne come l'Altro sesso, circoscrivendolo in ruoli di subalternità e si è dimostrato come l'ancora vigente attribuzione degli stereotipi femminili sui modelli connessi al sesso si traduca in forme più virulente d'odio, come le discriminazioni e le

violenze: difatti, nella gerarchia dell'odio alla base della Piramide "Jo Cox" (2017) sono situati in ordine gli stereotipi, le discriminazioni, gli hate speech e gli hate crime.

Partendo dal presupposto che il linguaggio è parte stessa della cultura (Cuche, 2020), sono state ricercate le costruzioni semantiche di stampo sessista, veicolate nel panorama nazionale italiano. D'altronde, i risultati delle ricerche già esistenti (Barometro 2020; VOX, 2019 e 2022) evidenziano che la misoginia online si colloca al terzo posto tra le forme di hate speech più frequenti, dopo quelle etnico-razziali.

In conclusione, al fine di permettere un confronto tra passato e presente, sono stati anche considerati i linguaggi mediali più diffusi sia nelle narrazioni online che nei media tradizionali.

È, inoltre, emerso che il cambiamento della fruizione del flusso informativo provocato dai social network mette in crisi la salute dell'ecosistema sociale. Difatti, i meccanismi propri degli algoritmi creano – tramite *echo chambers* e *filter bubble* – spazi di voci unisonanti, che influenzano profondamente la percezione del mondo reale, a favore di quello simbolico e ideologico: questo, in combinazione con le narrazioni dei media-terrorismi, ha portato all'estremizzazione dei pensieri, facendo vacillare le democrazie.

Una volta delineato il quadro olistico di riferimento, al fine di perseguire gli obiettivi di ricerca prefissati, si è deciso di analizzare il contenuto degli articoli di giornale pubblicati online e i commenti hate ad essi riferiti. Per farlo, è stato utilizzato il *database* della Task Force - Hate Speech di Amnesty International Italia, che dal 2017 è attiva sui social network per monitorare, sensibilizzare e contrastare l'odio online. Prendendo in considerazione soltanto il cluster donna, sono stati raccolti 227 contenuti (articoli, infografiche, post, video) pubblicati da 38 testate online. Di queste, però, si sono considerate soltanto quelle ritenute più accreditate e rilevanti a livello nazionale per numero di vendite, istituzionalità, storia, riconoscibilità e autorevolezza. Pertanto, sono stati considerati esclusivamente gli articoli di ANSA, Il Corriere della Sera, La

Repubblica, Il Fatto Quotidiano, Il Giornale, Il Messaggero, La Repubblica, La Stampa e La Verità ed è stato, così, raccolto un corpus di 168 contenuti (60 articoli free access, altrettanti 60 per abbonati, 24 infografiche, 11 post, 11 video e 2 contenuti non più disponibili in rete).

Partendo dal presupposto che l'analisi del contenuto è il metodo più consolidato negli studi sui media, è stata adottata un'analisi quantitativa di primo tipo per individuare temi e parole chiave associati alla donna e, conseguenzialmente, agli hate speech di genere. Mentre, con lo scopo di comparare le narrazioni hate sui social con lo stile e le rappresentazioni mediali, sono stati interrogati i testi adoperando invece un'analisi qualitativa, tramite l'utilizzo di una scheda d'analisi del contenuto d'inchiesta creata appositamente.

Infine, sulla base dei risultati ottenuti, si è indagato il grado di responsabilità giornalistica all'interno dei testi. Quindi, percorrendo le principali teorie della comunicazione, è stato possibile dimostrare l'attualità di teorie come l'agenda setting e la coltivazione, attraverso le quali persiste la forza persuasiva dei media.

Infine, seguendo il quadro normativo e deontologico della professione giornalistica, si è riflettuto sulle responsabilità del mestiere nei confronti dell'opinione pubblica, non perdendo di vista il profondo cambiamento subito dal settore con la rivoluzione tecnologica e digitale.



## 1. Genere tra cultura e stereotipi: definizioni, rappresentazioni mediali e dati

Il filosofo tedesco Hans Georg Gadamer affermava che chi vuole riuscire a interpretare un testo, verbale o non verbale, deve sempre considerare i giudizi preliminari, nel momento in cui si approccia ad esso. In egual modo, se si vuole comprendere al meglio la realtà, bisogna addentrarsi in un atto di precomprensione, poiché per capirne il senso è necessario abbozzarne un significato complessivo.

*Chi vuol comprendere un testo deve essere pronto a lasciarsi dire qualcosa da esso. Perciò una coscienza ermeneuticamente educata deve essere preliminarmente sensibile all'alterità del testo. Tale sensibilità non presuppone né un'obiettiva neutralità, né un oblio da sé stessi, ma implica una precisa presa di coscienza delle proprie pre-supposizioni e dei propri pregiudizi (Gadamer 1997, p.316).*

Dunque, avvalendosi delle parole di Gadamer, in questo elaborato si pone l'obiettivo di affrontare in maniera più empirica e oggettiva possibile le questioni legate alle discriminazioni di genere.

L'odio e gli atteggiamenti ostili nei confronti di una certa categoria sociale, spesso fondano le loro radici su stereotipi e pregiudizi. Inoltre, va sottolineato che le strutture

e le categorie sociali sono figlie di una determinata cultura con un certo tipo di valori e credenze condivise.

Nel nostro caso, il sistema sociale di riferimento è la società moderna, che si basa su meccanismi di «differenziazione funzionale» (Luhmann, 1983, pag. 25 sgg.). Ciò vuol dire che gli individui non appartengono soltanto a un certo gruppo, ma immagazzinano in sé diverse peculiarità e caratteristiche. Per questa ragione, i soggetti hanno “fenotipi” caratteriali plurimi e dunque non possono essere categorizzati in sottosistemi definiti o predefiniti. Dunque, appare evidente come ogni attore sociale, nonostante si rifaccia a un ecosistema intrinseco di norme e valori condiviso, abbia un bagaglio culturale unico; ma per comprenderlo è necessario definire innanzitutto cosa sia la cultura.

Nella maggior parte dei casi, si definisce il concetto di cultura o in contrasto a quello di natura o in relazione a quello di società.

In primo luogo, seppur col rischio di semplificazione, occorre capire in che modo si possano definire cultura e natura.

Si può dire sinteticamente che alla natura viene attribuito tutto ciò che è biologico e innato nei soggetti e, dunque, che è spesso associata al Corpo; diversamente, la cultura è fortemente legata allo Spirito, poiché è l'essenza stessa dell'individuo: per questa ragione, essa va compresa in relazione al contesto storico-sociale di appartenenza (Montesperelli 2014, p.96 sgg.).

L'insieme di abitudini, convinzioni e conoscenze presenti all'interno di un habitat ci consente di tradurre la realtà comprendendone le forme e il patrimonio di significati. Difatti, in ogni tipo di società i codici sociali, gli stereotipi e i modelli diventano il «senso comune» all'interno di un sistema di credenze e assiomi (Jedlowski, 1995, pag. 10 sgg.).

Quindi, si può desumere che la cultura abbia sia una funzione di coesione sociale, ma anche un principio di determinazione e identificazione.

Infatti, come dimostra la psicologia sociale, i processi di *in-group* e *out-group* permettono di definire le «rappresentazioni sociali».

Nel momento in cui un individuo si relaziona agli altri tende a ricostruire il suo Sé, attraverso operazioni di associazione o dissociazione. Tuttavia, tali processi limitano la comprensione della realtà sociale, poiché semplificano l'apprendimento tramite i filtri conoscitivi. Va, inoltre, sottolineato che il pensiero singolo è frutto del pensiero sociale. Dunque, la categorizzazione tra gruppi e individui è un processo cognitivo-spontaneo e naturale, giacché per conoscere qualcosa o qualcuno occorre prima classificarlo e attribuirgli determinate caratteristiche e qualità.

Nelle interazioni tra intergruppi è evidente, però, come l'individuo presenta la predisposizione ad associare al proprio gruppo stili di vita e peculiarità generalmente valutate come positive; mentre, a causa di un «bias cognitivo», concepisce gli altri gruppi come una massa omogenea e generica, avvalendosi spesso di stereotipi e pregiudizi (Leone, Mazzara, Sarrica, 2022, pag. 176 sgg.): se ne ricava che una valutazione a-priori degli individui è antecedente al processo di socializzazione. Questa forma di giudizio, che avviene prima dell'esperienza, viene definita comunemente come pre-giudizio.

In altre parole, il pregiudizio porta ingiustamente a sfavorire un certo gruppo sociale, giacché è strettamente correlato allo stereotipo. Anche il pregiudizio, infatti, ha origine – come lo stereotipo – da un processo cognitivo errato e semplificato, poiché si costituisce attraverso immagini mentali che distorcono la realtà percepita. Lo stereotipo, però, a differenza del pregiudizio, ha una derivazione culturale e dunque può avere una valenza più marcata e contaminatrice.

In sintesi, quindi, le variabili attributive possono essere molteplici: tuttavia, appare chiaro che l'influenza di un determinato stereotipo, così come per il pre-giudizio, dipenda dal livello di condivisione sociale dello stereotipo stesso (Mazzara, 2004, pag. 9 sgg.).

Inoltre, come su detto, i meccanismi di identificazione portano a una generalizzazione eccessiva delle caratteristiche attribuite al gruppo che differisce dal proprio.

In virtù di questo, si può affermare che gli stereotipi e i pregiudizi hanno un ruolo essenziale nei processi di categorizzazione sociale, dal momento che assegnano determinate caratteristiche identitarie agli individui.

Tuttavia, questo processo, nonostante di per sé non sia negativo, spesso finisce per alimentare discriminazioni e ostilità tra i gruppi, poiché – a causa dei mutamenti psicologici e socioculturali – la svalutazione e la costruzione del nemico divengono meccanismi di difesa (Mazzara, 2004 pag. 19 sgg.).

Ma a esasperare i pensieri stereotipati e pregiudizievole sono i ruoli assunti all'interno del tessuto sociale. Nelle relazioni sociali, fin dai processi comunicativi, l'attribuzione dei ruoli è fondamentale per garantire una comunicazione efficace e un corretto scambio di significati. Nella vita sociale di ogni persona, i ruoli fungono da maschere personificate, che facilitano la conoscenza del Sé, in quanto diventano una seconda natura, parte integrante della propria personalità ed essenza (Goffman, 2021, pag. 31). Ad ogni modo, va considerato che il ruolo non è rappresentativo della nostra identità personale, ma riflette quella sociale. Di conseguenza, frequentemente incarna modelli e rappresentazioni stereotipate che non sempre sono individuabili nell'immediato.

Difatti, i gradi di consapevolezza dello stereotipo possono essere molteplici, giacché esso può celarsi nella memoria e nelle considerazioni astratte, veicolato sia da accezioni implicite, ma anche da narrazioni e linguaggi più espliciti.

Detto questo, sebbene lo stereotipo sia una parte strutturale del sistema sociale, risulta però essere – come già detto – un *bias* cognitivo, finalizzato all'economicità dell'apprendimento, insieme agli stimoli percettivi e sensazionalistici dei soggetti verso l'Altro (Arcuri, Cadinu, 1998, pag. 55 sgg.). Infatti, la codifica e l'interpretazione della realtà influenzano e frequentemente inducono a distorsioni sistematiche del giudizio nei confronti dell'altro e di noi stessi.

Per questa ragione, come detto in precedenza, durante le dinamiche di socializzazione gli individui tendono a manifestare un «favoritismo» nei confronti di soggetti più simili a loro, mentre discriminano e denigrano i soggetti estranei al gruppo.

Ne consegue che all'interno dei gruppi sociali i singoli attori abbandonano gradualmente i loro pensieri per condividere la "visione del branco", in cui tutto è modellato in base a ciò che è desiderabile e condivisibile socialmente.

In aggiunta, nella società moderna frequentemente gli individui smussano le proprie caratteristiche per essere in linea con aspettative e rappresentazioni attribuite loro da soggetti terzi, nonostante non rispecchino la propria identità.

Tale meccanismo di omologazione è maggiormente vissuto in fase adolescenziale, poiché l'accettazione sociale diventa prerogativa del benessere personale; quando si è bambini, invece, la propria coscienza e auto-rappresentazione sono condizionate da azioni emulative e associative nei confronti della figura di riferimento.

In conclusione, si può affermare che gli stereotipi sono strutture del sistema sociale e i modelli che essi costruiscono, sebbene semplifichino in maniera erronea la complessità dell'individuo, sono accettati senza contraddittorio in quanto concepiti come veri, consoni, reali e possibili.

## 1.1 Il genere tra sesso e sessualità. Visioni binarie e interpretazioni della realtà

Come su detto, i modelli sociali finora menzionati sono frutto della cultura di una determinata società. Il genere, essendo parte dell'identità dell'individuo, è anch'esso soggetto ai meccanismi stereotipati che il sistema sancisce.

Nella società moderna la cultura tramandata e diffusa dalla tradizione è di stampo egemonico maschile ed è stata definita, in alcuni studi antropologici, come "patriarcale"<sup>1</sup> (Connell, 2020).

Nel sistema patriarcale le donne si trovano in una posizione di inferiorità e subalternità rispetto al maschile. Ciò è visibile sia nei significati e nelle rappresentazioni attribuite loro, che nell'importanza e iconicità delle mansioni da loro assunte nel contesto sociale. Sarebbe lecito pensare che il mondo occidentale, in quanto primo promotore dei diritti e delle uguaglianze tra gli individui e patria dei primi movimenti femministi, sia ormai immune dai *bias* cognitivi liberticidi per le donne. Invece, dai gender studies emerge che i percorsi da intraprendere per il superamento di alcune criticità sono ancora lunghi e tortuosi, poiché i modelli pregiudizievole e stereotipati si tramandano e diffondono a macchia d'olio attraverso le relazioni sociali. Per anni un grande limite

---

<sup>1</sup> In principio questo termine venne utilizzato da Robert Filmer nel 1653 nel suo libro il *Patriarca*, in cui ribadiva il diritto divido dei re di possedere il titolo ereditario, in quanto eredi di Adamo (il primo uomo, secondo la cultura di stampo religioso cristiano). Medesimo significato viene poi utilizzato anche nelle istituzioni familiari non nobiliari, dove il potere veniva dato al padre che aveva il dovere e il diritto di prendersi cura della famiglia e di istituire la morale e l'etica da far rispettare, la cosiddetta legge familiare. Dopo diversi secoli e anni, mutando le situazioni socio-familiari, il termine patriarcale, seppure ancora impregnato dei suoi vecchi significati, ad oggi esce dal solo riferimento domestico. Infatti, nell'uso comune e collettivo, il termine patriarcale viene utilizzato per indicare il suprematismo e il privilegio maschile su cui si erge l'intera società contemporanea, che vede le donne oppresse e subordinate all'altro genere.

Encyclopedia.com, *Patriarchy and Paternalism*, Encyclopedias almanacs transcripts and maps, History, disponibile al link: <<https://www.encyclopedia.com/history/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/patriarchy-and-paternalism>>

della società moderna è stato quello di aver considerato il genere soltanto in un approccio dualista, dal momento che è stato erroneamente associato al sesso biologico. Per questa ragione, in primo luogo è necessario esplicitare cosa sia il genere.

Nel nostro contesto di riferimento, nella teoria delle scienze sociali, i modelli diffusi tramite le relazioni sociali sono chiamati e considerati strutture. A quelle comunemente consolidate, come la cultura, la tradizione e le norme, va aggiunto anche il genere (Connell, 2020).

Tuttavia, data la complessità del concetto, per capirne meglio il significato è bene analizzare, innanzitutto, l'etimologia della parola.

Come viene riportato dalla Treccani, la parola genere deriva dal latino *genus* che significa "generare". Nel 1960 viene utilizzata per la prima volta, dai medici statunitensi R. Stoller e J. Money del Johns Hopkins Hospital di Baltimora, «per distinguere l'orientamento psicosessuale (gender) di una persona dal suo sesso anatomico»<sup>2</sup>. L'identità di genere viene quindi reinterpretata come espressione del Sé, la quale può differire dalla propria natura biologica, pur mantenendo una forte relazione con il proprio corpo (Connell, 2020, p.46 sgg.). Di conseguenza, il genere non può seguire e riflettere i medesimi costrutti dicotomici dell'anatomia umana, poiché la realtà trascende i dualismi.

La psicoanalisi, in diversi studi di cui fu pioniere Freud, ha dimostrato che i concetti di maschilità, femminilità e anche la stessa sessualità non esistono a-priori nella mente dell'essere umano, dunque, non appartengono agli individui sin dalla nascita.

Certamente anche i bambini e le bambine nel primo approccio alla realtà si avvalgono delle divisioni di *in-group* e *out-group* basate sul sesso biologico, ma non hanno in sé alcuna aspettativa sulle caratteristiche che l'altro vi attribuisce, giacché lo strutturalismo associativo è proprio dell'età adulta.

---

<sup>2</sup> *Genere*, Treccani, disponibile al link: <<https://www.treccani.it/enciclopedia/genere>>

Per molto tempo si è ritenuto che le caratteristiche femminili e maschili fossero fisse e immutabili, ma si è ormai evidenziato che i modelli di genere (o prospettive di genere) sono la sintesi delle differenze sociali dei due sessi biologici, designate all'interno di ruoli predefiniti (Ruspini, 2014, pag. 14 sgg.).

I gender studies hanno dimostrato che anche gli individui appartenenti allo stesso sesso hanno caratteristiche comportamentali che differiscono l'uno dall'altro. Difatti, l'identità personale è plasmata tramite molteplici fattori esogeni ed endogeni, che vanno dall'educazione familiare e scolastica ai modelli ispiratori (plastici o figurativi), fino al proprio status e cerchia sociale.

In altre parole, è ormai fattuale che il genere e il sesso abbiano una relazione di dipendenza: tuttavia, bisogna considerare che il primo è una rappresentazione sociale, culturale e anche psichica; mentre il secondo è legato alla sfera riproduttiva. Quest'ultimo aspetto è stato determinante nella costruzione dei modelli maschili e femminili.

Il sesso biologico è stato correlato a modalità culturali e di costume che nel tempo hanno subito variazioni, ragion per cui ad oggi è vincolato a rappresentazioni antiquate. Si è pertanto compreso che è riduttivo e fallace ridurre l'identità degli individui al solo processo biologico-riproduttivo, giacché anche processo di filiazione, che potrebbe essere considerato "naturale" o scontato, in realtà non rispecchia una società evuzionistica.

Data l'importanza della riproduzione in questo contesto, per meglio comprendere il ruolo predominante del sesso biologico nell'attribuzione dell'identità di genere, è utile riflettere sulle nascite.

Sin dai primi momenti di vita, in base agli organi genitali, all'essere umano viene assegnato un genere: donna se possiede l'organo femminile, uomo se possiede un organo maschile. Tale distinzione binaria non è del tutto errata, dato che i due apparati sono differenti sia nella funzione che nell'utilizzo. Tuttavia, se si considera il genere

come l'insieme di comportamenti, desideri, rappresentazioni e modelli, il riconoscimento e l'assegnazione, sin dalla nascita, di un genere binario risulta limitante per il pieno sviluppo dell'Essere dell'individuo. La costruzione della propria identità è un processo dinamico, plasmato continuamente da socializzazione e inculturazione: dunque, è perciò soggetta a rimodellamenti e metamorfosi nell'arco della vita dell'individuo.

Quindi, portare un'etichetta fin dalla fase neonatale può essere considerata una violazione della propria libertà di essere. Difatti, nel momento in cui un individuo è presentato alla società come uomo o donna, risulta soggetto ad aspettative, definizioni e rappresentazioni.

Si può, dunque, considerare l'atto di associare il sesso al genere una semplificazione, poiché la ricerca empirica e psico-sociale ha dimostrato che il genere si acquisisce e si sceglie anche in base al contesto socio-culturale, all'educazione familiare, all'identità individuale e alle pulsioni e tendenze sessuali, che di norma prescindono dalle due componenti (Ruspini, 2014, pag. 18 sgg.).

Distaccandosi dall'approccio unicamente anatomico, la sessualità umana può essere considerata nella sua molteplicità ed essere svincolata da una concezione erroneamente binaria. La polarizzazione sessuale è stata artefice delle narrazioni tossiche dei sistemi sociali, poiché esse si sono avvalse di una lente esclusivamente eterosessuale, oscurando pluralità, complessità e fluidità, prerogative della sessualità umana. Inoltre, l'eliminazione delle diversità ha portato a istituzionalizzare e sancire come normali e naturali esclusivamente i rapporti tra uomini e donne.

L'orientamento sessuale, insieme a sesso e genere, fa parte dei tre criteri che costituiscono l'identità dei soggetti. Rispetto agli altri due, però, esso coinvolge principalmente la sfera emotiva e affettiva e le attitudini erotiche. Se ne deduce che esso non coinvolge direttamente lo spettro del Sé, ma traduce il rapporto con l'Altro (Bernini, 2017, pag. 52 sgg.).

Contrariamente a desiderio e piacere sessuale, i quali sono reazioni fisico-chimiche e quindi incontrollabili e istintivi, le rappresentazioni di genere sono di fatto parte di quello che bourdieunamente viene definito capitale culturale e sociale (Bourdieu, 2001). Ciò significa che i rapporti, le distinzioni sociali e gli stili di vita sono influenzati anche dal genere.

Dunque, come, ad esempio, il gusto, anche il genere deve essere considerato all'interno della scala di valori e simboli sociali, poiché ne è influenzato: va inteso nella sua entità plurima, da cui si generano identità molteplici.

Utilizzando una metafora mendeliana, si può dire che il sesso e le identità di genere, come anche la sessualità, hanno un assortimento indipendente. Ciò vuol dire che non esistono combinazioni fisse, ma possono crearsene di nuove, emancipandosi dai binari predefiniti. Quando ciò avviene, relativamente alla sfera sessuale si parla di omosessualità, bisessualità o pansessualità; in riferimento all'identità di genere e sesso, invece, di disforia di genere: poiché entrambi i casi sono decostruzioni e scardinamenti dei concetti di "normalità" e "natura", le criticità riscontrate per la sfera sessuale sono legate all'accettazione sociale. In particolare, la disforia è una frattura tra corpo e identità, che ha una valenza a livello culturale, ma che raggiunge un'intensità e importanza maggiore nella psico-fisicità dell'individuo, in quanto crea serie dissonanze e conflitti interiori. Nel caso in cui una persona nasca con un determinato sesso biologico, ma si identifichi nel suo opposto, viene utilizzata la definizione di trans-gender. L'incongruenza di genere intacca la psiche umana, poiché l'individuo vive in una costante disarmonia con il proprio Io e il proprio corpo: questa condizione diventa una gabbia dalla quale si può uscire solo tramite un supporto medico<sup>3</sup>.

In conclusione, delineato il campo conoscitivo, si evince la distanza le teorie struttural-funzionaliste e costruttiviste dello studio dei sistemi sociali. Infatti, smantellati

---

<sup>3</sup> Istituto di Sessuologia Clinica, *Disforia di Genere. Chiariamoci le idee*, disponibile al link: <<https://sessuologiaclinicaroma.it/disforia-di-genere-chiariamoci-le-idee/>>

stereotipi, pregiudizi e tabù, si è giunti alla sovversione dell'identità, ossia alla decostruzione della visione dicotomica del genere (Butler, 2022).

Tuttavia, una critica mossa agli stessi *gender studies* è la loro visione limitata al campo di studi della divisione binaria. A tale approccio, però, viene affiancato una nuova chiave di lettura postmoderna, che molti attribuiscono a origini foucaultiane<sup>4</sup>: la *queer theory*. Superando quelle istanze mentali secondo le quali il genere sarebbe binario e che l'identità di genere e sessuale sarebbero categorizzabili, questa teoria si fonda sulla rottura di restrizioni e confini (Connell, 2020, pag. 85 sgg.).

La scelta del termine *queer*<sup>5</sup> ha una forte valenza iconica, in quanto negli ultimi anni ha conquistato una rappresentazione simbolica in chiave positiva. Infatti, in passato il termine è stato utilizzato per discriminare la comunità LGBTQIA+<sup>6</sup>, ma negli ultimi anni, grazie alla nascita di nuovi movimenti, si è convertita in strumento e simbolo di lotta contro l'imposizione dell'ideologie eterosessuali e cisgender obbligatorie<sup>7</sup>.

In sintesi, si può affermare che un approccio rivoluzionario negli studi empirici sul genere ha permesso di ampliarne ulteriormente lo spettro conoscitivo.

---

<sup>4</sup> Secondo quanto riportato da Bernini, Michel Foucault nel momento in cui iniziò ad addentrarsi nello studio della sessualità umana arrivò a concepire la decostruzione dei concetti di "normalità" e di "identità". Questo lo portò, dunque, a rinunciare a convinzioni e credenze fino ad allora consolidate e ad aprire la mente verso molteplici sfumature dell'indole umana, finendo per accettare così la trasversalità e rifiutare totalmente l'univoca concezione dei due opposti (uomo e donna). (Bernini, 2007, pag. 126).

<sup>5</sup> Deriva dal tedesco *quer* che significa "trasversale" o "diagonale", ma nel XIX secolo diventa una parola di uso comune rivolta a persone gay per definirle "strane" o "bizzarre".

Treccani, *Queer*, disponibile al link: <[https://www.treccani.it/enciclopedia/queer\\_res-c2518ccb-dd82-11e6-add6-00271042e8d9\\_%28Enciclopedia-Italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/queer_res-c2518ccb-dd82-11e6-add6-00271042e8d9_%28Enciclopedia-Italiana%29/)>

<sup>6</sup> Acronimo per indicare le persone appartenenti alla comunità che racchiude tutte le minoranze sessuali e di genere di cui fanno parte lesbiche, gay, bisessuali, transessuali, queer, intersex, asessuati e tutti gli altri come gender fluid o pansessuali.

<sup>7</sup> Il termine obbligatorie viene utilizzato più volte da Butler, nel suo testo *Questioni di genere. Il Femminismo e la sovversione dell'identità* (2020), riferito esclusivamente all'ideologia eterosessuale, in quanto la considera una costrizione del sistema sociale che impone un'identità degli individui, collettivamente accettata, senza consentirgli di poter essere.

Ma la resistenza nell' accettare l' identità<sup>8</sup> come qualcosa di discontinuo, mutevole e non categorizzabile risiede spesso nell' indole dell' essere umano, poiché esso ricerca ossessivamente coerenza e continuità, in quanto garanzie di stabilità e certezza. Oltretutto, definire sé stessi e motivare la propria esistenza è la costante che alimenta la curiosità umana.

Difatti, per anni sono stati considerati «generi intellegibili» soltanto quelli istituzionalmente costituiti con il sesso biologico, in quanto appartenenti alla «matrice di norme di genere coerenti» con quella culturale (Butler, 2020, pag.26 sgg.).

Per queste ragioni, scardinare e decostruire l' identità personale rimane l' unica strada da percorrere, in quanto essa si costruisce per mezzo di genere, sesso e sessualità.

In conclusione, si può assumere che al di fuori della cultura non esistono entità di gruppo o ruoli predefiniti, ma ogni individuo ha il proprio stile di vita e la propria personalità ed essenza.

---

<sup>8</sup> Intesa nella totale complessità del Sé, dunque, sia di genere che sessuale.

## 1.2 Rappresentazioni dicotomiche e stereotipate di genere: mascolinità e femminilità tradotti in campi di potere

Dopo aver definito i meccanismi stereotipati e compreso il genere, si possono designare, in un quadro gnoseologico, i concetti di femminilità e di mascolità.

Gli esseri umani, come gli animali, sono esseri dimorfi, ossia si dividono in due tipologie. Tuttavia, prescindendo dalla questione biologica, non esistono, tra uomini e donne, differenze notevoli dimostrate scientificamente. Anzi, come già visto in precedenza, ciò che costituisce la diversità tra gli individui è l'identità personale, che è composta e modellata da una moltitudine di fattori come sesso, genere e desiderio<sup>9</sup>.

Ciononostante, come è emerso dalla teorizzazione sociale del genere, la divisione dei ruoli sociali tra i due sessi biologici è determinata da forme di potere conformi a regole e norme culturali già accettate all'interno del sistema sociale (Connell, 2020, pag. 75 sgg.). Da ciò deriva una società sesso-centrica, in cui il possesso di un certo tipo di attributo e di ruoli sessuali maschili e femminili domina le strutture, contamina i pensieri intellettuali e le rappresentazioni creative.

In questo panorama, le rappresentazioni di genere dipendono molto dalla fisicità degli individui. Il corpo è così tramutato in un mero strumento passivo, che assume una serie di significati che lo rendono oggetto di narrazioni (Butler, 2020). Ciò comporta la creazione di codici di genere, tramite i quali viene interpretata la realtà condivisa.

---

<sup>9</sup> Il termine desiderio viene utilizzato spesso da Judith Butler nel suo libro *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, in origine titolato con *Gender Trouble*, quando si riferisce alla sessualità umana. In questa scelta si potrebbe trovare una spiegazione duplice. Infatti, da un lato, seppur essa è legata al corpo e alle pulsioni degli individui, essa scinde dagli organi sessuali e riproduttivi. Dall'altro aprendo le porte all'immaginazione e, appunto, ai desideri umani, Butler non solo la distacca e distingue dal sesso, ma fa anche comprendere come la sessualità sia qualcosa di fluido e mutevole e non di statico come possono essere gli attributi sessuali che possediamo dalla nascita.

Dunque, appare chiaro che i comportamenti socialmente categorizzati in femminili o maschili sono riduttivi e carichi di stereotipi, ragion per cui deviano le rappresentazioni e i linguaggi comuni.

Dagli Sessanta in poi, i *gender studies* hanno dimostrato come gli individui vengano socialmente classificati mediante modelli connessi al sesso.

**Tab. 1.1 – Stereotipi di genere su modelli di sesso negli anni 60'**

<i>Stereotipi di modelli femminili</i>	<i>Stereotipi di modelli maschili</i>
<i>Hanno modi cari e garbati: si pongono in maniera gentile e disponibile</i>	<i>Sono aggressivi e non hanno sensi di colpa</i>
<i>Sono delicate e appaiono fragili</i>	<i>Non sono emotivi o sentimentali e se lo sono nascondono le loro emozioni</i>
<i>Hanno bisogno di sentirsi al sicuro</i>	<i>Sono obiettivi e pragmatici</i>
<i>Parlano tanto e non usano mai parole sgarbate o parolacce</i>	<i>Sono autorevoli e indipendenti</i>
<i>Amano l'arte e la letteratura</i>	<i>Non si preoccupano della loro immagine e si dedicano ai piaceri della vita</i>
<i>Sono molto religiose</i>	<i>Sono molto sicuri e ambiziosi e sanno essere dei buoni leader</i>
<i>Sono attente ai sentimenti altrui ed esprimono con facilità i propri</i>	<i>Pensano di essere superiori delle donne</i>
	<i>Parlano senza pudore di sesso con gli altri uomini</i>
	<i>Non sono influenzabili facilmente</i>
	<i>Sanno gestire bene i momenti di crisi, infatti, sono adatti agli affari</i>
	<i>Amano le materie scientifiche</i>
	<i>Sono competitivi, sportivi, avventurosi e logici</i>

Fonte: nostra rielaborazione su modelli stereotipati connessi al sesso di Inge K. Broverman (1972)

**Tab. 1.2 – Stereotipi di genere su modelli di sesso negli anni 90'**

<i>Stereotipi di modelli femminili</i>	<i>Stereotipi di modelli maschili</i>
<i>Non sono aggressive, ma sono sempre tranquille</i>	<i>Sono realisti e pragmatici, infatti sanno analizzare bene le circostanze</i>
<i>Sono sempre riconoscenti</i>	<i>Hanno una personalità molto forte e difficilmente si possono influenzare</i>
<i>Non si percepiscono come dei leader</i>	<i>Sono dotati di buone capacità logiche e hanno una predisposizione per le scienze</i>
<i>Sono molto sensibili, affettuose e cordiali</i>	<i>Non sono mai inquieti e non sono per nulla vulnerabili</i>
<i>Sono comprensive, rispettose dei bisogni altrui e disponibili nel consolare gli altri e aiutare gli altri</i>	<i>Non si preoccupano e non hanno paura</i>
<i>Non usano un gergo offensivo</i>	<i>Fanno valere sempre le proprie opinioni che difendono.</i>
<i>Non si sentono mai invadenti</i>	<i>Sanno imporsi ed affermarsi</i>
<i>Hanno una coscienza molto marcata</i>	<i>Separano i sentimenti dal pensiero</i>
<i>Sono capaci a adattarsi facilmente</i>	<i>Non sono affatto ingenui</i>
<i>Spesso a una funzione di mediatrici nei diversi</i>	<i>Hanno attitudine al comando e amano rischiare</i>
	<i>Non sono per nulla dipendenti</i>
	<i>Sono discreti e sistematici</i>
	<i>Si difendono se sotto pressione</i>

Fonte: nostra rielaborazione su modelli stereotipati di sesso di Petra Born (1992)

Come si può evincere, seppure le due tabelle presentino un gap temporale trentennale, nel pensiero comune l'uomo è ugualmente rappresentato come forte e possente, in quanto non viene mai condizionato dalle emozioni, ma resta sempre ragionevole e padrone di sé. Inoltre, gli uomini incarnano un modello di indipendenza e di forza, ragion per cui fisico e comportamento devono rispecchiare la virilità mascolina.

Difatti, le caratteristiche fisiche maschili tendenzialmente sono rappresentate da corpi più robusti e possenti. Questo nell'immaginario comune ha determinato l'attribuzione di capacità, desideri e inclinazioni sia all'uno che all'altro sesso.

Nella visione *gender mainstream*<sup>10</sup> gli uomini vengono comunemente associati a una fisicità possente e possono quindi svolgere i mestieri pensati. La medesima caratteristica viene loro attribuita nella sfera privata, dove si occupano di mansioni manuali, relative alla manutenzione idraulica, elettricità e edilizia domestiche. Tra tra le loro predisposizioni compare inoltre lo studio di materie scientifiche e matematiche. Ciò significa che i modelli stereotipati non solo circoscrivono i ruoli sociali, ma anche gli interessi e i piaceri personali. Oltretutto, insieme agli stili di vita, vengono assegnate a-priori determinate caratteristiche fisiche e mentali che condizionano la vita degli individui.

Un esempio è il concetto di virilità, che etimologicamente «designa l'età biologica dell'uomo il cui sviluppo fisico e psichico è completamente ultimato»<sup>11</sup>. Le rappresentazioni ad essa associate hanno caratteristiche specifiche. Infatti, soltanto nella forma più estesa del significato si fa riferimento alla forza, al coraggio e alla sicurezza di sé. Tali caratteristiche sembrano anche giustificare la tendenza all'aggressività e alla brutalità.

Tra gli altri aspetti dell'Io, i maschi, oltre ad essere temerari, hanno capacità organizzative e sono previdenti. Inoltre, essendo esenti dalle emozioni e quindi dalla debolezza impropriamente associata all'emotività, risultano poco influenzabili e molto razionali. Grazie, poi, alla loro attitudine alla *leadership*, riescono ad assumere rilevanti ruoli di responsabilità.

---

<sup>10</sup> Con questo termine si vuole sintetizzare con due parole di slang inglese tutto lo spettro sociale derivante dal dominio maschile su tutti gli altri generi. Differisce, infatti, dal concetto di *gender mainstreaming* che invece viene usato per indicare politiche e piani d'azione che hanno il fine di ridurre le disuguaglianze di genere tra uomini e donne.

<sup>11</sup> Come riportato da Treccani il termine deriva dal latino *virilitas-atris*, che a sua volta ha origine dalla parola *vir* che significa uomo.

Treccani, *Virilità*, disponibile al link: <<https://www.treccani.it/vocabolario/virilita/>>

Infine, nelle strutture sovra-interpretative, l'uomo possiede una sessualità libera: infatti, essendo indipendente e incurante della propria immagine sociale, gli è consentito concedersi ai vizi.

In totale contrapposizione a questo modello, ma fortemente dipendente da esso, è il modello femminile. Ogni qualità o aspetto personale del sesso femminile è legato al prendersi cura dell'Altro o all' avere un atteggiamento gentile e garbato. Inoltre, gli sono unicamente attribuiti, come interessi, le arti e la letteratura.

A causa della loro fisicità, le donne vengono percepite come figure insicure. Infatti, non hanno ambizioni, né la capacità di ricoprire il ruolo del leader. In aggiunta, sono caratterizzate come le uniche a prodigarsi per gli altri – in maniera comprensiva, affettuosa e garbata – nonché come le sole a provare riconoscenza. In relazione a questi tratti, alla donna viene anche attribuita una particolare inclinazione alla religiosità: in effetti, in quanto soggetto accondiscende e dipendente, la devozione religiosa può far acquisire sicurezza e insegnare la parsimonia<sup>12</sup>.

Dall'analisi di questi dati, appare chiaro come alcune caratteristiche stereotipate persistano ancora nella nostra società. Tali stereotipi, però, risultano fuorvianti per chi non si riconosce nella binarietà rappresentativa, poiché inevitabilmente considerato fuori contesto.

Difatti, il dualismo è così insito nelle rappresentazioni, che le due figure hanno caratteristiche complementari l'una all'altra. Un esempio sono le regole d *bon ton*<sup>13</sup>: anche in questo caso l'uomo è una figura dominante, dal quale ci si aspetta protezione e accortezza nei confronti del genere femminile. Questa descrizione è applicabile anche

---

<sup>12</sup> Intesa nel senso figurativo del termine, dunque, pacatezza e moderazione.

<sup>13</sup> Comunemente conosciuto come galateo, che sta ad indicare le regole del buon costume. La sua origine è da indirizzarsi al libro *Galateo ovvero de' costumi*, un testo che fu scritto dal monsignor Giovanni della Casa nel 1558, il cui nome però deriva da Galeazzo Florimonte, vescovo della diocesi di Sessa Aurunca, che ispirò della Casa (Treccani) disponibile al link: <<https://www.treccani.it/vocabolario/galateo/>> Probabilmente riflettendo sulle varie regole di vestiario, modi convenzionali, usanze, e norme sociali istituite da Galateo, potremmo trovare una spiegazione logica nei motivi che vedono determinate attribuzione di ruoli e mansioni sociali all'uomo e alla donna dalle sue origini di stampo religioso.

a situazioni poco rilevanti: dall'assicurarsi che la donna cammini sulla parte interna della strada, mentre l'uomo avanza lungo il lato più esposto; alla necessità, ancora per l'uomo, di entrare per primo in un luogo pubblico o privato, tenendo aperta la porta, per permettere alla donna di entrare. Inoltre, durante i pasti, se sono presenti entrambi i sessi, si tende ad avere di fronte a sé un proprio "simile", in modo da garantire una conversazione tranquilla. Sebbene queste usanze abbiano origini cavalleresche, sono ancora attuate e rispettate in certi contesti. Questo conferma che, nonostante sia riconosciuta l'emancipazione delle donne, ancor'oggi entrambi i generi sono vincolati a codici sociali.

Una delle grandi criticità della società contemporanea è la resilienza, a livello culturale e sociale, del dominio maschile. Tale preminenza è visibile sin dall'attribuzione delle «classi sessuali»<sup>14</sup>. Infatti, fin dalla nascita, gli individui sono sottoposti a un'educazione differente a seconda del sesso. Oltretutto, durante la loro crescita sono soggetti a esperienze differenti, che contribuiranno a plasmare gli individui affinché incarnino i modelli già menzionati (Goffman, 2009, pag. 22 sgg.).

Ne consegue che l'omologazione elimina l'individualità, poiché ogni etichetta assegna a-priori caratteristiche specifiche, ma anche simboli e immagini.

Difatti, il simbolismo e le rappresentazioni di genere sono anch'essi la traduzione della categorizzazione sessuale, che viene veicolata tramite l'educazione familiare e scolastica.

Il processo di acquisizione del proprio genere avviene fin dalla nascita e la necessità di imparare a essere donna o uomo viene imposta in primo luogo dai genitori. Infatti,

---

<sup>14</sup> Goffman nel suo libro *I rapporti tra i sessi* (2009) esplica che con questo termine vuole indicare una categoria sociologica e non biologica dell'essere umano. Infatti, esso rappresenta le modalità d'apparire, sentirsi e agire, dunque, quello che ad oggi viene riconosciuto come il genere.  
E. Goffman, *I rapporti tra i sessi*, I Classici della sociologia, Armando Editori S.r.l., 2009.

essi costruisco l'identità di genere del figlio tramite vestiario, distinzione dicromica<sup>15</sup>, giocattoli<sup>16</sup>, fino agli oggetti quotidiani (Ruspini, 2014).

Questo *modus operandi* è ormai parte del sistema, tant'è che molti servizi pubblici (come bagni o negozi) sono divisi binariamente.

Ne risulta che, laddove un individuo non si riconosca nel dualismo culturale, esso viene considerato stravagante, inadeguato o deviato e, di conseguenza, è maggiormente esposto a discriminazioni, spesso a partire dal gergo comune. Ad esempio, se un individuo associato al genere maschile non rispetta i requisiti appartenenti alla sua categoria, viene appellato come "femminuccia" (inteso come non abbastanza virile e uomo), o nel caso femminile come "maschiaccio" (per indicare una persona eccessivamente rude nel comportamento).

Oltre agli ambienti familiari, sono responsabili di questa situazione anche i luoghi scolastici. Infatti, a partire dalle ricerche svolte sui libri scolastici italiani (Pace, 1986; Gallino, 1973), si è potuto dimostrare che nei testi proliferano rappresentazioni stereotipate e spesso sessiste. Fin dalla scuola primaria il maschio assume i ruoli familiari di marito, padre e nonno, mentre nella sfera pubblica diventa direttore o maestro o si prodiga in lavori manuali, che presuppongono un grado elevato di qualificazione.

---

<sup>15</sup> Fin dalla nascita per distinguere un bambino o una bambina vengono utilizzati principalmente due colori: il rosa se è femmina e il celeste se è maschio. Tradizionalmente all'avvento del nuovo nascituro perfino in ospedale nel reparto neonatale i due colori vengono utilizzati per distinguere i due sessi. Una volta saputo il sesso è socialmente accettato, che i genitori, amici e parenti comprino giocattoli, vestiti e oggetti che possano richiamare e definire in maniera esplicita l'identità sessuale e imporre quella di genere.

<sup>16</sup> I giocattoli, come i regali, sono oggetti di uso quotidiano per un bambino o una bambina. Nel momento in cui entriamo in un negozio per fare un regalo a neonato oppure a bambini e ragazzi comunemente troviamo reparti distinti in base ai due sessi. Tendenzialmente nel reparto maschile troviamo giochi che rappresentativi di aggressività e violenza come guerrieri, eroi, combattenti di ogni tipologia e origine, ma anche affini ai piaceri e alle attitudini riconosciute in quel sesso come macchine, costruzioni, kit che riprendono professioni scientifiche. Diversamente nei reparti dedicati alle femmine sono presenti principalmente bambole, affini all'attitudine alla maternità di quel sesso, kit per cucinare, curare o allenare le proprie arti.

In opposizione, le femmine – oltre all'essere categorizzate nei corrispettivi ruoli familiari opposti di moglie, madre e nonna – non hanno una vita alternativa a quella domestica: vengono rappresentate al di fuori delle mura familiari solo per attendere a mansioni come quelle di domestica o maestra (Biemmi, 2017, pag. 88 sgg.).

Dunque, il marito-padre è l'unico ad avere una relazione effettiva e privilegiata con il mondo esterno. In aggiunta, esso risulta anche il soggetto più rappresentato nelle storie. Come viene dimostrato da Gallino, il 74% delle storie ha come protagonista un uomo o un bambino, mentre il 15% ha soggetti neutri. La restante parte, ossia il 10%, è dedicata a figure femminili, come donne e bambine (Gallino, 1973, pp.144-147).

In parallelo alle letture scolastiche, anche in vari testi di letteratura la visione cisgender e macista predomina su diverse sfere dell'immaginario figurativo. Tenzialmente, nelle letture dedicate ai bambini, i ruoli che i personaggi femminili e maschili ricoprono nelle storie sono quasi prevedibili. Le femmine non sono rappresentate come figure attive, ma hanno principalmente la funzione secondaria; sono inoltre spesso rchiuse e separate dal mondo esterno tramite barriere architettoniche, come finestre, portici e siepi. Contrariamente, il maschio funge da eroe e antieroe dei racconti: è avventuroso, ambizioso e curioso; si spinge costantemente oltre i propri limiti per dimostrare il suo valore; è una guida, che spesso supporta e protegge il sesso opposto (Ivi, pag. 61).

Questo tipo di narrazione contamina tutto il panorama culturale: dalle opere teatrali, ai prodotti dell'audiovisivo a quelli cinematografici e televisivi, fino alle opere artistiche e scultoree.

Per riassumere, nel percorso fin qui delineato, è facilmente riscontrabile che l'immagine disegnata per ambo i sessi viene ricalcata su un modello di stampo egemonico maschile. Dunque, il femminile è «il secondo sesso» o anche «Altro», poiché nell'economia delle rappresentazioni il maschile delinea le regole, in quanto concepito come universale (De Beauvoir, 2016). La prevaricazione maschile sul sesso

femminile è principalmente veicolata da due fattori: il lavoro e il corpo. In primo luogo, come si detto, il sesso maschile è culturalmente concepito come fortemente indipendente e la sua libertà è garantita da caratteristiche caratteriali ed economiche. Inoltre, per il suo ruolo sociale e familiare, viene cresciuto e formato per assumere la responsabilità di sostenere la propria famiglia, come fosse un dovere. Così, il lavoro diventa uno *status symbol* di «virilizzazione o di defemminizzazione», giacché consente di essere battezzato come un uomo adulto, distaccandosi completamente dalla figura materna (Bourdieu, 1998, pag. 31 sgg.). In secondo luogo, la cultura mascolinista si avvale della costituzione fisica del maschio, la quale deve trasmettere possanza e forza.

Di conseguenza, nella società di stampo patriarcale, le donne in giovane età sono subordinate alla figura paterna e, una volta sposate, a quella del marito.

Sebbene ad oggi le strutture familiari siano cambiate e abbiano lasciato “ampio respiro” al sesso femminile, risulta ancora difficile distinguere la donna dal ruolo di madre. Infatti, all’interno di un nucleo familiare, quando i figli sono ancora piccoli oppure hanno bisogno di attenzioni, è quasi inevitabile che il pensiero comune attribuisca alla donna il compito di cura. In ambito lavorativo, invece, sebbene ad oggi sia socialmente accettato che le donne lavorino e siano indipendenti, quando ottengono successi o cariche di prestigio, spesso non se ne attribuisce loro il merito.

In conclusione, si ricava che gli stereotipi sono ancor’oggi influenti nel sistema sociale. In particolare, quelli di genere, a causa della forte relazione tra genere e sesso biologico, sono trasmessi fin dalla nascita, dunque, risultano molto più difficili da scardinare.

### 1.2.1 Il fallocentrismo e la sessualizzazione dei corpi femminili: il dominio maschile nelle rappresentazioni mediatiche

Dopo aver comparato gli stereotipi di genere, è consequenziale riconoscere che la cultura della società moderna sia di stampo sessista<sup>17</sup>. Infatti, per utilizzare le parole della femminista Monique Wittig:

*Il genere è l'indice linguistico dell'opposizione politica tra i sessi. Il genere è usato qui al singolare perché di fatto non ci sono due generi. Ce n'è solo uno: quello al femminile, dato che quello «al maschile» non è genere. Il maschile non è infatti il maschile, bensì il generale (Wittig, 1983).*

Difatti, il sesso femminile è sempre stato descritto in relazione o in funzione di quello maschile: ciò ha reso la donna, nell'immaginario comune, il sesso debole, mentre quello dell'uomo il sesso dominante.

Dunque, se la donna, per riappropriarsi del Sé e dell'identità personale, deve ripudiare il sistema fallocentrico (Butler, 2020, pag. 39), il sesso diventa un vero e proprio fardello e la sessualità assume un ruolo essenziale.

Non è inusuale, infatti, pensare che l'uomo agisca trasportato dalle sue pulsioni sessuali, mentre, la donna è immaginata come riflessiva e «passiva, disponibile materna e assolutamente incontaminata dalla modernità» (Gundle, 2009, pag. 144). La timidezza indistintamente attribuita a tutti gli individui di sesso femminile è interpretata come pudicizia o, in senso opposto, avvenuto lo scardinamento dei tabù,

---

<sup>17</sup> Il sessismo viene considerato quella forma di razzismo, ma di genere. Nello specifico esso è rivolto nei confronti delle donne. Infatti, il termine viene coniato intorno agli anni Novanta per indicare chi (uomo o donna) assumesse un atteggiamento che tende a giustificare, promuovere o addirittura difende il concetto di inferiorità femminile, spesso ricadendo perfino in atti discriminatori e di violenza (Treccani).

Treccani, Sessismo, disponibile al link: <<https://www.treccani.it/vocabolario/sessismo/>>

come seduttività: in quest'ottica, le donne diventano oggetto del desiderio e del piacere maschile. Dunque, partendo da una condizione di figura quasi o totalmente non rappresentata, riappropriandosi dei propri spazi, sembra che le catene della subalternità femminile si siano fortificate.

Nell'ambito della sfera privata, si ritiene che il genere femminile – poiché non è stato coinvolto negli avvenimenti storici – abbia conservato la sua purezza, e, per questa ragione, riesca a comprendere i sentimenti umani, manifestando una maggiore sensibilità. Diversamente, l'uomo – vittima di guerre, avendo assistito ad atrocità e continue violenze – sarebbe caratterizzato da un'indole più aggressiva, non riuscirebbe a raggiungere il suo spirito interiore e potrebbe essere curato solo dalla purezza femminile (Weber, 2018).

Si può dunque riconoscere che è proprio la santificazione della donna a condannarla alla sua oggettivazione; mentre, sul fronte maschile, le debolezze femminili da un lato lo gratificano – in quanto gli consentono di poter essere l'eroe, proteggendo la donna dai pericoli terreni –, dall'altro lo trasformano in un predatore, poiché spinto da quell'istinto di caccia e conquista che a volte si estremizza in violenza.

Da questa analisi, è lecito desumere che è proprio la costruzione identitaria degli individui tramite il corpo e il sesso ad accentuarne il divario di potere. Infatti, lo stato di reciproca dipendenza, spesso, viene mantenuto attraverso ricatti affettivi o azioni di soggiogamento psicologico. Così, l'uomo si pone come bisognoso e in cerca della sua metà platonica e la donna ha il dovere di sottoporsi e di corrispondere ai desideri e piaceri maschili (Ivi, pag. 57).

Anche nella psicologia lacaniana viene riconosciuto come le relazioni tra i sessi siano squilibrate. Infatti, a dominare il rapporto e l'atto sessuale è il «Fallo» maschile, al punto da diventare esso stesso un significante del soggetto maschile. Ciononostante,

l'uomo non riesce a realizzare e dare significato a tutte le relazioni<sup>18</sup> (Lacan, 1974, pp. 682-693). Di conseguenza, da un lato la donna percepisce un senso di vuoto e mancanza, determinato dall'impossibilità di poter Essere uomo: dunque, è costretta a rimanere per tutta la vita l'Altro, senza poter acquisire potere e *benefit*. Dall'altro lato, invece, l'uomo, in quanto sesso dominante, sente l'obbligo di dover Essere, altrimenti è discriminatoriamente considerato come inadempiente.

Da ciò, è facilmente desumibile che la sessualizzazione dei corpi e la trasformazione del sesso in atto di potere abbia avuto sia un impatto sulla rappresentazione collettiva di maschile e femminile, sia sulla percezione del proprio Io. Gli *old media* e i *new media* hanno senza dubbio ricoperto un ruolo cruciale nella costruzione dell'oggettificazione della donna e del suo corpo. È bene comparare i diversi luoghi di divulgazione di questa costruzione, soffermandosi innanzitutto sulle narrazioni relative ai due generi. Difatti, oltre che dai libri scolasti, la sovra-rappresentazione maschile è testimoniata anche delle immagini diffuse dal settore dell'audiovisivo e dell'informazione.

I linguaggi e le rappresentazioni diffuse dai mezzi di comunicazione hanno una particolare rilevanza nel processo di formazione dell'identità di genere. Infatti, la scarsità di modelli femminili contribuisce a rallentare i processi di identificazione delle bambine e delle donne. In aggiunta, anche nei casi in cui il modello è offerto, le immagini simboliche sono associate a stereotipi connessi al sesso.

Si può notare, quindi, una certa affinità tra testi e immagini (Ruspini, 2014, pag. 78 sgg.).

---

<sup>18</sup> Nel suo testo Jaques Lacan si riferisce non soltanto al possesso dell'attribuito in sé, ma anche alla sua mancanza. Nella sfera dell'eterosessualità l'uomo riesce a soddisfare i piaceri degli entrambi membri della coppia, mentre al di fuori di questo tipo di sessualità si sente una mancanza. Il non avere e il senso di vuoto viene visto dall'autore anche nella donna, che seppur eterosessuale e dunque sessualmente soddisfatta, prova un senso di frustrazione nella mancanza di non avere quell'attributo che le dà forza e potere. Ne conviene, dunque, che maschera ciò con il bisogno di protezione. Ovviamente possiamo desumere che anche in questo si cova lo stereotipo maschile sulle prestazioni sessuali, in cui il sesso maschile è costretto ad essere prestante per non essere considerato inadempiente al suo essere, appunto, "uomo".

Volgendo lo sguardo indietro, la cartina al tornasole della società – ricavabile nel settore comunicativo – è senza dubbio la pubblicità. Per molti anni gli spot di maggiore successo sono stati quelli in cui venivano promossi prodotti per la casa e avevano come uniche protagoniste le donne. In quelle circostanze, l'immagine di alcune donne, divenute promotrici, veniva utilizzata come modello di auto-identificazione e ridefinizione dei ruoli di tutte le altre.

Difatti, negli anni Sessanta le figure femminili sono state padrone degli ambienti domestici, dove si occupavano della cura sia degli ambienti che dei figli. Così, i principali sponsor hanno divulgato in tutte le case il concetto di "brava donna", associandolo a quelli di madre e moglie.

Gli uomini, invece, sono stati raramente rappresentati: comparivano per dare segni di approvazione del prodotto o per mostrarsi al ritorno dal lavoro al "nido".

Successivamente, con l'avvento del Carosello, che ha diluito le pubblicità del codino trasformandole in *entertainment*, le scene leggere e il linguaggio ironico degli *sketch* hanno esercitato una presa ancora maggiore sul pubblico: ciò ha consolidato alcune figure femminili come dive della televisione e personaggi da emulare (Falabrino, 2008).

Se nei primi anni della televisione il principale *target* di riferimento delle pubblicità è stata la donna, con lo scardinamento di alcuni tabù legati alla figura femminile, negli anni Settanta, le pubblicità hanno cominciato a rivolgersi agli uomini, per via della loro disponibilità economica: non più meramente concepiti come mariti che devono accontentare le mogli, ma come *personas*<sup>19</sup> a cui si rivolge direttamente il prodotto. Per far ciò, si è utilizzato un linguaggio più libero ed esplicito, nell'ambito del quale, come merce promozionale, viene utilizzata la figura femminile, che diviene donna-oggetto.

---

<sup>19</sup> In questo caso ci rivolgiamo al marketing *personas*, ossia quel processo che permette di identificare e analizzare gli utenti ideali per il proprio prodotto sulla base di caratteristiche socio-democratiche.

In questo modo le pubblicità, insieme ai programmi televisivi, hanno sessualizzato ed erotizzato il corpo femminile, associandolo automaticamente a un ideale di bellezza. Infatti, con i prodotti audiovisivi viene diffuso l'ideale di un corpo perfetto, canonizzato in un aspetto snello, tonico, giovane, sexy e molto curato (Capecchi, Ruspini, 2009). Nella routine quotidiana tali diventano, inoltre, i requisiti di *sex-appeal* che permettono di sedurre e conquistare un uomo: poiché sposarsi e avere una famiglia rimangono per molto tempo gli obiettivi primari delle donne, essere seducenti e desiderabili diventa l'essenziale.

Considerato ciò, è possibile offrire una sintesi della questione mediante le significative parole della giornalista e femminista Lea Melandri:

*Le donne sono state paradossalmente quelle più esiliate da una corporeità sognata, agognata e costruita nel desiderio e nelle paure di un altro. La seduzione e la maternità sono stati due attributi pesantissimi che hanno assorbito l'individualità delle donne nelle leggi fisiche del corpo, ma sono stati due attributi su cui l'uomo ha più immaginato, scritto, codificato (Melandri, 1993, pag. 7).*

Così come per gli uomini, dunque, è essenziale avere una moglie e garantire benessere alla famiglia attraverso lavoro e denaro, la maternità è una delle peculiarità necessarie alle donne. Oltretutto, a entrambi i sessi sono imposti standard di tipo fisico, sebbene il rispetto di un canone di bellezza sia maggiormente atteso dalle donne.

È necessario che le figure femminili incarnino, dunque, ideali irraggiungibili e irrealistici, costantemente divulgati prima dalla stampa e dalla pubblicità, poi dal cinema e dalla televisione.

Tuttavia, poiché molteplici sono gli estetismi diffusi, è necessario distinguere quelli dettati dal capitalismo americano da quelli italiani tradizionali e conservatori.

Soprattutto nel secondo dopo guerra, l'Italia sembra essersi distaccata dagli standard di bellezza omologati dal cinema di Hollywood. Infatti, a differenza delle donne statunitensi, le donne italiane hanno sviluppato un modello estetico pudico e genuino, che prevede un moderato utilizzo di cosmetici e di acconciature elaborate, finalizzato a limitare l'espressione sessuale e sensuale del proprio corpo. Inoltre, i canoni italiani rappresentano la bellezza femminile attraverso modelli standardizzati di graziosità e gentilezza: il viso giovane e quasi ingenuo, dalla bontà sopraffina, ritrova il fascino anche nello sguardo meno perverso (Gundle, 2009).

Ad ogni modo, al di là delle nazionalità, è notevole che, quando le donne sono ammesse nel settore radio-televisivo, alle conduttrici e speaker non vengono richieste competenze e capacità, ma determinati standard estetici.

La figura femminile, soprattutto nei primi anni della televisione, compare sul piccolo schermo come annunciatrice e soltanto successivamente come valletta o presentatrice. In questo ambito una testimonianza consolidata sono le "signorine buonasera": storicamente ricordate come il volto della televisione italiana, giacché, dai primi esordi della tv fino ai primi inizi del XXI secolo, si sono occupate di introdurre la programmazione, presentare i programmi, fare annunci ufficiali RAI e perfino intervenire in caso di interruzioni o malfunzionamenti in diretta. Il loro volto garbato e gentile e il loro sorriso confortante e familiare hanno caratterizzato più di trent'anni di messa in onda.

Esse sono l'esempio di una stereotipizzazione connessa a modelli sessuali che ancora non si è avvalsa del profano. La sacralità delle "signorine buonasera" è stata garantita dalla loro eleganza e raffinatezza, poiché riflettevano lo *status* di donne sofisticate, al quale ogni donna necessariamente ambiva. Per questa ragione, inoltre, il busto e le gambe della donna raramente venivano inquadrati: la parte del corpo considerata centrale, secondo questo canone di bellezza, era il volto ed esso veniva maggiormente inquadrato dalle telecamere.

Successivamente, con la modificazione dei valori sociali e a causa delle ingerenti richieste maschili, le originarie figure femminili – quasi mitologiche, istituzionali, e statuarie – sono state sostituite da un altro tipo di modello televisivo femminile, rappresentato da figure come veline, vallette, meteorine e letterine (Buccini, 2022).

Inoltre, per comprendere la rilevanza di questo fenomeno, va sottolineato che tra i requisiti richiesti per diventare una figura televisiva, oltre ad un certo canone di bellezza estetica, vi era la capacità di «sedurre il pubblico con tutte le movenze “porn soft” possibili» (Capecchi, Ruspini, 2009, pag. 46): ciò ha anche implicato una modificazione dei criteri di desiderabilità femminile per gli uomini.

La spettacolarizzazione del corpo femminile prevedeva che si mostrassero esclusivamente silhouette perfette, senza che venissero valorizzate anche le menti e i pensieri femminili: ciò ha implicato la diffusione di associazioni mentali e stereotipate del tipo bella-non intelligente o brutta-intelligente. Questi *bias* cognitivi, creati e diffusi dalle dominanti necessità maschili, sono stati propagati celermente, dai primi esordi dell’emancipazione femminile fino ad oggi, arrivando a raggiungere molte sfere del sapere. Ad esempio, nei luoghi preposti allo studio delle discipline STEM<sup>20</sup> o, ancora, nelle sedi del potere governativo, il genere femminile è soggetto a pregiudizi e stereotipi, che impediscono l’accesso alle cariche di maggior rilievo: tale fenomeno è comunemente noto come «soffitto di cristallo» (Connell, 2020).

---

<sup>20</sup> In inglese indica è un acronimo di science, technology, engineering and mathematics; quindi, viene utilizzato per indicare tutte le discipline scientifiche-tecnologiche.

### **1.2.2 Gender gap: svalutazione di competenze e abilità femminili**

Dopo aver descritto le peculiarità degli stereotipi maschili e femminili, è possibile sostenere che la divisione dei sessi sembra rientrare nell'«ordine delle cose» (Bourdieu, 1998). Da essa però ne deriva non un equilibrio, ma una mera disparità.

In quello che potremmo definire, con un concetto foucaultiano, il «biopotere maschile» le donne hanno riscontrato difficoltà ad ottenere cariche e riconoscimenti nelle varie sedi del potere.

Nella costruzione dell'identità di genere, tra i due sessi binari, il lavoro diventa rappresentativo dello *status* maschile. L'occupazione e la sua conseguente indipendenza economica sono simboli di dignità, rispetto, emancipazione e autodeterminazione. Tutti questi aspetti sono stati centrali nell'accrescimento dell'egemonia maschile, poiché per mezzo di essi ha avuto modo di acquisire esperienze e competenze in maniera esclusiva.

Al binomio uomo-produzione viene posto quello di donna-riproduzione. In opposizione al Fare maschile, la donna è segregata alla vita domestica, dove l'unica possibile analogia con l'attività lavorativa, il desiderio di realizzarsi e avere successo è rappresentata dalla maternità.

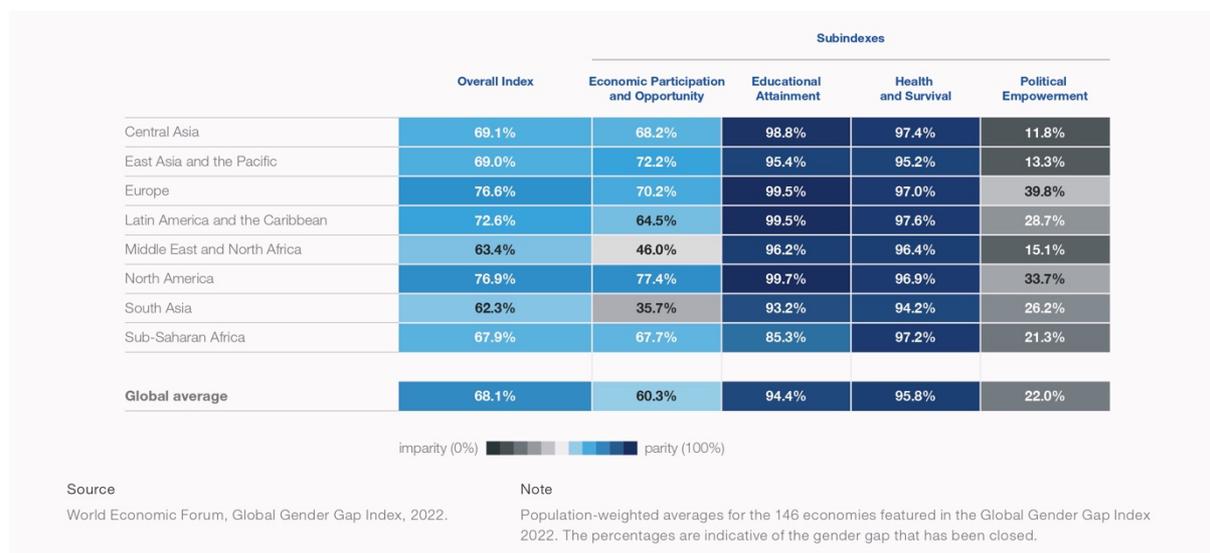
Così, quando la donna raggiunge i luoghi del potere deve costantemente confrontarsi con una realtà che non le appartiene. Infatti, a causa dei modelli stereotipati connessi al sesso e all'oggettificazione del corpo femminile, per la donna è estremamente complesso riappropriarsi di una nuova immagine e di una nuova identità. L'*empowerment* femminile viene di fatto spesso screditato: le ragioni del raggiungimento di successi e traguardi raramente sono riconosciute nel merito e nella capacità. Purtroppo, i residui di una cultura sesso-centrica e patriarcale esistita per anni sono ancora vividi nella società contemporanea e nelle sue strutture mentali, che inevitabilmente contaminano anche le organizzazioni lavorative.

Come testimonia il report *Global Gender Gap Index*<sup>21</sup> di World Economic Forum prendendo in analisi 146 paesi, nonostante le azioni private e pubbliche per colmare il divario di genere, si è potuto constatare che occorreranno circa 132 anni prima di raggiungere la parità totale. Negli ultimi anni, sempre sulla base dei report forniti dall'ente, anche gli Stati più avvezzi a tematiche di libertà e uguaglianza non riescono a raggiungere il 100%, tra questi in prima posizione abbiamo il Nord America che in questi anni ha colmato la percentuale maggiore del proprio divario di genere raggiungendo il 76,9%. Subito dopo il grande continente liberalista si posiziona l'Europa, che colma il 76,6% del suo *gap* e poi l'America Latina e i Caraibi, che hanno superato il 72,6%. Mentre tutti gli altri paesi si mantengono sotto il 70% come Asia centrale e orientale (69,1%), Pacifico (69%), Africa subsahariana (67,9%), Medio Oriente e Nord Africa (63,4%). È doveroso sottolineare però che questi dati sono relativi al divario di genere complessivo femminile rispetto al genere maschile esclusivamente in relazione all'ambito economico, educativo, sanitario e gli esiti politici.

---

<sup>21</sup> Il report di *Global Gender Gap Index* di World Economic Forum del 2022 ha analizzato il divario di genere in 146 paesi. Principalmente l'analisi del report riporta dati relativi a divari di genere tra donne e uomini in ambito economico, educativo, sanitario e gli esiti politici. Come denuncia lo stesso ente la difficoltà nel trovare dati disponibili anche al di fuori di queste categorie. Infatti, e per colmare alcune lacune di informazioni come, ad esempio, risultati differenziali a seconda del genere, dell'orientamento sessuale, della religione, dell'origine etnica e/o razziale, del livello di reddito e disabilità, sarà necessario incrementare gli sforzi anche tra i Paesi. Nei 146 paesi coperti dall'indice 2022, il divario di genere tra salute e sopravvivenza si è ridotto del 95,8%, il livello di istruzione del 94,4%, la partecipazione economica e le opportunità del 60,3% e l'empowerment politico del 22%. Nel podio tra i primi cinque paesi con la maggiore riduzione del divario ci sono quelli scandinavi come l'Islanda con oltre il 90% a livello economico, Finlandia (86%, 2°), Norvegia (84,5%, 3°) e Svezia (82,2%, 5°), seguiti da quelli europei come Irlanda (80,4%) e Germania (80,1%).

**Tab. 1. 3 – Riduzione dell'indice mondiale di gender gap nel 2022 (val %)**



Fonte: World Economic Forum, report 2022 *Global Gender Gap Index*.

Appare evidente come il raggiungimento di alte cariche all'interno della politica per le donne è ancora arduo, tanto da far registrare una disparità del 78% e soltanto una riduzione del divario complessiva del 22%. Tra i paesi presi in considerazione, sebbene rimanga un valore molto basso, l'Europa ha il punteggio più alto, raggiungendo così il 39,8% e superando perfino il Nord America.

Difatti, nonostante le politiche per la riduzione delle disuguaglianze di genere, nel settore politico, considerato uno dei campi del potere, le donne riscontrano difficoltà ad avanzare tra i palazzi delle istituzioni. Un utile esempio europeo è proprio il caso italiano, che nel 2021 ha registrato una riduzione delle disuguaglianze del 63,8 su 100, un risultato 0,3 in più rispetto al 2020, ma comunque inferiore rispetto alla media europea di ben 4,2 punti<sup>22</sup>.

Questa situazione si potrebbe motivare con gli stereotipi e con la cultura patriarcale che in questi anni hanno oscurato la figura femminile. Ciò risulterebbe lampante

<sup>22</sup> Fonte EIGE, *La partecipazione delle donne alla vita politica e istituzionale*, Camera dei deputati Servizio Studi XVIII Legislatura, Dossier n° 104 - Schede di lettura 7 marzo 2022.

dall'informazione e dai media, nell'ambito dei quali le donne, anche quando raggiungono cariche di rilievo, vengono sminuite nella loro autorità, o addirittura diventano oggetto di gossip e polemiche, soprattutto in relazione ai suoi "veri doveri" di "donna", come la maternità. Inoltre, tra le tracce di micro-maschilismo, la donna viene designata come figura antipolitica, dunque, non adatta a responsabilità e ruoli di leadership.

Oltre a questo, tra i campi in cui *l'empowerment* femminile è concepito come una minaccia v'è il settore economico. Difatti, il denaro, essendo simbolo di indipendenza, concede il libero arbitrio e l'emancipazione.

Nel dossier 2020 di Unioncamere, alla somma di tutte le diverse tipologie di investimento, l'imprenditoria femminile non riesce a superare il 22% del totale. Ciò, dimostra che a confronto con quella maschile, con il 78% del totale, il divario ancora oggi è molto significativo.

**Tab. 1. 4 – Confronto tra imprese femminili e maschili nel 2019**

	IMPRESE FEMMINILI		IMPRESE MASCHILI		TOTALE
	VALORI ASSOLUTI	%	VALORI ASSOLUTI	%	
Agricoltura, silvicoltura e pesca	210.402	28,4	530.588	71,6	740.990
Industria	152.905	10,8	1.260.315	89,2	1.412.220
Industria in senso stretto	98.554	16,8	486.369	83,2	584.923
- industria manifatturiera	95.388	17,2	460.800	82,8	556.188
Alimentare, bevande e tabacco	15.664	22,1	55.155	77,9	70.819
Tessile, abbigliamento, pelli e calzature	34.577	36,3	60.633	63,7	95.212
Legno e mobilio	5.432	9,0	54.847	91,0	60.279
Carta e stampa	4.466	17,7	20.753	82,3	25.219
Chimica, farmaceutica e petrolifero	3.435	15,1	19.369	84,9	22.804
Prodotti della lavorazione di minerali non metalliferi	3.967	14,3	23.715	85,7	27.684
Metalmecanica	14.814	9,7	138.421	90,3	153.235
Elettrotecnica e strumentazione di precisione	3.223	12,8	21.867	87,2	25.090
Altre industrie manifatturiere	9.810	12,9	65.040	87,1	75.850
- altre industrie in senso stretto	3.166	11,0	25.269	89,0	28.735
Costruzioni	53.351	6,4	773.946	93,6	827.297
<b>TOTALE*</b>	<b>1.340.134</b>	<b>22,0</b>	<b>4.751.837</b>	<b>78,0</b>	<b>6.091.971</b>

\* il totale comprende anche le imprese non classificate  
Fonte: elaborazioni Si.Camera su dati Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-Infocamere

Fonte: Unioncamere, dossier 2020 *Le imprese femminili in Italia: caratteristiche ed evoluzione*

**Tab. 1. 5 – Graduatorie delle quote di imprese femminili per settore del 2019 (val%)**



\* Il Global Entrepreneurship and Development Institute individua proprio nell'imprenditorialità femminile quella duplice funzione di "innovative drive" da un lato e di "welfare" dall'altro: «Through their entrepreneurial activities, high potential female entrepreneurs improve their economic welfare, and contribute to the economy and social fabric of society through job creation, innovative products, processes, and services, and cross-border trade» (GEDI The Global Entrepreneurship and Development Institute, The 2015 Female Entrepreneurship Index, 2014, p.6).

Fonte: Unioncamere. Dossier 2020 *Le imprese femminili in Italia: caratteristiche ed evoluzione*

Inoltre, risulta evidente che il successo femminile negli investimenti è maggiormente concentrato nelle attività di servizi alla persona, come sanità, assistenza sociale, settore tessile, abbigliamento, pelli e calzature e istruzione<sup>23</sup>. Queste attività sono legate all'immagine e alle narrazioni relative alla figura femminile: con questa considerazione, si potrebbe spiegare la loro maggiore incidenza in tali ambiti, contrariamente ad attività manuali o legate all'ambito finanziario, dove infatti non vengono raggiunti numeri significativi.

Altro settore insidioso per il genere femminile è il settore dei media e della comunicazione. Come già detto, i media hanno avuto un ruolo fondamentale nel veicolare immagini stereotipate.

Un grande paradosso dei media, infatti, sussiste nel puntare all'innovazione e alla modernità tramite nuove narrazioni e diversi punti di vista, mentre continua ad aderire alla tradizione. Ciò è evidente nelle rappresentazioni, nei ruoli gerarchici e organizzativi e nelle mansioni. Infatti, nonostante la rivalutazione del genere, sono ancora poco diffusi le voci e i punti di vista femminili rispetto a quelli degli uomini (Capecchi, Ruspini, 2009, pag. 39 sgg.).

In particolare, nel settore dell'audiovisivo, appare chiaro che l'immagine della donna si è trasformata da donna-oggetto a creatrice di pensieri e nuovi modelli da seguire. Così, da figura davanti o sullo schermo, diventa donna dietro lo schermo (Gavrila, 2014). Infatti, soprattutto negli ultimi anni, in diversi studi riportati dall'Osservatorio europeo dell'audiovisivo, nel 2020 la presenza femminile nelle produzioni audiovisive è circa il 39% del 36% totale degli occupati.

Tuttavia, in Italia la situazione appare ancora drammatica, giacché il divario rimane molto alto, registrando una presenza femminile del 22%. Inoltre, nei ruoli di regista e

---

<sup>23</sup> Unioncamere è l'acronimo di Unione italiana delle Camere di commercio, industria, artigianato e agricoltura ente pubblico che unisce e rappresenta istituzionalmente il sistema camerale italiano. Il report *Le imprese femminili in Italia: caratteristiche ed evoluzione* riportato è stato pubblicato nel 2020 e prende sotto esame le imprese italiane dal 2014 al 2019.

produttore il dato è ancora poco significativo, contrariamente ai ruoli nel settore del cinema e delle fiction audiovisive, in cui risultano essere protagoniste a livello nazionale. Difatti, le donne registe non superano il 19%; mentre per ideazione e scrittura delle scenografie di film salgono al 24% e per le fiction audiovisive al 31% (Gavrila 2023).

Ad ogni modo, anche nei casi in cui viene assegnata una produzione a una donna, i budget sono molto più contenuti rispetto a quelli indirizzati a prodotti firmati da uomini.

Anche in questo caso i dati percentuali sono indirizzabili ai modelli stereotipati di genere. Infatti, nell'immaginario collettivo, sebbene le venga riconosciuta la dote creativa, non è lo stesso per i ruoli di leadership. In aggiunta agli ostacoli di carriera, a far aumentare il divario negli ambiti lavorativi è la maternità. Infatti, sembra esserci una forte tensione tra «l'essere madre e l'essere una professionista televisiva» soprattutto nel settore pubblico rispetto al privato Gavrila (2023). Una volta entrate in maternità alcune donne testimoniano di essere tutelate, ma allo stesso tempo lamentano difficoltà nel trovare lavoro o ottenere contratti stabili.

Dunque, la precarietà del genere femminile, tra gli altri aspetti, risulta essere determinata anche dal suo ruolo di madre. Lo stesso vale per il raggiungimento delle cariche più prestigiose e alte, dove l'associazione ad aspetti caratteriali gioca un ruolo fondamentale.



## 2. Percorsi di cristallizzazione della cultura dell'odio. Discorsi mediali e costruzione del nemico

Come già detto nel precedente capitolo, la realtà è interpretata sulla base di convinzioni, idee, emozioni e valori. Tuttavia, nel momento in cui gli individui di un determinato habitat vengono contaminati con processi di acculturazione e di interculturazione tendono a far prevalere la coscienza collettiva su quella individuale (Durkheim, 1971).

La psicologia sociale ha individuato in questo fenomeno l'origine delle rappresentazioni collettive, poiché nel processo di socializzazione tra gli attori sociali i meccanismi di *in-group* e *out-group* contribuiscono a costruire una mentalità condivisa, sulla base di identità e alterità tra gli individui.

In aggiunta, solitamente l'afferenza a un gruppo fortifica i pensieri personali, giacché l'approvazione e la compatibilità delle idee restituisce sicurezza e forza individuale. Infatti, come afferma Georg Simmel nei suoi studi tra *Individuo e gruppo*:

*Il singolo è indifeso di fronte all'intera collettività solo rinunciando a una parte del suo io assoluto in favore di altri individui, unendosi ad essi, egli può ancora salvaguardare il sentimento dell'individualità (Simmel, 2006, pag. 86).*

Per questa ragione, anche nei gruppi apparentemente indifferenziati viene garantito il pluralismo dei suoi membri.

Tuttavia, l'aggregazione a un certo tipo di cerchia sociale spesso diventa causa di conflittualità verso il diverso, in quanto non incarna modelli standardizzati.

Quando ci troviamo davanti a un individuo estraneo a quello che bourdieunamente è definito *habitus*<sup>24</sup> attiviamo meccanismi di categorizzazione per semplificare i processi cognitivi, grazie ai quali riusciamo a ridefinire la nostra «identità sociale», a discapito, il più delle volte, della realtà.

Per questa ragione, mentre da un lato definiamo noi stessi con caratteristiche positive dall'altro tendiamo a stigmatizzare l'Altro con connotazioni negative (Goffman, 2018). Infatti, spesso a causa di un eccesso di securitarismo, gli individui dominanti lo classificano come un nemico, nonostante gli vengano attribuite caratteristiche uguali o ambite dalla collettività.

Questo fenomeno si verifica soprattutto quando vi è la volontà esplicita o implicita di definire la realtà all'interno di cornici oggettive, tramite le quali si etichettano concetti, persone e situazioni (Bruno, 2018, pag. 21 sgg.).

Tuttavia, raccontare la realtà tramite una visione confinata a un determinato pensiero porta a immagini mentali semanticamente paradossali (Ivi, pag. 30 sgg.).

Il concetto di *frame*<sup>25</sup>, inteso in questa parte del lavoro come struttura sociale, ci è utile per comprendere l'origine della cultura dell'odio.

Nella società le «strutture primarie» (*framework*) sono schemi interpretativi posti a priori. Ogni soggetto o gruppo possiede le proprie chiavi (*keys*) per leggere e interpretare ciò che lo circonda, ragion per cui le rappresentazioni e le narrazioni della

---

<sup>24</sup> In relazione ad un gruppo sociale Pierre Bourdieu definisce *habitus* lo spazio sociale condiviso da un gruppo di individui, nel quale però entrano in gioco meccanismi di oggettivazione della realtà che scaturiscono le pratiche, intese come riflessione, pensiero, cultura e l'insieme di aspetti identitari di una determinata società come religione, etnia.

<sup>25</sup> Per Erving Goffman con ben affronta nel suo libro *Frame Analysis* il *frame* è indirizzato a quelle cornici e strutture che ci consentano di organizzare l'esperienza e dunque di comprendere la realtà. Dunque, il *frame* sono gli elementi base che ci permettono di organizzare e identificare. Mentre il processo che ne deriva (*framing*) ci permette di mettere insieme i significati, è il cosiddetto *framing*. Goffman E., *Frame Analysis. L'organizzazione dell'esperienza*, Armando Editori, Roma, 2001.

realtà hanno innumerevoli letture, nell'ambito delle quali il linguaggio ha un ruolo essenziale poiché è portatore di significati.

Infatti, in quanto «classificatore dell'esperienza sensibile» rappresenta in maniera efficace il modello di cultura della società a cui appartiene, dalla quale eredita le medesime strutture sociali (Cuche, 2020, pag. 54 sgg.).

Secondo quello che Umberto Eco definiva la «fenomenologia dell'odio» la costruzione del nemico è considerata parte dell'indole umana. Una delle forme più comuni di ostracismo e di ghettizzazione è la deumanizzazione, che può essere esplicita o implicita e si attua attraverso l'agire sociale, il linguaggio e la comunicazione interpersonale.

Col tempo l'odio ha accecato la ragione degli individui, diventando la matrice che alimenta aggressività e violenza e co-causa di guerre, morte e devastazione.

In altre parole, la visione che si ha del mondo ha varianti oggettive e soggettive, giacché racchiude in sé il bagaglio del vissuto individuale e sociale.

Nonostante i nostri pensieri siano costantemente plasmati da fattori endogeni ed esogeni, quelli considerati incontrollabili diffondono in noi paura, ansia o forti emozioni negative. L'esperienza vissuta è il primo filtro interpretativo adoperato dagli individui. Spesso a causa di *bias* mentali o per mancanza di informazioni su soggetti o fenomeni, l'individuo è spinto ad assimilare un singolo caso come universale e valido per tutto, senza indagare la veridicità della sua convinzione.

Punti cardine in questo sono l'identità personale e quella sociale. I ruoli, lo status, le relazioni, ma anche l'educazione, l'età, il genere, la religione o l'etnia e soprattutto l'origine nazionale, costruiscono l'identità di un attore sociale e del suo gruppo di appartenenza. Per questa ragione, l'approccio o il modo di comportarsi e agire dipende da numerose variabili.

Sull'esistenza di molteplici identità differenti si struttura la cultura e, conseguentemente, anche i valori e le regole che direzionano le nostre considerazioni di giusto-sbagliato o di male-bene.

La moralità e l'etica individuale, che quasi sempre coincidono con quelle collettive, determina una polarizzazione eccessivamente arbitraria, che non permette di cogliere sfumature di significati al di fuori del contesto in cui si vive, inducendo così a rifiutarle e contrastarle.

In altre parole, questi elementi costruiscono le nostre immagini di realtà: una volta messe in discussione, il cervello automaticamente attiva negli individui un senso di disagio che ha come effetto una dissonanza cognitiva, che si può manifestare nella forma del rancore, odio e senso di rivalità e rivalsa sull'altro.

Infine, il *fil de rouge* tra le innumerevoli variabili è la cultura, nella quale si radicano stereotipi e pregiudizi: dato che da essi si ramifica e diffonde l'odio nei confronti di alcuni gruppi e categorie, è possibile parlare di cultura dell'odio.

Infatti, le narrazioni stereotipate sono responsabili di un artificio rappresentativo della realtà e l'insieme dei significati e delle caratteristiche che attribuiamo a un determinato gruppo sono veicolate in maniera esplicita o sottintesa. Quest'ultimi, poiché inculcati a partire dalla formazione ed educazione sociale, sono talmente profondi da diventare invisibili e quindi più difficili da correggere.

Nella *Piramide dell'odio*<sup>26</sup> (2017), creata dalla Commissione "Jo Cox", gli stereotipi, i pregiudizi e le rappresentazioni forvianti si posizionano in basso alla piramide. Dunque, nonostante essi normalizzano un linguaggio ostile o semplificativo nel trattamento di temi complessi, concedendo spazio alla violenza, vengono considerati sì l'origine della diffusione dell'odio, ma non un pericolo o una minaccia a-priori.

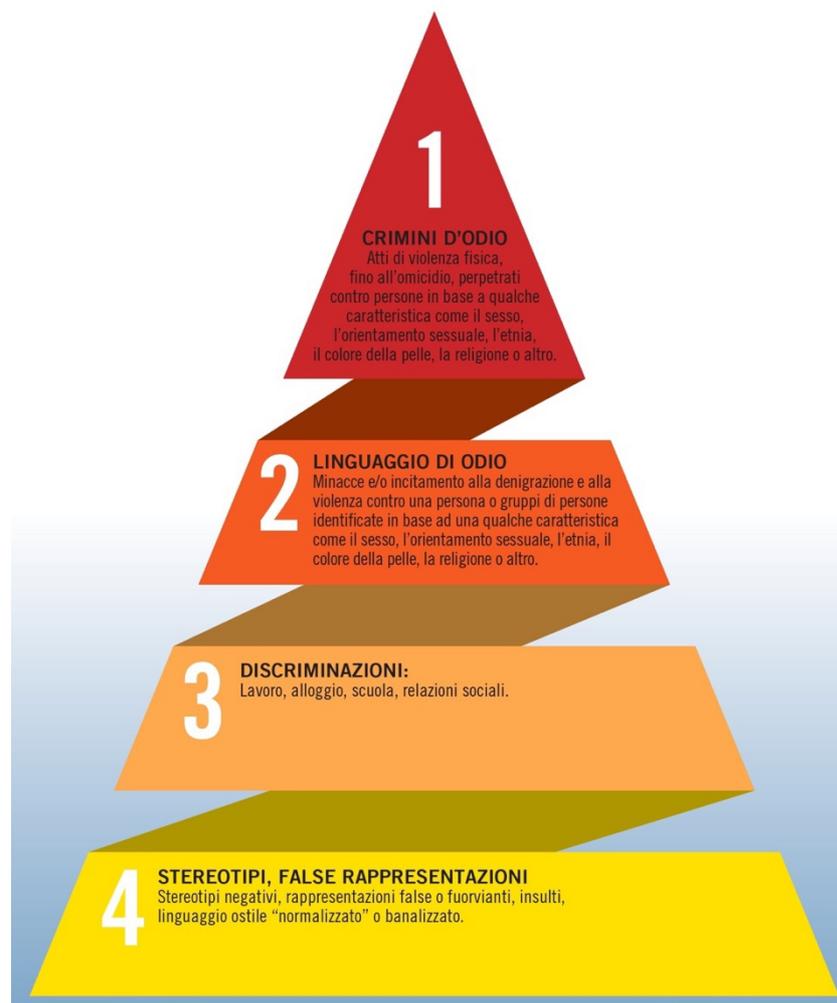
---

<sup>26</sup> È il risultato della relazione finale, approvata dalla Commissione "Jo Cox" sull'intolleranza, la xenofobia, il razzismo e i fenomeni di odio, presieduta d'allora presidentessa Laura Boldrini, dopo 14 mesi di attività di monitoraggio di 31 soggetti e l'analisi di 187 documenti come studi, ricerche, pubblicazioni monografiche, raccolte di dati.

Più pericolose sono senza dubbio le discriminazioni che avvengono a lavoro o a scuola, ma anche nella propria abitazione o generalmente nell'ambito delle relazioni interpersonali. Infine, ad essere considerati la punta dell'iceberg dell'odio sono il linguaggio e i crimini d'odio.

Il linguaggio, nonostante abbia un impatto inferiore rispetto ai crimini d'odio, è il mezzo di istigazione per eccellenza alla violenza. Infatti, le sue diverse forme (verbali o non verbali) possono essere i primi responsabili di minacce e incitamento alla denigrazione e alla ghettizzazione nei confronti di alcuni individui sulla base del loro sesso, orientamento sessuale, etnia, colore della pelle, religione o altro.

**Fig. 2.1 – Piramide gerarchica dell'odio della Commissione "Jo Cox"**



Fonte: Piramide dell'odio della Commissione "Jo Cox" in Amnesty International (2017)

## 2.1 Hate speech e platform society: la viralità dell'odio verso le minoranze sociali

Il linguaggio è considerato lo strumento più potente per diffondere odio, poiché esso riesce ad arrivare contemporaneamente ai singoli individui di un innumerevole gruppo e a diventare virale in pochissimo tempo. In un mondo sempre più digitalizzato, inoltre, queste due caratteristiche sono garantite ed estremizzate dalle piattaforme digitali.

Manuel Castells, prima di tutti, definì Internet come una «virtualità reale», poiché esso non crea un immaginario fallace, ma usufruisce di comunicazioni e relazioni, seppur sulla base di processi e impulsi elettronici, reali (Castells, 2002).

Nel corso degli anni, il web ha cambiato profondamente la morfologia sociale, tanto da rendere gli individui costantemente *always on*. Così, nell'epoca della digitalizzazione, la sfera comunicativa, quella sociale, relazionale, lavorativa ed economica sono diventate dipendenti dalla realtà virtuale. Un nuovo modo di vivere che viene battezzato da Luciano Floridi come *onlife*<sup>27</sup>. Dunque, le piattaforme diventano consecutivamente le nuove piazze, con i medesimi meccanismi e strutture sociali di quelle reali.

Quindi, le piattaforme digitali non sono meri e statici strumenti per rimanere connessi, ma la loro struttura architettonica si modifica in base alle esigenze e al tipo di utilizzo.

Infatti, l'uso di dati, algoritmi e interfacce fa sì che sulla base di modelli di business questi strumenti forniscono agli utenti sempre più contenuti *ad hoc* per loro (Van Dijk, Poell, De Waal, 2019, pag. 35 sgg.). Difatti, tramite la profilazione le piattaforme si

---

<sup>27</sup> Neologismo creato dal filosofo Luciano Floridi per definire la vita dell'individuo che non riesce più a discernere l'online dall'offline. Infatti, «giocando sui termini *online* (in linea) e *offline* (non in linea): *onlife* è quando accade e si fa mentre la vita scorre, restando collegati a dispositivi interattivi (*on + life*)» (Treccani).

Treccani, *onlife*, disponibile al link: <[https://www.treccani.it/vocabolario/onlife\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/onlife_%28Neologismi%29/)>

avvalgano di informazioni utili per costruire il profilo di un utente, grazie al quale riescono non soltanto a mettere a disposizione prodotti o informazioni utili, ma anche anticipare *trend* e bisogni. In questo modo ogni piattaforma viene personalizzata per calzare perfettamente l'utente che la utilizza.

Tuttavia, il *capturing*<sup>28</sup> è una degli aspetti più screditati dal Garante della privacy (GPDP)<sup>29</sup> e dall'opinione pubblica. D'altronde, questo processo da un lato permette alle piattaforme di fornire in tempo reale una rete di connessione tra gli utenti, ma dall'altro non lo tutelano dagli stessi meccanismi del business.

Per comprendere il funzionamento di queste infrastrutture digitali, prendiamo come riferimento Facebook, in quanto capostipite, per storia e utilizzo, tra le Big Five<sup>30</sup> della Silicon Valley.

Ogni volta che noi mettiamo un *like*, una reazione o interagiamo con un contenuto, la piattaforma lo capta e memorizza. Maggiori saranno le interazioni e più vicini ai nostri gusti e preferenze saranno i contenuti proposti o sponsorizzati all'interno del *Home* o *News Feed* dell'utente, poiché Facebook trasforma un semplice click in informazioni e poi in *trending topics* o contenuti rilevanti (Van Dijk, Poell, De Waal, 2019, pag. 75 sgg.). Tale sistema viene chiamato in gergo *filter bubble*, poiché gli algoritmi sfruttano gli input ricevuti dagli utenti per filtrare i contenuti da mostrargli. Ne consegue che ogni utente risiederà in una camera d'eco (*echo chamber*), la quale diventerà la sua realtà e chiave di lettura del mondo, condivisa con una community, così da creare l'ecosistema

---

<sup>28</sup> Termine inglese utilizzato in *Platform society. Valori pubblici e società connessa* (2019) per indicare la raccolta dei dati nelle piattaforme.

<sup>29</sup> Il Garante per la Protezione dei Dati Personali si occupa di garantire la tutela dei dati personali delle persone fisiche seguendo il *Regolamento generale sulla Protezione dei dati personali* (GDPR, *General Data Protection Regulation - Regolamento UE 2016/679*) sancito dall'Unione Europea il 24 maggio 2016 e applicabile dal 25 maggio 2018.

<sup>30</sup> Piattaforme che forniscono un sistema infrastrutturale più grande nel mercato con diversi servizi. Il più grande di tutti è Alphabet nel quale rientrano tutti i servizi di Google e anche Android; seguito da Facebook, sistemi Apple e Windows e infine Amazon (Van Dijk, Poell, De Waal, 2019, pag. 46).

perfetto di estremizzazione del pensiero individuale (Pitruzzella, Pollicino, Quintarelli, 2017, pag. 64 sgg.).

Ma per garantire la democrazia e una libertà effettiva del pensiero nelle società libere e democratiche è fondamentale che siano tutelati i pluralismi. I sistemi chiusi e circoscritti, formati da membri con le medesime opinioni, incitano a una prevaricazione sull'Altro, poiché i soggetti, sentendosi minacciati, sono portati a ribadire e imporre il loro *status quo*.

In altre parole, possiamo dire che anche in questo caso il mancato scambio di idee rinforza i pregiudizi e gli stereotipi, istituendo barriere difensive artefici dell'azzeramento delle diversità.

In questo ecosistema delle piattaforme la Commissione Europea Contro il Razzismo e l'Intolleranza (ECRI) ha riconosciuto come i discorsi d'odio:

*«il fatto di fomentare, promuovere o incoraggiare, sotto qualsiasi forma, la denigrazione, l'odio o la diffamazione nei confronti di una persona o di un gruppo, nonché il fatto di sottoporre a soprusi, insulti, stereotipi negativi, stigmatizzazione o minacce una persona o un gruppo e la giustificazione di tutte queste forme o espressioni di odio testé citate, sulla base della "razza"<sup>31</sup>, del colore della pelle, dell'ascendenza, dell'origine nazionale o etnica, dell'età, dell'handicap, della lingua, della religione o delle convinzioni, del sesso, del genere, dell'identità di genere, dell'orientamento sessuale e di altre caratteristiche o stato personale» (ECRI, 2016).*

---

<sup>31</sup> Nel testo della *Raccomandazione di Politica Generale N. 15 dell'ECRI Relativa alla lotta Contro Il Discorso dell'odio* viene sottolineato che la Commissione non concepisce la differenza sulla base della razza tuttavia «utilizza tale termine, al fine di garantire che le persone generalmente ed erroneamente percepite come appartenenti a un "altra razza" non siano escluse dall'ambito della tutela prevista dalla raccomandazione» (ENCRI, 2016).

In linea a questa definizione la Commissione “Jo Cox”, istituita il 10 maggio 2016 al fine di delineare i temi centrali attorno ai quali si centrizzano discriminazioni e denigrazioni, definisce come *hate speech* i discorsi d’odio diffusi online.

Tuttavia, è importante ricordare che ancora oggi non esiste una definizione ampiamente condivisa sul termine *hate speech*. La stessa traduzione della parola non riscontra un significato univoco nei diversi Paesi. Essa viene utilizzata esclusivamente per indicare i discorsi d’odio online all’interno dei *new media* e delle piattaforme social, sebbene non sia mai stato dichiaratamente condiviso quali siano i mezzi effettivi attraverso i quali si diffonde e come è possibile identificarlo (Faloppa, 2020, pag. 20 sgg.)

Amnesty International Italia nel suo manuale *Hate speech. Conoscerlo e contrastarlo. Guida breve per combattere i discorsi d’odio online* (2017) cerca di sintetizzare in alcuni punti salienti la definizione di hate speech e le caratteristiche dell’odio online. Una particolare enfasi viene data ai messaggi e alle narrazioni dell’odio, dato che risulta sempre più difficile individuare i linguaggi discriminatori, soprattutto quando diventano parte del tessuto sociale. In sostanza, quando un messaggio è indirizzato a un determinato gruppo o categoria, sulla base di proprie convinzioni e considerazioni stereotipate e pregiudizievoli, si può senza dubbio definirlo un hate speech.

Sebbene questo tipo di comunicazione sembri avere diverse analogie con quello offline, in realtà l’odio online si manifesta con alcune varianti. In primo luogo, oltre ad avvalersi della forma verbale, si diffonde anche mediante immagini. In secondo luogo, l’utilizzo di strumenti digitali e matematici riesce a sopperire ad alcuni problemi comunicativi come efficacia e impatto.

Ma la pericolosità del hate speech è soprattutto nella sua capacità di diffondersi rapidamente, rendendo impossibile nell’immediato scovare il nucleo d’origine. Spesso, infatti, coloro che diffondono odio online rimangono anonimi, poiché creano appositamente account *fake* per agire indisturbati.

Nonostante ciò, gli haters più diffusi e difficili da individuare e segnalare sono gli utenti “comuni” che online diventano “leoni da tastiera”, in quanto si avvalgono del diritto di libertà di pensiero e critica per commentare con parole aggressive e discriminanti. Nello specifico, il significato dell’espressione “leoni da tastiera” allude al coraggio acquisibile dietro un monitor, poiché esso diventa una barriera che impedisce di capire l’impatto delle nostre parole privandoci di empatia, moralità ed etica. Inoltre, dato che le infrastrutture delle piattaforme creano una rete infinita di connessioni, le rappresentazioni e narrazioni acquisiscono maggiore viralità e permanenza.

Ne sono un esempio gli *screenshots*, poiché sono uno strumento che consente di rendere un contenuto sempre disponibile e fruibile in diverse piattaforme.

Di conseguenza, il perpetuarsi di contenuti o informazioni per un tempo indeterminato rende il discorso d’odio online ancora più difficile da contrastare (Unar, 2020). Tuttavia, la principale criticità nel contrasto all’odio online è data dalla mancata visione univoca di cosa sia hate speech e cosa free speech.

Sostanzialmente, l’hate speech mina la sensibilità degli individui rendendoli un bersaglio collettivo. Quando ciò accade non si può parlare di libertà di pensiero, poiché incrinare il benessere psicologico di un individuo con umiliazioni e denigrazione è ledere la libertà e i diritti della persona.

Per tracciare una linea più divisoria possibile tra libertà d’espressione e discorso d’odio, uno strumento utile potrebbe essere la *Dichiarazione universale dei diritti umani* (1948)<sup>32</sup>, nei cui primi tre articoli si dichiara che gli esseri umani in quanto individui liberi e con ugual dignità dovrebbero «agire gli uni verso gli altri in spirito di fratellanza» (Articolo 1), senza alcuna distinzione di «razza, di colore, di sesso, di

---

<sup>32</sup> Senato della Repubblica, *Dichiarazione universale dei diritti umani, istituita dall’Assemblea generale delle Nazioni Unite il 10 dicembre del 1948 a Parigi*, disponibile al link: <[https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/file/DICHIARAZIONE\\_diritti\\_umani\\_4lingue.pdf](https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/file/DICHIARAZIONE_diritti_umani_4lingue.pdf)>

lingua, di religione, di opinione politica o di altro genere, di origine nazionale o sociale, di ricchezza, di nascita o di altra condizione» (Articolo 2). Ma soprattutto, ogni individuo deve avere garantito il «diritto alla vita, alla libertà ed alla sicurezza della propria persona» (Articolo 3).

Tuttavia, questa strategia può essere efficace nei casi più evidenti, ma meno per i discorsi d'odio presenti nel sottotesto, che lasciati liberi a diverse interpretazioni, nelle piattaforme social creano incongruenze tra commenti segnalati ed eliminati.

Ne è un esempio la segnalazione rivolta a Facebook nell'aprile 2016 dall'Associazione Carta di Roma<sup>33</sup>, in cui vennero segnalati come hate speech 100 commenti<sup>34</sup>, seguendo le direttive di ECRI e della Commissione "Jo Cox". Di questi, però, ne vennero eliminati soltanto nove, in quanto considerati effettivamente lesivi della persona.

Infatti, le piattaforme come Facebook gestiscono le segnalazioni attraverso una *Community Operations*<sup>35</sup>, i cui membri sono stati formati per esaminare le segnalazioni e applicare policy<sup>36</sup> della piattaforma. Questo, però, lascia ampio margine a sensibilità e interpretazioni personali, soprattutto nei casi di linguaggi non espliciti.

---

<sup>33</sup> L'associazione Carta di Roma stata fondata nel dicembre 2011 in merito all'attuazione dell'omonimo *Protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti* siglato sia dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti (CNOG) e dalla Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) nel giugno del 2008 e inserito anche nel *Testo unico dei doveri del giornalista*.

<sup>34</sup> Associazione Carta di Roma, *Hate Speech Hate speech: abbiamo segnalato a Facebook 100 commenti che incitano all'odio, 91 ancora online*, in Editoriale Online, 14 aprile 2016, disponibile al link: <<https://www.cartadiroma.org/editoriale/hate-speech/>>

<sup>35</sup> Meta di Mark Zuckerberg, della quale fa parte Facebook, nella sua Transparency Center afferma che la tecnologia utilizzata dalla piattaforma individua circa il 90% dei contenuti prima che essi vengono segnalati.

Meta, *Tecnologie e rilevamento delle violazioni*, 19 gennaio 2022, disponibile al link: <<https://transparency.fb.com/it-it/enforcement/detecting-violations/technology-detects-violations/>>

Nella sezione dedicata alla normativa e agli standard della community dichiara ad oggi di definire «l'incitamento all'odio come un attacco diretto rivolto alle persone (piuttosto che a concetti o istituzioni) sulla base di quelle che chiamiamo caratteristiche protette: razza, etnia, nazionalità, disabilità, affiliazione religiosa, casta, orientamento sessuale, sesso, identità di genere e malattie gravi» [...].

Meta, *Incitamento all'odio*, Dettagli sulla normativa, disponibile al link: <<https://transparency.fb.com/it-it/policies/community-standards/hate-speech/>>

<sup>36</sup> Nel caso di Facebook la sua policy si basa *sulla tutela degli utenti, garantendo loro libertà d'espressione nel rispetto dei diritti e della sicurezza degli stessi*.

Ancora oggi non esiste una normativa univoca che regolamenti le piattaforme e delinea il piano d'azione sulle hate speech. Tuttavia, come si approfondirà nel quarto capitolo di questo elaborato, attualmente l'unica normativa a fare da *trait d'union* tra direttive europee e piattaforme è la Digital Service Act approvata nel novembre del 2022<sup>37</sup>.

Ma ad oggi, le finestre aperte su conflitti mondiali e crisi richiedono un cambio di direzione più efficace verso politiche di prevenzione, valutazione e monitoraggio dei rischi, soprattutto in vista di narrazioni che restituiscono immagini di paura e terrore. Nel report del 2020 del progetto CO.N.T.R.O.<sup>38</sup> i discorsi d'odio online sono considerati i comportamenti più violenti e oppressivi, poiché sono sempre più mirati e hanno un dichiarato intento di danneggiare, molestare, intimidire e umiliare gruppi specifici di persone, verso i quali incitare violenza e disprezzo. Oltretutto, la crescita del fenomeno dal 2016 è stata così esponenziale, al punto che il 75% degli intervistati dell'Eurobarometro ha dichiarato di aver assistito a discorsi d'odio online, nella maggior parte dei casi a sfondo razziale (ECRI, 2016).

Soltanto nell'anno del 2018 Facebook ha dichiarato di aver rimosso circa 7,9 milioni di contenuti, mentre YouTube è stato costretto a cancellare 15mila canali a trimestre, poiché venivano utilizzati come trasmettitori d'odio.

In un quadro più completo, partendo dal primo livello della Piramide dell'Odio (2017)<sup>39</sup>, i temi più stereotipati sono quelli relativi a genere femminile, comunità LGBT,

---

<sup>37</sup> Commissione Europea, Normativa sui servizi digitali: garantire un ambiente online sicuro e responsabile, disponibile al link: < [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_it](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_it)>

<sup>38</sup> Il progetto CONTRO (*Counter Narratives Against Racism Online*) è stato promosso e finanziato dalla Commissione europea e ideato e coordinato da UNAR (Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali), in partenariato con IRS (Istituto per la Ricerca Sociale), al fine di creare una mappatura completa sull'intensità e l'incremento delle discriminazioni online, volgendo un focus specifico su quelle di stampo razziale. Lo studio si è svolto dal 2018 al 2020 e ha preso sotto esame numerose ricerche oltre che a monitorare e tenere sotto controllo le principali piattaforme social come Facebook e YouTube. Unar, *Progetto CO.N.T.R.O., Progetto e azioni positive*, disponibile al link: <[https://www.unar.it/portale/web/guest/progetto-co\\_n\\_t\\_r\\_o\\_](https://www.unar.it/portale/web/guest/progetto-co_n_t_r_o_)>

<sup>39</sup> Camera dei deputati XVII legislatura, Commissione "Jo Cox" sull'intolleranza, la xenofobia, il razzismo e i fenomeni di odio. Relazione finale, 2017, disponibile al link:

immigrati (comprendendo anche rom, sinti e persone con diverso credo religioso) e in piccola parte persone affette da disabilità.

Ma il dato più significativo in Italia è dato dall'alto livello di discriminazioni. Nel complessivo circa 11milioni e 300mila persone, ossia il 25,7% della popolazione di età compresa tra i 18 e 74 anni, ha subito discriminazioni a scuola o a lavoro.

Nei luoghi lavorativi i comportamenti discriminatori sono molteplici e vanno dall'atteggiamento ostile di colleghi e superiori (32,1%), alla scarsa importanza di mansioni assegnate (21,9%), fino all'attribuzione di lavori penalizzanti (20,4%).

In aggiunta, il 72,1% della popolazione è vittima di ostilità in più ambiti e settori, mentre il restante 27,9% lo è nel momento iniziale dell'accesso al lavoro.

In particolare, come per gli stereotipi, tra le categorie più colpite dalle discriminazioni c'è il genere femmine. Per il 43,7% della popolazione il *gender gap* riguarda principalmente la sfera lavorativa ed economica. Infatti, le donne rispetto agli uomini sono maggiormente precarie o non hanno un lavoro in linea o pari ai loro titoli di studio. Inoltre, a causa del *glass ceiling* subiscono sbarramenti di avanzamento della carriera e *gender pay gap*.

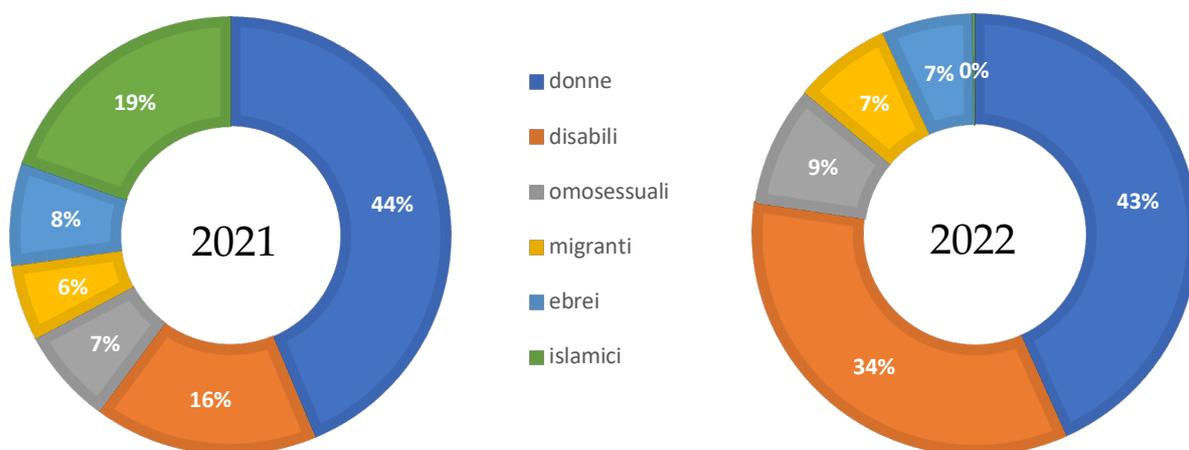
I numeri più consistenti vengono raggiunti però dagli immigrati (59,4%), gli omosessuali (61,3%) e i transessuali (80,3%). I primi, come per le donne, sono considerati svantaggiati sul lavoro, poiché difficilmente hanno promozioni o aumenti di stipendio. Inoltre, rispetto al resto della popolazione, è più difficile per loro trovare un'abitazione in cui vivere.

Come già detto, la costruzione offline delle barriere in ambiti sociali spesso si converte in odio nei confronti di minoranze che trova una cassa di risonanza online.

Proprio su questo, nei dati più recenti della *Mappa dell'Intolleranze* 7<sup>40</sup> di Vox ricavati dal monitoraggio di Twitter, nel 2022<sup>41</sup> su circa 630mila tweet il 93% erano negativi. Una crescita esponenziale rispetto a quella registrata l'anno precedente con il 69% dei tweet negativi. In aggiunta, dal 2013 i *frame* sono ormai standardizzati, ma ad oggi c'è un notevole calo dell'utilizzo di linguaggi razzisti.

Mettendo a confronto gli anni 2021 e 2022, i frame principali su cui si concentrano i tweet negativi sono donne, disabili, omosessuali, migranti, ebrei e islamici.

**Fig. 2.2 – Confronto tra 2021 e 2022 di frequenze temi in cluster misoginia (val %)**



Fonte: nostra elaborazione a partire da tweet negativi in Mappa dell'intolleranza di VOX (2021 e 2022)<sup>42</sup>

<sup>40</sup> È un progetto ideato da Vox – Osservatorio Italiano sui Diritti, in collaborazione con l'Università Statale di Milano, l'Università di Bari Aldo Moro, l'Università di Roma La Sapienza e IT'STIME dell'Università Cattolica di Milano.

VOX, *La nuova mappa dell'intolleranze 7*, 2022, disponibile al link: <<http://www.voxdiritti.it/la-nuova-mappa-dellintolleranza-7/>>

<sup>41</sup> Il periodo di analisi preso in considerazione va da gennaio a ottobre 2022.

<sup>42</sup> VOX, *La nuova mappa dell'intolleranze 7*, 2022, disponibile al link: <<http://www.voxdiritti.it/la-nuova-mappa-dellintolleranza-7/>>

A differenza dei risultati della *Relazione finale "Jo Cox"* (2017), nel confronto delle percentuali di Vox i soggetti maggiormente attaccati con commenti o linguaggi d'odio sono le donne, con rispettivamente il 43,7% nel 2021 e il 43,21% nel 2022 dei tweet negativi; seguite poi dalle persone affette da disabilità che raggiungono il 16,43% nel 2021 e un raddoppio nel 2022 con il 33,95%.

Tuttavia, da questa comparazione il dato più significativo è relativo ai tweet di stampo razzista sugli islamici. Infatti, sebbene l'Italia non sia mai stata direttamente coinvolta negli attentati di matrice islamica e nelle rivendicazioni terroristiche dell'ISIS, dopo 19 anni dall'11 settembre è ancora vivida la percezione negativa nei confronti degli islamici e dei musulmani. Complice di questo sono state le narrazioni di paura e terrore utilizzate dai media, che hanno innescato un vertiginoso aumento dei casi di discriminazione e islamofobia (Gavrila, Morcellini, 2022, pag. 43 sgg.).

Per questa ragione, ancora nel 2021 i tweet negativi nei confronti dell'Islam sono il 19,57%, per poi scomparire nell'oblio quasi totalmente nel 2022 con lo 0,15%.

In aumento del 1,73% sono stati invece i tweet sui migranti che, partendo dal 5,61%, arrivano al 7,33%. Questo leggero incremento può essere giustificato dalla centralità della tema da parte delle forze politiche di destra durante i comizi della campagna elettorale delle elezioni governative del 2022. Con ciò, però, non si riesce a spiegare una percentuale così bassa, dato che negli ultimi anni le narrazioni allarmistiche e sensazionalistiche diffuse dai media hanno ingigantito il fenomeno dei flussi migratori e della presenza di migranti in Italia. Si restituisce, così, all'opinione pubblica una visione emergenziale molto più estrema di quella reale che spesso nei media viene narrata con ostilità.

Tuttavia, sebbene la tematica sia stata sfruttata a fini propagandisti dalle forze politiche di destra, poiché utilizzata come strumento identitario per garantire credibilità, va notato che è rimasta fuori dall'agenda di talk show politici, carta stampata, telegiornali e programmi radio.

Infatti, durante il 2022 il *coverage* informativo è stato dominato dalla guerra in Ucraina e dai problemi collaterali come quelli economici dovuti al caro bollette o dai mancati accordi sul price cap.

D'altra parte, nonostante il confronto ancora più attuale con le atrocità di un conflitto, ancora oggi tra i tweet si registra il cluster antisemita, ma con un abbassamento dell'indice di odio al 6,58%, rispetto al 7,09% del 2021.

Infine, quasi a pari delle perpetuali sui migrati, ma con un notevole distacco tra i disabili e le donne, al terzo posto dell'indice di odio ci sono gli omosessuali, che proprio nel precedente anno registrano un aumento dell'1,69%, con l'8,78% nel 2022 e il 7,09%, 2021.

Nonostante il focus centrale di questo lavoro sia il genere femminile, trattandosi le questioni di genere, è giusto soffermarsi anche brevemente sul hate speech contro la comunità LGBTQI.

Confrontando la *Mappa dell'intolleranza 4* pre-pandemica di Vox del 2019<sup>43</sup> con quella più recente del 2022<sup>44</sup>, la comunità LGBT è tra i soggetti più discriminati su Twitter. Un dato che non si registrava dal 2016, quando l'odio verso la comunità era forte tanto da classificare l'Italia come il paese più omofobo dell'Unione Europea, con il 18% dei discorsi d'odio rivolti alla comunità<sup>45</sup> e un numero di tweet del 10,9%.

Nel 2022 la comunità gay è la terza categoria più odiata online, infatti, i tweet estratti relativi al cluster omofobia sono quasi 55mila, mentre nel 2019 erano circa 12mila.

---

<sup>43</sup> Infografica di focus sui i tweet sul cluster omofobia relativi al 2019 è disponibile al link: <[http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2019/06/A3\\_Omofobia.jpg](http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2019/06/A3_Omofobia.jpg)>

<sup>44</sup> Infografica di focus sui i tweet sul cluster omofobia relativi al 2022 è disponibile al link: <[http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2023/01/Infografiche2022\\_omofobia.jpg](http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2023/01/Infografiche2022_omofobia.jpg)>

<sup>45</sup> Camera dei deputati XVII legislatura, Commissione "Jo Cox" sull'intolleranza, la xenofobia, il razzismo e i fenomeni di odio. Relazione finale, 2017, pag. 71, disponibile al link: <[https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile\\_commissione\\_intolleranza/files/000/000/001/RELAZIONE\\_FINALE.pdf](https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile_commissione_intolleranza/files/000/000/001/RELAZIONE_FINALE.pdf)>

Un dato leggermente più positivo è quello relativo agli episodi di violenza omotransfobici, giacché nel 2019 avevano raggiunto i 187 episodi in 12 mesi, mentre nel 2022 si sono fermati a 126 nel periodo che va da maggio 2021 a maggio 2022.

Nel 2019 i picchi d'odio nei confronti della comunità gay corrispondono alla polarizzazione del dibattito sui diritti delle famiglie arcobaleno nei media mainstream o all'avvicinamento del Congresso nazionale sulla Famiglia; nel 2022 sono riferibili a fatti di cronaca e attualità come i giorni del Festival di Sanremo – soprattutto a seguito del discorso di Checco Zalone – e quelli in cui si è svolto il dibattito sul DDL ZAN.

Infine, per quanto riguarda i luoghi dell'odio, nel 2019 i tweet si concentrano in specifiche città come Milano, Bologna e Venezia al nord, mentre Napoli al sud. Nel 2022, invece, per le origini padovane dell'allora membro della Camera dei deputati Alessandro Zan, la questione ha avuto un impatto regionale a nord in Veneto, mentre al sud in Calabria. Un dato più circoscritto è riferibile alla città di Bari, dove a seguito del Pride pugliese si sono verificati aggressioni e violenze di gruppo nei confronti di due persone non binarie<sup>46</sup>.

A permettere la propagazione dell'odio online sono le stesse campagne di sensibilizzazione verso i diritti della comunità LGBTQI, poiché in Italia come in altri Paesi occidentali, queste sono considerate spesso strategie di business a favore della lobby gay. Negli anni queste idee complottiste hanno incrementato la presenza dei movimenti anti-gender e anti-gay, che negli anni 90' del 900 erano presenziati principalmente da conservatori di stampo cattolico che rifiutavano la *teoria gender*<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Ygnazia Cigna, «Gli hanno spaccato la testa...», lo shock subito dopo l'aggressione omofoba a Bari. A Napoli altri due casi dopo il Pride, Open online, luglio 2022, disponibile al link: <<https://www.open.online/2022/07/04/bari-aggressione-omofoba-pride-video/>>

<sup>47</sup> La prima volta che è stato utilizzato questo neologismo per indicare il rifiuto verso la comunità e gli studi di genere è stato negli anni 90' del XX da parte di un gruppo di conservatori cattolici. Garbagnoli S., «L'ideologia del genere»: l'irresistibile ascesa di un'invenzione retorica vaticana contro la denaturalizzazione dell'ordine sessuale, in Ag AboutGender International Journal of gender studies, vol.3, n.6, Genova, 2014.

(Garbagnoli S., 2014), i quali, oltre alla motivazione legata al business, aggiungeva quella di sostituzione della famiglia tradizionale.

Detto questo, a seguito dell'incremento dei movimenti omotransfobici e dell'hate speech, che spesso si traducono in azioni violente, è aumentata anche la percezione della paura delle vittime. Infatti, ad oggi il 68,2% ha paura di essere aggredito, minacciato o molestato nel caso in cui dimostrasse con evidenza di far coppia con una persona del suo stesso sesso: un dato in aumento, nonostante si sia oggettivamente riscontrata una riduzione degli episodi omofobici nel 2022. Le ragioni di questo sono plausibilmente attribuibili alle narrazioni medial, che spesso utilizzano linguaggi emergenziali e allarmistici (vedi 2.3).

## **2.2 Discriminazioni di genere: rappresentazioni femminili di stampo sessista**

Riprendendo brevemente quanto finora riferito, possiamo dire che i meccanismi inconsci della nostra mente possono essere considerati i principali responsabili della creazione di ostilità diffuse tramite il linguaggio. I simboli dello stigma e dell'odio possono essere espliciti, come quando animalizziamo o attribuiamo caratteristiche screditate o screditabili a un gruppo; oppure impliciti, poiché lo stereotipo all'interno della struttura semantica è sottile e non ci appare aggressivo o offensivo.

Soffermandosi sul caso specifico del genere femminile, nonostante il superamento della maggior parte dei ruoli tradizionali, il maggior numero delle considerazioni relative alle donne sono correlate a modelli femminili basati sul sesso (vedi 1.2): tali considerazioni sono centrate sulla subalternità in capacità e competenze rispetto al maschile (Commissione "Jo Cox", 2017).

Infatti, il 20% degli italiani «pensa che gli uomini siano dirigenti di impresa e leader politici migliori delle donne» poiché ad esse non viene attribuito *empowerment* e

capacità gestionali; il 32,9% «non ritiene necessario aumentare il numero di donne che ricoprono cariche pubbliche», nonostante la bassa presenza femminile nella classe politica rispetto a quella maschile. Inoltre, il 49,7% «ritiene che l'uomo debba provvedere alle necessità economiche della famiglia e siano meno adatti a occuparsi delle faccende domestiche» (Commissione Jo "Cox", 2017), vedendo quest'ultime mansioni più in linea il genere femminile. Infine, il lavoro diventa incompatibile con la maternità, poiché il 34,4% «ritiene che una madre occupata non possa stabilire un buon rapporto con i figli al pari di una madre che non lavora» (Ibidem).

Sebbene la *Relazione Finale* (2017) riporta che non ci sia un grande divario tra discriminazione di genere, poiché le donne raggiungono il 25,8% mentre gli uomini il 25,6%, le donne comunque percepiscono di essere più soggette a disuguaglianze proprio per il loro genere. Infatti, confrontando i dati sulle esperienze vissute da entrambi i generi, il divario percentuale si moltiplica.

In ambito scolastico il 15,8% delle donne ha dichiarato di aver subito discriminazioni, mentre in quello lavorativo si raggiunge il doppio con il 36,8%. Rispettivamente gli uomini arrivano al 6,3% nel primo e al 6,0% nel secondo. Oltretutto, il 44,4% del genere femminile si considera vittima di comportamenti discriminatori nell'accesso al lavoro, mentre il 44% ha dovuto rinunciare al proprio posto e alla propria indipendenza economica per occuparsi della famiglia, a fronte degli uomini che si fermano al 16%.

Da ciò si desume che soprattutto nei contesti lavorativi le discriminazioni di genere avvengono sulla base di stereotipi legati al sesso. Tale fenomeno espone le donne a subire anche maggiori violenze sia verbali, tramite *hate words* e minacce, che psicologiche ed economiche, mediante ricatti e intimidazioni, fino ad arrivare all'aggressione fisica.

### 2.2.1 L'hate speech di genere è donna: misoginia e sessismo diffusi sui social

Come risulta evidente nei due grafici ricavati dalla Mappa dell'Intolleranze 4 e 7 (Fig. 2.2) messe a confronto sul tema delle discriminazioni online, il genere femminile rimane protagonista nei discorsi d'odio.

Negli anni i social media si sono trasformati nel luogo misogino per eccellenza, tanto che a livello europeo 1 donna su 10 dai 15 anni in su ha subito cyberviolenza.

Difatti, già nel 2016 VOX, con la sua indagine sulle hate speech su Twitter, denunciava che il 63% dei tweet negativi, nel periodo di monitoraggio tra agosto del 2015 e il febbraio del 2016, era rivolto alle donne<sup>48</sup>.

Seppur il numero dei tweet negativi relativi al cluster Misoginia rispetto al periodo 2015-2016 sia diminuito, nel monitoraggio trimestrale marzo-maggio 2019 su quasi 56mila tweet circa 40mila erano negativi, ossia il 17% del totale<sup>49</sup>. Un aumentato esponenziale, quasi paragonabile ai livelli raggiunti in passato.

Il numero di hate speech tra gennaio e fine ottobre del 2022 è del 43,21%, infatti, su un campione di circa 281mila tweet più della metà (252mila) è negativo<sup>50</sup>.

Come per le discriminazioni sulla comunità LGBT<sup>51</sup>, nel 2019 a livello nazionale l'indice d'odio tra le città si riconferma a Milano, Bologna per il nord e a Napoli per il sud; si doma il focolaio a Venezia, ma divampa nella città di Firenze.

Nel 2022, però, il fenomeno non è più circoscritto a singole città, ma si espande fino alle regioni. Un esempio è l'Emilia-Romagna, in cui l'incremento dei linguaggi

---

<sup>48</sup> Camera dei deputati XVII legislatura, Commissione "Jo Cox" sull'intolleranza, la xenofobia, il razzismo e i fenomeni di odio. Relazione finale, 2017, disponibile al link: <[https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile\\_commissione\\_intolleranza/files/000/000/001/RELAZIONE\\_FINALE.pdf](https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile_commissione_intolleranza/files/000/000/001/RELAZIONE_FINALE.pdf)>

<sup>49</sup> Infografica di focus sui i tweet sul cluster Misoginia relativi al 2019 è disponibile al link: <[http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2019/06/A3\\_Misoginia.jpg](http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2019/06/A3_Misoginia.jpg)>

<sup>50</sup> Infografica di focus sui i tweet sul cluster Misoginia relativi al 2022 è disponibile al link: <[http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2023/01/Infografiche2022\\_misoginia.jpg](http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2023/01/Infografiche2022_misoginia.jpg)>

<sup>51</sup> Infografica di focus sui i tweet sul cluster omofobia relativi al 2019 è disponibile al link: <[http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2019/06/A3\\_Omofobia.jpg](http://www.voxdiritti.it/wp-content/uploads//2019/06/A3_Omofobia.jpg)>

misogini online è seguito anche da quello dei femminicidi (UIL, 2022). In Toscana, seppur l'odio è diffuso nell'intera regione, il tasso più alto si registra a Firenze e nelle zone limitrofe. Inoltre, rispetto al passato, anche nelle regioni centrali come Umbria e Lazio è aumentato in numero di tweet misogini.

Al sud, invece, la zona più colpita dall'odio è la Campania, soprattutto nelle vicinanze di Napoli; contrariamente ai tweet negativi omofobici, la Puglia non riversa significativi livelli di odio.

Il fattore più significativo è il rapporto direttamente proporzionale degli hate speech con la violenza di genere. Infatti, mettendo a confronto il 2019 col 2022, all'aumentare dei tweet misogini corrisponde quello dei casi di violenza domestica e femminicidi. Nel 2018 il numero di casi di femminicidio registrati è di 106, mentre le donne uccise in Italia nel 2019 sono 13. Un fenomeno riscontrabile anche nei luoghi dell'odio. Difatti, in Lombardia o al Norditalia, dove l'odio è maggiormente diffuso, si registra la percentuale maggiore di femminicidi nel 2019 con il 45,4%; seguito dal sud con il 36,3% e il centro con il 18,4%. Quindi, dal confronto dei dati online e offline, si potrebbe ricavare che tendenzialmente l'odio nei confronti delle donne è in egual modo diffuso. Una peculiarità italiana in questo ambito è la storicità culturale del sessismo, che è ravvisabile dalla stessa lingua nazionale, in particolare mediante l'utilizzo del maschile per designare il plurale quando sono associati ambo i generi.

Naturalmente, il linguaggio sessista utilizzato nelle piattaforme social trascende le regole prestabilite dalla lingua, ma è più violento e molto specifico.

Sul tema hate speech, ponendo il *focus* sul linguaggio discriminatorio, i dati più significativi sono stati ottenuti dal *Barometro dell'odio – Sessismo da tastiera (2020)*<sup>52</sup> di Amnesty International Italia, in cui il campione di studio comprende circa 43mila

---

<sup>52</sup> Amnesty International Italia, Barometro dell'odio – Sessismo da tastiera, 2020, disponibile al link: <<https://d21zrvtkxtd6ae.cloudfront.net/public/uploads/2020/03/15212126/Amnesty-Barometro-odio-aprile-2020.pdf>>

contenuti social tra post di Facebook e Twitter raccolti in un periodo di monitoraggio pari a 5 settimane tra novembre e dicembre del 2019.

Il lavoro di Amnesty è volto, nello specifico, a individuare discorsi discriminatori e aggressivi e a considerare *hate speech* esclusivamente i contenuti che incitano in modo esplicito all'odio e alla violenza<sup>53</sup>.

Secondo il *Barometro*, il tema donne è il terzo per incidenza (4,5%) ad alimentare hate speech su Facebook e Twitter, dopo immigrazione e minoranze religiose.

Nel cluster misogino rientrano il 61,1% dei commenti negativi, di cui il 37% ha contenuti esplicitamente offensivi e discriminatori. In particolare, analizzando quest'ultimi è emerso che le donne sono diventate un bersaglio a prescindere da avvenimenti o fatti di attualità, dalle tematiche connesse o da provocazioni dovute alla spettacolarizzazione mediale.

È bene ricordare che le rappresentazioni femminili sono state costruite dall'uomo in base ai suoi gusti e piaceri. Ragion per cui la sua identità è stata costruita sulle differenze da quella maschile (De Beauvoir, 2016).

Pertanto, una possibile chiave di lettura sui motivi che spingono all'odio, potrebbe essere il desiderio di rivalsa. Infatti, la pretesa di indipendenza, egemonia ed *empowerment* femminile potrebbe aver piantato il seme dell'odio, poiché sarebbero messi in discussione l'autorità e il potere maschile esercitati sulla donna. Per questa ragione, una forma di contro-narrazione per ridimensionare tale potere sono gli attacchi personali con offese e discriminazioni. Infatti, considerando l'intero *corpus* dell'analisi Amnesty su più di 42mila commenti, quelli negativi sono il 65%, di cui il

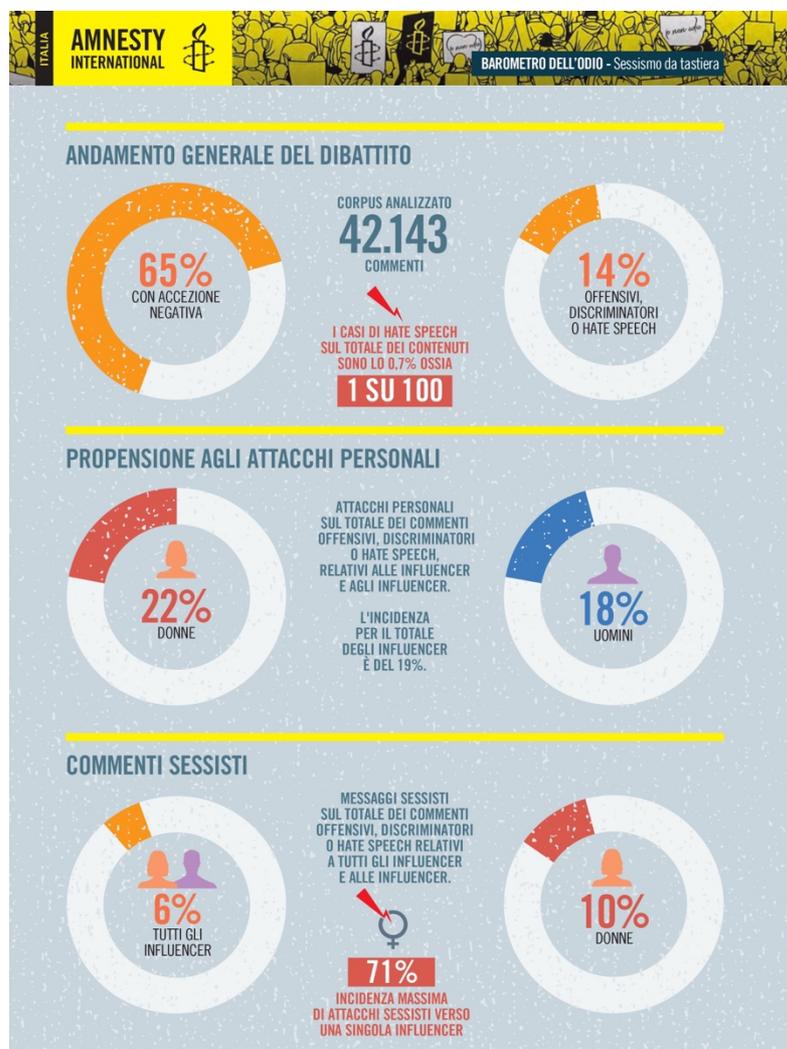
---

<sup>53</sup> Come viene sottolineato a pagina 12 in piccolo paragrafo a sinistra del *Barometro* (2020) nei dati forniti dallo stesso bisogna tenere a mente che «sono etichettati come "*hate speech*" solo i contenuti che incitano in modo esplicito all'odio e alla violenza. Offese e messaggi discriminatori, anche gravi, sono invece catalogati come «commenti offensivi e/o discriminatori». Questa scelta è dettata dalla volontà di analizzare in modo più puntuale il fenomeno, così da poter individuare risposte adatte alle diverse manifestazioni di intolleranza online».

14% è mirato a discriminare e a diffondere messaggi d'odio nei confronti del genere femminile.

Mettendo a confronto i due generi, i commenti hate diretti alle donne superano del 6% quelli degli uomini (4%). Dal 2019 ad oggi, la misoginia online ha avuto un incremento del 12% (Barometro 2020). Ciò vuol dire che una persona su due sceglie di parlare del genere femminile con espliciti intenti d'odio.

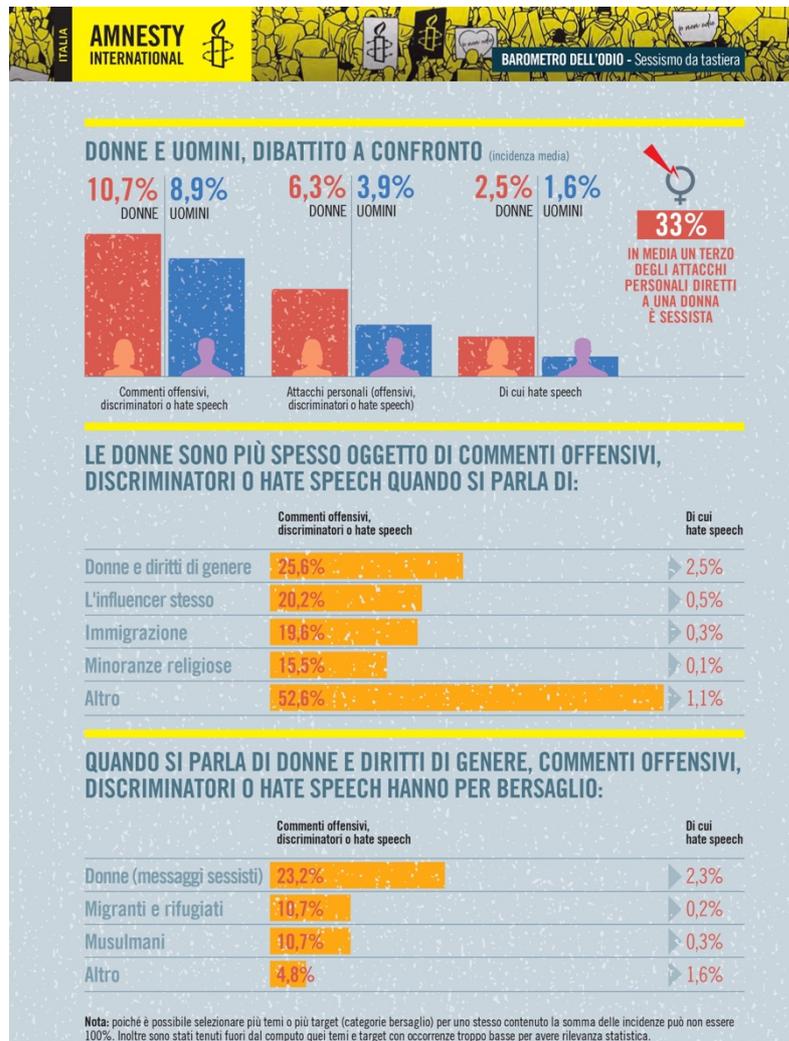
**Fig. 2.3 – Frequenza hate speech sulle donne in relazione agli uomini nel 2020**



Fonte: Barometro dell'odio – Sessismo da tastiera in Amnesty (2020)

Inoltre, a causa della maggiore esposizione, le donne influencer sono maggiormente esposte al flusso d'odio, subendo attacchi offensivi e discriminatori ad personam con un'incidenza del 22%; mentre gli uomini, nel medesimo caso, raggiungono il 18%. Questo dato diventa ancora più rilevante se si considera il cluster influencer nel complesso. Le tematiche relative ai temi degli influencer suscitano discriminazioni nel 19% dei casi, mentre l'influencer donna come soggetto innesca di per sé il 20,2% dei commenti offensivi.

Fig. 2. 3 – Frequenza hate speech e temi nel cluster donna nel 2020



Fonte: Barometro dell'odio – Sessismo da tastiera in Amnesty (2020)

Tuttavia, secondo i dati Amnesty, all'interno del target femminile, il dibattito dell'odio verte principalmente sui diritti di genere con un'incidenza del 25,6%, mentre l'immigrazione e le minoranze religiose sono rispettivamente al 19,6% e 15,5%.

A sua volta, all'interno della categoria donne e diritti, i commenti offensivi si concentrano su linguaggi sessisti, mentre quelli su migranti e religione sono il 10,7%. Ma va sottolineato che una donna di etnia diversa è doppiamente discriminata, poiché riceve commenti sia di stampo sessista che razziale; ugualmente accade se la donna professa una religione diversa da quella cattolica.

Mettendo i dati a confronto, si ricava quindi che la cultura dell'odio nel nostro Paese è principalmente di stampo sessista.

In aggiunta, quando si tratta di misoginia e di odio nei confronti delle donne occorre considerare le relazioni di potere che stanno alla base del sistema gerarchico, al cui vertice sono generalmente situati gli uomini.

Negli anni questi fattori sono stati i fertilizzanti principali della violenza verbale e fisica, tanto da far crescere su Internet gruppi di estremisti, creati per diffondere pensieri misogini e sessisti, a difesa del concetto dell'egemonia maschile.

All'interno dei social le narrazioni d'odio, fortemente legate a una visione stereotipata del genere femminile, hanno un impatto maggiore sugli individui, poiché questi luoghi si trasformano in megafoni di hate speech.

Infatti, modelli, concetti e categorie mentali, che prima potevano essere condivise soltanto con un gruppo limitato di individui, con le *platform society* possono propagarsi in maniera libera e illimitata. Inoltre, in quanto cassa di risonanza, riescono a raccogliere un bacino di consensi molto più ampio.

Detto questo, potremmo ipotizzare che il notevole aumento delle narrazioni misogine di stampo sessista sia anche parzialmente legato alla nascita di gruppi violenti online all'interno dei quali si esalta la supremazia maschile e la subordinazione femminile.

In questo universo virtuale chiamato *manospher* i gruppi più rilevanti negli ultimi anni sono gli Incel<sup>54</sup> e i Red Pill<sup>55</sup>, entrambi ormai rinomati per l'utilizzo della violenza verbale come unico strumento per la costruzione dell'identità maschile.

Inoltre, uno approccio etnografico nei confronti di questi gruppi social ha dimostrato che il «simbolismo di genere» viene costruito in primo luogo attraverso «un'estetica, frustrante e narrazione vittimistica di sé» (Dordoni, Magaraggia, 2021, pag.46).

In aggiunta, la classificazione e la valutazione delle donne e degli uomini vengono fornite in riferimento alla legge LSM (Look, Status e Money), da cui hanno avuto origine alcune caratterizzazioni maschili, come alpha o beta. Quindi, nel momento in cui il proprio status non raggiunge gli standard desiderati e desiderabili, la contro-narrazione è quella di essere vittime di un'ingiustizia e che l'unica causa del proprio insuccesso è il genere femminile.

Per risollevarsi dal loro stato fallimentare, nella narrazione redpillata, gli uomini devono prendere la "pillola rossa" per risvegliarsi e scoprire la verità sulla loro condizioni, diventando così *redpillati*.

L'incitamento all'azione è ancora più pericoloso e violento nei gruppi Incel. Infatti, quest'ultimi rivendicano il diritto di avere una partner, ragion per cui negano «la libertà femminile, inneggiando allo stupro e alla violenza». Gli uomini hanno il diritto di avere rapporti sessuali con le donne e di pagare per farlo, per questo lottano affinché venga legalizzata la prostituzione femminile.

Dunque, appare evidente come in questi gruppi il sessismo non soltanto sfrutti tipi di narrazioni deumanizzanti, ma istighi esplicitamente all'odio e alla violenza fisica contro le donne.

---

<sup>54</sup> Questo termine viene utilizzato per indicare un gruppo estremista misogino nato sui social i cui membri si considerano dei celibi involontari (*involuntary celibate*) per motivi indipendenti dalla loro volontà (Dordoni, Magaraggia, 2021, pag.46)

<sup>55</sup> Questo termine ha un riferimento cinematografico, poiché prende spunto da una delle scene più famose del primo film di MATRIX (1999) quando il protagonista Neo sceglie di prendere la pillola rossa per scoprire la verità aprendo gli occhi sulla realtà.

Tuttavia, la cultura sessista e la denigrazione femminile hanno una rilevanza indipendente dai gruppi estremisti online.

Dunque, per comprendere anche lo spessore del linguaggio e i *focus* utilizzati per discriminare è necessario analizzare le parole attraverso le quali si costruisce il messaggio.

Le *hate words*<sup>56</sup> più frequentemente utilizzate contro le donne puntano alla denigrazione a sfondo sessuale (*slut-shaming*): nella quale rientrano le espressioni legate alla prostituzione come *buttana, puttana, zoccola, troia, prostituta, battona, fica di legno, mignotta, smandrappona, frigida, pompinara, succhiacazzi, bagascia*; oppure quelle che colpiscono il corpo e l'aspetto fisico (*body-shaming*), come *chiattona, cicciona, cesso, vacca, scrofa, zecca*<sup>57</sup>, *brutta, scimmia e befana*.

In una maniera leggermente meno diffusa, invece, si tenta di sminuire la donna attraverso la bassa considerazione della sua intelligenza e astuzia o tramite rappresentazioni che descrivono un atteggiamento superficiale e poco serio. In questi casi le parole utilizzate più spesso sono *gallina, oca, mentecatta, fessa, stupida*.

Alcune di queste parole, a causa del loro frequente utilizzo, sono ormai di uso popolare, tanto che spesso le stesse donne le usano per offendere o addirittura per gioco.

Tuttavia, oltre che nelle parole esplicitamente offensive, la cultura sessista si può rintracciare anche nelle associazioni mentali.

---

<sup>56</sup> Le parole sono state ricavate dalla mappatura del Barometro dell'Odio – Sessismo da tastiera, Mappa dell'intolleranze 4 e 7 di Vox sul cluster Misoginia e da alcuni termini più comuni del glossario di Tullio de Mauro *Le Parole per Ferire* realizzato per la Commissione “Jo Cox” e pubblicato sulla rivista online di Internazionale.

Tullio de Mauro, *Le Parole per ferire*, Dizionario, Internazionale, 2016, disponibile al link: <<https://www.internazionale.it/opinione/tullio-de-mauro/2016/09/27/razzismo-parole-ferire>>

<sup>57</sup> Questo termine di origine animale è quasi sempre in combinazioni con altri come comunista, sfigata, di sinistra o parassita, ed è la parola più utilizzata nel linguaggio d'odio analizzato dal Barometro (2020). Amnesty International Italia, *Barometro dell'odio – Sessismo da tastiera*, 2020, disponibile al link: <<https://d21zrvtkxtd6ae.cloudfront.net/public/uploads/2020/03/15212126/Amnesty-Barometro-odio-aprile-2020.pdf>>

Ad esempio, quando una donna fa carriera spesso il suo successo non è associato al merito o alle sue capacità, come per gli uomini, ma le considerazioni più plausibili sono «è raccomandata», «è un arrivista», «chi sa a chi l'ha data».

Quindi, mettendo a confronto i due sessi e le parole attribuite all'uno o all'altro, appare chiaro il divario dell'immaginario collettivo restituito dai linguaggi.

Infatti, se una donna impone la sua autorità e fermezza è *isterica*, *pazza* o *cagna*; mentre un uomo è autorevole e un leader. Se una donna decide di andare a letto con più uomini è una *puttana* o una *troia*; diversamente un uomo è uno *sciupafemmine* o *goliarda*. O anche, se lui è un *genio* lei è una *saputella* o *maestrina*; se lui è *caparbio* lei è *arrogante*.

Da questi esempi, seppur non numerosi, appare chiaro come a ogni aggettivo o appellativo maschile positivo ne venga associato uno negativo al femminile.

Tuttavia, è bene sottolineare che il fattore culturale e linguistico degli stereotipi sessisti risulta ancora più determinante quando passa da *vox populi* a linguaggio mediale e digitale.

### **2.3 La notiziabilità dell'odio: disinformazione, fake news e media terrorismi**

Come si è dimostrato nel precedente paragrafo, le piattaforme digitali hanno cambiato profondamente nel tempo il sistema sociale. Ciò significa che, oltre a essere cambiato il modo degli individui di rapportarsi alla realtà, sono mutate anche le strutture comunicative tramite le quali essa viene rappresentata e raccontata.

Nell'epoca definita della «piattaformizzazione» (Van Dijk, Poell, de Waal, 2019) il web è diventato luogo funzionale sia alle connessioni sociali che al flusso informativo, ponendo sfide importanti alla libertà d'espressione e d'informazione e al futuro delle democrazie.

Infatti, Internet ha radicalmente cambiato la modalità in cui viene prodotta, distribuita e utilizza un'informazione, poiché gli algoritmi su cui fanno affidamento i motori di ricerca come Google o i *social media* come Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, sono basati su sistemi di *machine learning*<sup>58</sup> (Pitruzzella, Pollicino, Quintarelli, 2017). Ciò significa che ogni singolo contenuto fruibile viene fornito sulla base delle informazioni che gli utenti danno durante la navigazione. Questo sistema di filtraggio delle notizie, seppur apparentemente innocuo, è considerato la prima causa della diffusione di disinformazione e misinformazione<sup>59</sup> online.

Per fare un esempio, Google impiega due tipi di filtri: uno basato sul numero di link di ingresso e prestazioni dei siti; l'altro sulla rilevanza di un contenuto in base al numero di click da parte degli utenti.

Di conseguenza, ciò dimostra che le informazioni non sono indicizzate sulla base di contenuti e notizie verificati e deontologicamente corretti, ma anzi è più facile incorrere in siti che diffondono false informazioni.

Per quanto riguarda i social media, invece, è possibile analizzare Facebook. Infatti, anche in questo caso gli algoritmi utilizzati si basano su filtri che selezionano contenuti sulla base della profilazione dell'utente. Tuttavia, diversamente dai motori di ricerca come Google, che si sono adoperati per aggregare le news (Google News o Yahoo News), nelle piattaforme social chiunque può creare contenuti e condividere informazione, anche se non è un professionista del settore (Van Dijk, Poell, de Waal,

---

<sup>58</sup> Questo termine inglese è coniato per indicare un sottoinsieme dell'intelligenza artificiale che si occupa di creare sistemi e algoritmi che apprendono o migliorano le performance in base ai dati che utilizzano, sulla «base di criteri statistici computazionali e l'ottimizzazione matematica» (Treccani).

Treccani, *Machine learning*, disponibile al link: <[https://www.treccani.it/vocabolario/machine-learning\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/machine-learning_%28Neologismi%29/)>

<sup>59</sup> Negli ultimi anni gli studi portati avanti sulla comunicazione hanno rilevato un altro tipo di informazione falsa diffusa che differiva dalla disinformazione. Infatti, il termine disinformazione viene utilizzato nei casi in cui la diffusione delle fake news avviene con intenti espliciti, dunque i contenuti di varie tipologie vengono costruiti ad hoc per diffondere un'informazione fittizia e alimentare polemica o odio nei confronti su determinati temi. Diversamente la misinformazione indica la condivisione passiva e ingenua di informazioni e notizie che sono fake.

2019). Un sistema liberalista che, sebbene garantisca la sopravvivenza dei pluralismi, non tutela e protegge gli utenti da contenuti falsi e sensazionalistici, poiché spesso sono creati appositamente per suscitare polemiche o dissenso.

Ne risulta quindi che nelle piattaforme, così come per i motori di ricerca, il flusso informativo è fortemente compromesso, dal momento che è frammentato e polarizzato. A questa criticità si aggiunge il fenomeno dell'infodemia, in cui l'*overload* di informazioni non permette di verificare le fonti e fare *fact-checking*<sup>60</sup>, lasciando spazio a narrazioni manipolate ed estremamente soggettive (Bentivegna, Bocca Artieri, 2019, pag. 66 sgg.).

Nel periodo dell'emergenza sanitaria SARS-CoV-2, durante la quale tutti i cittadini hanno trascorso la maggior parte della propria quotidianità in casa e le informazioni istituzionali erano frammentarie e spesso contraddittorie, gli utenti che hanno utilizzato i social media per informarsi sono aumentati rispetto agli anni precedenti. Infatti, come dimostra il secondo rapporto annuale sulla *Buona comunicazione dell'emergenza quotidiana* (2022) dell'Osservatorio di Ital Communications e CENSIS, il numero di persone che durante il *lockdown* ha usufruito dei social media per informarsi è pari al 38,8%, ossia l'equivalente di 19milioni di persone su un totale di 135 milioni. Di questi, l'83,4% ha dichiarato di essersi imbattuto, durante i due anni di pandemia, in numerose *fake news*.

Analogamente in un periodo emergenziale, seppur con un impatto diverso per gli italiani, ovvero quello della Guerra in Ucraina, si è registrato un aumento inaspettato di cittadini che hanno consultato i social per essere aggiornati sugli avvenimenti in tempo reale. In questo caso, il numero degli utenti che è andato in contro a bufale si è abbassato al 66,1%. In questo caso, inoltre, desta preoccupazione l'alto numero di

---

<sup>60</sup> Con questo neologismo anglofono si indica nell'ambito del mestiere giornalistica la verifica dei fatti e delle fonti, per confutare l'attendibilità e la veridicità di ciò di cui si sta parlando (Treccani). Treccani, Fact-checking, disponibile al link: <[https://www.treccani.it/vocabolario/fact-checking\\_\(Neologismi\)](https://www.treccani.it/vocabolario/fact-checking_(Neologismi))>

soggetti intervistati che ha dichiarato di aver «prodotto, condiviso o commentato» contenuti sulla guerra diversi da quelli pubblicati dalle fonti tradizionali: si tratta di un equivalente del 33,8% dei soggetti tra 35 e 64 anni, mentre si sale al 40,2% se si considerano i giovani dai 18 ai 34 anni. Un dato opposto a quello registrato durante l'emergenza sanitaria SARS-CoV-2, dove il 40,7% dei soggetti che diffondeva o produceva notizie contrarie a quelle del Governo era compreso nella fascia di età tra i 35 e 64 anni. L'aumento della percentuale durante la guerra può essere spiegato dell'utilizzo degli influencer come fonte per informarsi (38,1%).

Considerati questi dati, si evince che il web diventa un luogo favorevole per esprimere le proprie idee e il proprio dissenso. Infatti, la bulimia informativa, in combinazione ai meccanismi ossessivi dell'essere informati, ha suscitato la sfiducia nei confronti sia delle istituzioni che dell'apparato informativo tradizionale. In aggiunta, a questa disintermediazione è conseguita l'estremizzazione del concetto di libertà d'espressione e di pensiero all'interno delle piattaforme, attraverso *sharing* e *making* di contenuti informativi spesso falsi e propagandistici.

Un esempio della problematicità delle teorie cospirazioniste diffuse in rete, che spesso sono sovversive nei confronti di qualsiasi sistema giuridico e legislativo, è il caso di cronaca Pizzagate, risalente al 2016<sup>61</sup>. Durante il periodo delle elezioni politiche negli Stati Uniti, su Twitter e alcuni siti web come 4chan e 8chan, si è diffusa l'idea che alcuni ristoranti negli USA, col sostegno di alcune forze politiche, fossero coinvolti in un traffico di esseri umani e di abuso di minori. Secondo i complottisti, uno dei locali coinvolti era la pizzeria Comet Ping Pong a Washington. A seguito del continuo incremento di fake news diffuse sul web, accreditate anche da alcuni giornalisti conservatori, un uomo della Carolina del Nord, sostenendo di essere mosso

---

<sup>61</sup> Post, *Una spparatoria nata da una notizia falsa*, dicembre 2016, disponibile al link: <<https://www.ilpost.it/2016/12/05/sparatoria-pizzagate/>>

dall'obiettivo di indagare in prima persona sul caso, si è recato nella pizzeria e ha sparato con un fucile all'interno di un ristorante.

Un altro evento, più recente, è l'assalto di Capital Hill<sup>62</sup>, compiuto da un gruppo di persone di estrema destra, per protestare contro la mancata rielezione dell'ex presidente Donald Trump. La protesta, che ebbe un bilancio di 52 arrestati, 13 feriti e 5 morti, anche in questo caso era partita dai social.

Questi due episodi confermano il potere che le piattaforme concedono a gruppi estremisti, che utilizzano non soltanto la violenza verbale, ma anche quella fisica.

Inoltre, nell'effetto *echo chambers*, oltre al rischio dell'estremismo violento, tra gli effetti collaterali, c'è la polarizzazione della politica, che può mettere in crisi la *governance* di uno stato e provocare il mutamento del consenso degli elettori, tramite la compressione del pensiero critico, che rende gli individui facili esche per le fake news, con fini propagandisti e manipolatori (Bentivegna, Bocca Artieri, 2019, pag. 75 sgg.).

Per portare un esempio italiano, invece, i gruppi che hanno creato negli ultimi anni maggiore disordine pubblico sono stati i NO VAX, spesso affiancati dai neo-fascisti.

Il dissenso di questi gruppi verso la «dittatura sanitaria» è cominciato dai social, ma poi si è concretizzato spesso in manifestazioni e assalti organizzati, come quello alla sede della Confederazione Generale Italiana del Lavoro (Cgil) nell'ottobre del 2021.

A fare proseliti di idee complottiste NO VAX online erano i gruppi Io Apro su Facebook e Basta Dittatura su Telegram; tuttavia, in parte, la responsabilità dell'*escalation* violenta di tali gruppi è attribuibile ai media tradizionali.

Infatti, sebbene l'aumento dell'utilizzo dei social media come fonte di informazione, l'82,8% (41milioni) degli italiani continua a fare affidamento ai media tradizionali come tv, radio e quotidiani cartacei (Ital Communications e CENSIS, 2022).

---

<sup>62</sup> Federico Zitti, Due anni dall'assalto di Capitol Hill. Fu una protesta sfuggita di mano o un tentativo di golpe?, Rai News, 6 gennaio 2021, disponibile al link: <<https://www.rainews.it/articoli/2023/01/due-anni-dallassalto-di-capitol-hill-fu-una-protesta-sfuggita-di-mano-o-un-tentativo-di-golpe-6c59a646-0fa5-4222-af26-c5cb3f1eeb69.html>>

Durante la pandemia da Covid-19, i media tradizionali come tv, radio e giornali, attraverso le loro narrazioni, hanno diffuso «il germe della paura» rendendo «difficile conferire un senso alla realtà sociale» (Gavrila, Morcellini, 2022, pag. 19). Infatti, le principali immagini restituite alla collettività erano colme di bollettini sanitari dei contagi, numero di morti e terapie intensive con pazienti intubati e in fin di vita. Tutto questo ha generato tra i cittadini un diffuso stato di terrore, una sensazione di incertezza nei confronti del futuro, ansie e preoccupazioni.

Da ciò, si può desumere che la narrazione emotiva e sensazionalistica e la virale contaminazione delle idee con informazioni distorte o poco chiare possono essere considerate sia le principali responsabili dell'aumento di odio sociale, sia le istigatrici di atti insurrezionalisti contro le istituzioni statali.

Durante alcuni avvenimenti mondiali come l'11 settembre, la pandemia da Covid-19 e il conflitto russo-ucraino, i media hanno creato uno «shock mediatico collettivo post-traumatico», tramite una comunicazione più emotiva, irrazionale e attenta a diffondere un senso di solidarietà comune, che ha però direzionato l'odio nei confronti di un unico nemico (Gavrila, Morcellini, 2022).

In aggiunta, oltre ai linguaggi dei megafoni mediatici, a influenzare il pensiero dell'opinione pubblica è la ripetitività di un certo tipo di informazione. Infatti, a causa dell'*agenda setting*<sup>63</sup>, testate, telegiornali e radio sono reciproche fotocopie, giacché trasmettono le medesime notizie. Inoltre, dai dati dell'Osservatorio Tg viene dimostrato come la messa in onda dei principali Tg nazionali sia monopolizzata dalle notizie negative.

---

<sup>63</sup> La teoria dell'*agenda setting* è stata elaborata per la prima volta negli anni 70' dal giornalista Maxwell McCombs e Eugene F. Shaw, che in quelli agli riuscirono a dimostrare la sua esistenza. Dalla ricerca portata avanti dai due autori fa emergere come i media non esplicitamente persuadono gli individui, ma gli offrono una lista di temi considerati importanti. Dato il potere che alcuni media hanno rispetto ad altri, l'informazione viene omologata e settata seguendo l'agenda tematica costruita sull'agenda proposta (Bentivegna S., Bocca Artieri G., 2019, pp. 170-171).

Durante la pandemia da Covid-19, nel periodo di monitoraggio marzo del 2021 fino a quello del 2022, 2 titoli su 3 (per un totale di 149) trattavano il problema pandemico. La narrazione emergenziale, sia a livello nazionale che internazionale, copriva l'84% delle notizie, alimentando, così, un allarmismo diffuso<sup>64</sup>.

In una logica di «crisi scaccia crisi» a rendere non più notiziabili i contenuti a tema Covid-19 è stata la Guerra in Ucraina. Oltre alla maggiore permanenza nello spazio mediatico del ben 70,7%, il *coverage* informativo televisivo ha assunto una notevole virulenza nei linguaggi e nelle immagini trasmesse rispetto al periodo pandemico. Infatti, numerosi Tg hanno più volte ripreso, senza alcun filtro deontologico, contenuti audiovisivi o fotografici diffusi sulle piattaforme social, creando così una polarizzazione incontrollata tra buoni e cattivi, tramite la quale sono stati innescati meccanismi di solidarietà collettiva verso le vittime e di odio e repulsione verso i carnefici.

Sintetizzando, i media tradizionali, per linguaggi che hanno diffuso, non possono esimersi dalla responsabilità di aver generato paure e terrore, che hanno auto-alimentato la cultura dell'odio.

La rete ha connotato dei canoni, che travalicano la verità e la fattualità delle notizie e dei contenuti informativi. Tuttavia, negli ultimi anni, la diffusione delle *fake news* o di informazioni false, erranee o parzialmente vere è diventata un problema che coinvolge non soltanto i social, ma anche i media tradizionali.

Ad oggi, la voracità con cui gli utenti catturano le informazioni e l'aumento del bisogno di informazione ha due principali conseguenze. Da un lato c'è la viralità dell'*overload* di informazioni; dall'altro l'effetto da Covid-19, ossia la diffusione di ansie e preoccupazioni nella maggior parte degli individui, alimentate da ciò che resta ignoto.

---

<sup>64</sup> Osservatorio Tg Eurispes - CoRis Sapienza, *Crisi scaccia crisi? L'emergenza permanente dell'informazione televisiva tra Covid-19 e conflitto russo-ucraino. Rapporto settembre 2021 - maggio 2022, 2022.*

Infine, sebbene gli *old media* sono una fonte accreditata e qualificata, poiché rappresentate da figure rilevanti nel settore della comunicazione, l'informazione di stampo securitario, lacunoso e deontologicamente scorretto ha aumentato la percezione della paura, trasmettendo alla popolazione una maggiore sensazione di vulnerabilità, incrementata da linguaggi e discorsi d'odio che a volte giustificano gli *hate crime* nei confronti di determinate categorie.



### **3. Hate speech di genere: obiettivi, metodologia e risultati della ricerca**

Per meglio specificare gli obiettivi di questa ricerca, *l'incipit* di questo capitolo sarà dedicato alla sintesi delle premesse che hanno condotto all'analisi.

Come è stato argomentato nei precedenti capitoli, in questo elaborato si vuole analizzare le origini e le modalità di diffusione della cultura dell'odio in Italia, con un *focus* specifico sul genere femminile.

Dunque, a beneficio di una visione più olistica del tema, in primo luogo è stato necessario comprendere le radici della misoginia e del sessismo.

Partendo dalla letteratura che fino ad oggi aveva studiato i processi culturali e i meccanismi sociali (Durkheim, 1971; Jedlowski, 1995; Luhmann, 1983) è stato ricostruito un quadro conoscitivo sulle questioni di genere (Butler, 2022; Connell, 2020; De Beauvoir, 2016). È risultato che l'origine dell'odio nei confronti delle donne risiede nei modelli stereotipati connessi al sesso, che tuttora vigono nella società (Goffman, 2009; Mazzara, 2008; Weber, 2018; Ruspini, 2014). Le cause dell'odio sono prevalentemente da ricercarsi nel dominio maschile, che contamina non soltanto le considerazioni, i linguaggi e i pensieri associati consciamente e inconsciamente al genere femminile, ma anche le rappresentazioni, i ruoli e lo status nei quali esso è incatenato (Bourdieu, 1998; Goffman, 2019; Lacan, 1974).

Per capir i meccanismi basilari attraverso i quali il linguaggio veicola stereotipi e pregiudizi, occorre analizzare il problema da un punto di vista storico-culturale.

Tramite lo studio dei percorsi educativi e mediali, che nel tempo hanno contribuito alla creazione delle rappresentazioni sociali femminili di stampa sessista (Capecchi, Ruspini, 2009; Gavrilă 2023; Galino, 1973; Gundle, 2009; Pace, 1986), si è evinto che lo *status* maschile converte la sua egemonia culturale non soltanto nei luoghi del sapere, ma anche nella sfera economica e politica.

Per ricostruire i *frame* dell'odio presenti all'interno del tessuto sociale (ECRI, 2016; Barometro, 2020), è stata presa in considerazione la Piramide dell'Odio (Commissione "Jo Cox", 2017). Va considerato che, a causa della pervasività della rivoluzione tecnologica cui è soggetta l'informazione, sono stati influenzati profondamente i processi personali e collettivi (Castells, 2002), tanto che negli ultimi anni le piattaforme digitali hanno esercitato il potere di condizionare l'opinione pubblica.

Pertanto, attraverso un percorso gnoseologico delle teorie sviluppate in merito ai social network e ai mezzi mainstream (Van Dijck, Poell, De Wall, 2019; Wolf, 2018; Thompson, 1998; Marini, 2006), sono stati ricercati i meccanismi che hanno cambiato la modalità di fruizione dell'informazione.

In questo complesso sistema di strutture basate su algoritmi e sistemi di filtraggio, è stato dimostrato che l'*overload* informativo ha contribuito all'exasperazione dei pensieri e alla diffusione dell'odio sociale.

Per questa ragione, si è scelto di prendere in considerazione gli hate speech, in quanto possiedono un indice di pericolosità molto alto, tanto da essere considerati i comportamenti più violenti e oppressivi, giacché volutamente si pongono l'obiettivo di lenire la persona (Unar, 2020).

Incrociati i dati delle ricerche più attendibili sul tema (Barometro, 2020; VOX, 2019 e 2022), è stato dimostrato che i discorsi d'odio online di stampo sessista sono i più diffusi dopo quelli etnici e razziali.

Infine, dopo aver delineato la responsabilità socio-culturale per la costruzione degli stereotipi allo strumento tecnologico, per viralità e impatto, è sorto l'interrogativo sulla responsabilità attribuibile allo strumento strettamente mediale.

È stato confutato che le fake news, insieme alla disinformazione e misinformazione, veicolate dai social media, sono stati i fertilizzanti delle teorie complottistiche e dei gruppi haters online.

Prendendo in esame l'attualità e alcuni fatti più eclatanti di cronaca nera, è stato tracciato un filo conduttore tra i gruppi estremisti nati sui social network e le narrazioni medialì dei media tradizionali. Quest'ultimi, infatti, veicolano da tempo l'informazione facendo uso di linguaggi spettacolarizzanti e sensazionalistici, diffondendo il «germe della paura» e lo stato di terrore (Gavrila, Morcellini, 2020), attribuendo così notiziabilità all'odio.

### 3.1 Obiettivi e metodologia della ricerca

Una volta delineato lo stato dell'arte sul tema, l'ulteriore interrogativo è quanto sia rilevante la responsabilità giornalistica nel fomentare l'odio online.

Sebbene risulti una questione già dibattuta in alcuni studi accademici, le ricerche italiane sono incentrate sull'analisi delle narrazioni utilizzate per trattare la violenza di genere nella carta stampata<sup>65</sup> o nelle rappresentazioni mediali<sup>66</sup> in generale.

Pertanto, questo elaborato ha l'obiettivo di indagare se vi è una correlazione tra hate speech sulle donne, veicolati dai commenti degli utenti, e le narrazioni e i linguaggi utilizzati dai giornali online.

In funzione di ciò, in primo luogo si è deciso di costruire il campione di analisi avvalendosi del *database* della Task Force – Hate speech<sup>67</sup> di Amnesty International Italia, in cui sono clusterizzati per tematiche tutti i commenti hate<sup>68</sup> su Facebook, in riferimento a contenuti pubblicati dai giornali.

Avendo estrapolato dall'archivio 227 contenuti pubblicati da 38 testate sul cluster donna, si è deciso di fare una cernita, prendendo in considerazione le testate ritenute

---

<sup>65</sup> Ricerca svolta dall'Osservatorio STEP dal titolo *Per un cambiamento culturale nella rappresentazione di genere in ambito giudiziario, nelle forze dell'ordine e nel racconto dei media*, disponibile al link: <[https://www.progettostep.it/wp-content/uploads/2021/02/All.-1\\_SINTESI-DELLA-RICERCA.pdf](https://www.progettostep.it/wp-content/uploads/2021/02/All.-1_SINTESI-DELLA-RICERCA.pdf)>

<sup>66</sup> Ricerca del 2015 del Gruppo di Lavoro Pari Opportunità del Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti dal titolo *Tutt'altro genere d'informazione. Manuale per una corretta rappresentazione delle donne nell'informazione*, disponibile al link: <<https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/Tuttaltro-genere-dinformazione.pdf>>

<sup>67</sup> La Task Force di Amnesty International nasce nel 2017 quando, a causa dell'alto tasso di odio registrato online e una mancata regolamentazione delle piattaforme su questi temi, l'Organizzazione decise di attivarsi per dare una risposta rapida ed efficace. Attualmente le Task Force attive su questo tema sono tre e in sinergia monitorano e contrastano le forme di odio e di discriminazione diffuse online. Amnesty International Italia, *Task Force*, disponibile al link: <<https://www.amnesty.it/entra-in-azione/task-force-attivismo/>>

<sup>68</sup> Per Amnesty International vengono considerati hate speech soltanto i contenuti che incitano in modo esplicito all'odio e alla violenza. Offese e messaggi discriminatori, anche gravi, sono invece catalogati come «commenti offensivi e/o discriminatori».

più accreditate e rilevanti a livello nazionale per numero di vendite, istituzionalità, storia, riconoscibilità e autorevolezza.

Pertanto, verranno esaminati gli articoli del *Il Corriere della Sera*, in quanto giornale più istituzionale (Murialdi, 2021); *La Repubblica* e *La Stampa*, poiché seguono una linea più progressista, e *Il Giornale* e *La Verità*, orientate più a destra. Una diversa scelta è ricaduta sul *Il Fatto Quotidiano*, giacché è un giornale d'opinione, che negli ultimi anni si è mostrato maggiormente a sostegno del M5S.

Infine, sono stati considerati anche *Il Messaggero* che, sebbene sia un giornale legato al territorio romano, ha anche una rilevanza a livello nazionale e l'ANSA, per rappresentare le agenzie stampa<sup>69</sup>.

Il periodo di monitoraggio preso in esame va da inizio maggio 2022, mese di attivazione della Task Force dopo l'adesione dei nuovi membri, fino a ottobre 2022.

Una volta delineati gli intenti e la domanda di ricerca, considerato il *corpus* che si è raccolto, si è scelto di utilizzare un'analisi testuale.

In particolare, l'analisi del contenuto è un metodo consolidato storicamente negli studi sui media, poiché tramite i suoi tre diversi tipi (Rositi, 1970) permette da un lato di scomporre l'unità di contesto in unità di analisi, per esaminare temi, simboli-chiave (Lasswell, 1979) o rilevare caratteristiche relative a comportamenti, personaggi, contesti socio-demografici/economici (Losito, 2002); dall'altro di considerare il testo nella sua interezza senza la scomposizione in singoli componenti (Montesperelli, Ruggiero, Marini, Sofia, Fatelli, 2020, pag. 28 sgg.).

Inoltre, per completezza della ricerca, considerandone gli obiettivi, si adotterà un duplice approccio metodologico: un'analisi standard di primo tipo e una non standard di terzo tipo.

---

<sup>69</sup> Per rigore metodologico va specificato che la scelta dei suddetti giornali, come per la classe politica, non poteva basarsi su uno schieramento polarizzato in destra e sinistra, dunque, si è deciso di tener conto della pluralità delle linee editoriali, che potranno aiutare anche a chiarire la rilevanza dell'approccio editoriale nel creare hate speech.

La prima fase della ricerca riguarderà la raccolta dei dati e si classificheranno i testi mediante le categorie data, tema e testata. Questo tipo di analisi semantica permetterà sia di individuare la frequenza dei temi in relazione a tutto il periodo di monitoraggio, sia la loro distribuzione in ogni singolo mese.

In aggiunta, attraverso i contesti elementari potranno essere rilevate le parole più frequentemente associate al termine donna all'interno dei testi.

Infine, dato che gli elementi del *corpus* sono relativi ai commenti hate, si potrà verificare la tendenza dell'odio in relazione a tutto il periodo maggio-ottobre 2022 e all'interno di ciascun mese.

Tuttavia, l'utilizzo esclusivo di questo tipo di metodo sarebbe stato limitante, poiché non avrebbe permesso di ragionare con una visione d'insieme, considerando cioè il testo come un elemento organico dal quale trarre un significato complessivo. Per questa ragione, nella seconda fase verrà utilizzato un metodo non standard, ossia un'analisi del contenuto come inchiesta, grazie al quale sarà possibile comprendere non soltanto gli aspetti linguistici, ma anche quelli extra-linguistici.

Questo tipo di filone, in Italia – ma anche negli Stati Uniti e in Europa – ha una particolare rilevanza nelle ricerche sulla comunicazione tradizionale, poiché permette di relazionarsi criticamente al testo. Difatti, questo approccio qualitativo permette sia di estrapolare dati quantitativi e oggettivi; sia di formulare considerazioni soggettive ricavate ermeneuticamente dal testo, sulla base di teorie preesistenti sul tema (Losito, 2002, pag. 28).

In prima istanza, è stata costruita e progettata appositamente una scheda d'analisi per interrogare il testo come nel caso di un'inchiesta, che volgerà l'attenzione sui significati manifesti e latenti, il registro linguistico e gli elementi lessicali degli articoli.

Come è stato già specificato in precedenza, data l'eterogeneità del *corpus*, per agevolare il lavoro di valutazione e di successiva codifica, si è scelto di utilizzare la scala Likert, giacché è la più affidabile negli studi di ricerca sociale per misurare comportamenti e

atteggiamenti (Marradi A., Gasperoni G., 2002). All'interno della scheda è prevista una sezione per gli articoli e una per i commenti hate: in questo modo sarà possibile valutare la presenza o assenza degli elementi nell'articolo e nel discorso d'odio corrispondente.

A fronte di ciò, a differenza della prima fase, si è deciso, per creare l'unità di classificazione, di considerare soltanto gli articoli giornalistici non a pagamento. Seguendo un ragionamento deduttivo, si è ritenuto che l'utente medio non posseda l'abbonamento di uno o più giornali, ma spesso si fermi a commentare sulla base dei titoli scelti. L'ipotesi è confermata anche dalle testimonianze di molte testate online, che da anni lamentano una crisi strutturale del settore, ragion per cui si sono spinti a pratiche deontologicamente scorrette come il *click baiting*<sup>70</sup>.

La prima sezione della scheda è pensata come approccio preliminare al testo. Prendendo in considerazione contenuto, linguaggio/stile e immagine si potrà dedurre se l'articolo può essere considerato o meno obiettivo.

---

<sup>70</sup> Il fenomeno del *click baiting* è diventato ormai da anni un modello di business per le testate online, poiché attraverso la creazione di contenuti sensazionalistici, forvianti grazie all'utilizzo di immagini o titoli "acchiappa click", riescono a far diventare i loro prodotti virali su social network e dunque ad aumentare la percentuale di visualizzazioni e interazioni. Ne consegue una maggiore rilevanza sui principali social network e dunque un maggiore introito.

Andrea Coccia, *Fenomenologia del "click baiting"*, Linkiesta, luglio 2014, disponibile al link: <<https://www.linkiesta.it/2014/07/fenomenologia-del-click-baiting/>>

**Fig. 3.1 – Tipo di contenuto, stile e linguaggio dell’articolo giornalistico**

**a. TESTATA/AGENZIA:**

**b. GIORNALISTA:**

**c. DATA:**

**d. TEMA:**

- i. Diritti
- ii. Violenze
- iii. Discriminazioni
- iv. Altro

**f. Contenuto latente/manifesto:**

	Assolutamente in disaccordo	2	3	4	5	Perfettamente d'accordo
Informa l'opinione pubblica						
Approfondisce un tema/problema						
Propone una interpretazione o valutazione su fatti/temi/problemi						
Rende emotivamente partecipi di un fatto o di un problema						
Altro (Specificare)						

**g. Linguaggio/stile:**

	Assolutamente in disaccordo	2	3	4	5	Perfettamente d'accordo
Illustra i fatti con oggettività						
Esprime solidarietà e sensibilità nei confronti del tema						
Da un giudizio di valore al tema dichiarando apertamente un dissenso						
Utilizza aggettivi o denominazioni denigratorie o discriminanti						
Giustifica e tende a disculpare o deresponsabilizzare in riferimento a sentimenti come (rabbia, amore, tristezza ecc.)						
È provocatorio e polemico						
Ironizza e affronta con superficialità il fatto						
Altro (Specificare)						

**h. Immagine:**

	Assolutamente in disaccordo	2	3	4	5	Perfettamente d'accordo
Rappresenta in maniera coerente l'argomento						
Mostra immagini crude o violenti						
Rende emotivamente partecipi						
Stereotipata e pregiudiziale						
Non coerente con il tema trattato						
Altro (Specificare)						

Fonte: nostra elaborazione per 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Di seguito, saranno prese in esame le rappresentazioni di genere veicolate dalla narrazione giornalistica.

Per questa ragione, considerando i temi principali, si ricercherà se esse mettono in luce la figura femminile come “vittima, impossibilitata a cambiare la sua condizione”, poiché destinata a essere “subalterna all’uomo in diverse sfere sociali” e a incarnare il “ruolo sociale di madre o moglie” o come “emancipata” tramite la conquista dei luoghi di potere e storie di successo.

Tenendo a mente i modelli connessi al sesso, questa operazione permetterà di comprendere se la restituzione dell’immagine femminile negli articoli giornali viene diffusa tramite il “corpo o il fisico” o l’esplicazione delle sue “competenze lavorative e abilità intellettive” o addirittura si spinga a sottolineare la “perdita dei valori etici e morali rispetto al passato” o a designarla come “sesso debole”.

Una volta messo a fuoco il contenuto dell’articolo, si ritiene che si disporrà di tutti gli strumenti utili per comprendere anche il commento hate, ragion per cui nella scheda d’analisi è stata inserita una sezione appositamente dedicata alla valutazione dei discorsi d’odio.

In primo luogo, andrà verificato il tipo di commento analizzato, poiché potrà essere primario<sup>71</sup> o secondario. Questa distinzione è utile per capire se gli utenti tendono ad attivarsi in autonomia sui contenuti pubblicati, oppure se sono spronati da istigazioni o dalla stessa fomentazione dell’odio.

In seguito, sarà necessario analizzare anche le considerazioni e gli intenti veicolati in maniera esplicita o implicita negli hate speech. Un dato fondamentale che ci consentirà la comparazione tra le rappresentazioni femminili divulgate dai giornali e quelle proliferate nei discorsi d’odio.

---

<sup>71</sup> Un commento viene considerato primario quando l’utente si attiva per primo e non in risposta a un altro commento.

**Fig. 3.2 – Codifica dei commenti hate in relazione all’articolo pubblicato sotto la categoria donna**

**FOCUS HATE SPEECH**

**TIPO COMMENTO:**

primario

secondario

**a. Interpretazione/considerazioni sul commento hate:**

	Assolutamente in disaccordo	2	3	4	5	Perfettamente d'accordo
È inerente all’argomento trattato						
Parte da preconcetti fondati su stereotipi e pregiudizi						
Argomenta con notizie false e prive di qualsiasi fondamento						
Avvalora la sua tesi utilizzando esempi personali o vicini a lui/lei						
Diffonde paura e terrore attraverso una narrazione sensazionalistica						
Colpevolizza la vittima, tendendo a giustificare e vittimizza il carnefice						
Semplifica e generalizza sul genere femminile						
È concorde a forme di violenza e discriminazione						
Altro (Specificare)						

**b. Atteggiamenti e intendi espliciti/impliciti:**

	Assolutamente in disaccordo	2	3	4	5	Perfettamente d'accordo
Discrimina/insulta sulla base del corpo o dell’aspetto fisico						
Discrimina/insulta in relazione al genere maschile						
Discrimina/insulta sulla base delle capacità intellettive						
Discrimina/insulta sulla base territoriale						
Discrimina/insulta per motivi razziali						
Altro (Specificare)						

Fonte: nostra elaborazione per 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

In aggiunta, tramite i commenti, si potranno estrapolare le *hate words* più frequentemente associate al genere femminile, permettendo così un confronto rispetto al passato. Per farlo, è stata appositamente inserita una categorizzazione lessicale seguendo il glossario *Parole per ferire* di Tullio de Mauro<sup>72</sup>.

In particolar modo si ricercheranno le parole relative al *slutshaming*, come *puttana*, *zoccola*, *troia*, *prostituta*; *bodyshaming* come *chiattona*, *cicciona*, *cesso*, *vacca o scrofa*; razzismo etnico/territoriale come *negra*, *immigrata*, *zingara*, *terrona*, *siciliana*, *napoletana* o socio-economico come *poveraccia*, *morta di fame*, *riccona*. Ma anche quelle in riferimento ad animali e ortaggi come *zucca*, *cagna*, *vipera*, *bestia*, *capra*, *maiala* o utilizzate per designare comportamenti moralmente inaccettabili dall'utente come *falsa*, *squallida*, *buffona*, *bugiarda*.

In base a queste rilevazioni sarà più facile comprendere le ragioni per cui un commento crei "un dibattito polarizzato" o causi "l'innalzamento dei toni offensivi e denigratori", alimentando l'odio attraverso utenti con pensieri affini oppure opposti.

In conclusione, al fine di comprendere lo stato di salute all'interno dell'ecosistema digitale, si è deciso di indagare anche la *reaction* degli utenti sia in relazione all'articolo pubblicato che al commento hate di riferimento. Pertanto, è stata dedicata una sezione per classificarla come positiva o negativa.

Tuttavia, essendo consapevoli dell'alta soggettività delle *emoji*, per una corretta polarizzazione si terranno presenti gli intenti e significati trasmessi dagli hate speech e il tema e le narrazioni presenti negli articoli.

In questo modo si potrà avere un quadro completo sull'impatto che l'odio online può avere nel contesto socio-culturale.

---

<sup>72</sup> Tullio de Mauro, *Le Parole per ferire*, Dizionario, Internazionale, 2016, disponibile al link: <<https://www.internazionale.it/opinione/tullio-de-mauro/2016/09/27/razzismo-parole-ferire>>

### 3. 2 Rilevanza e frequenza dei principali temi del cluster donna e tendenza dell'odio online

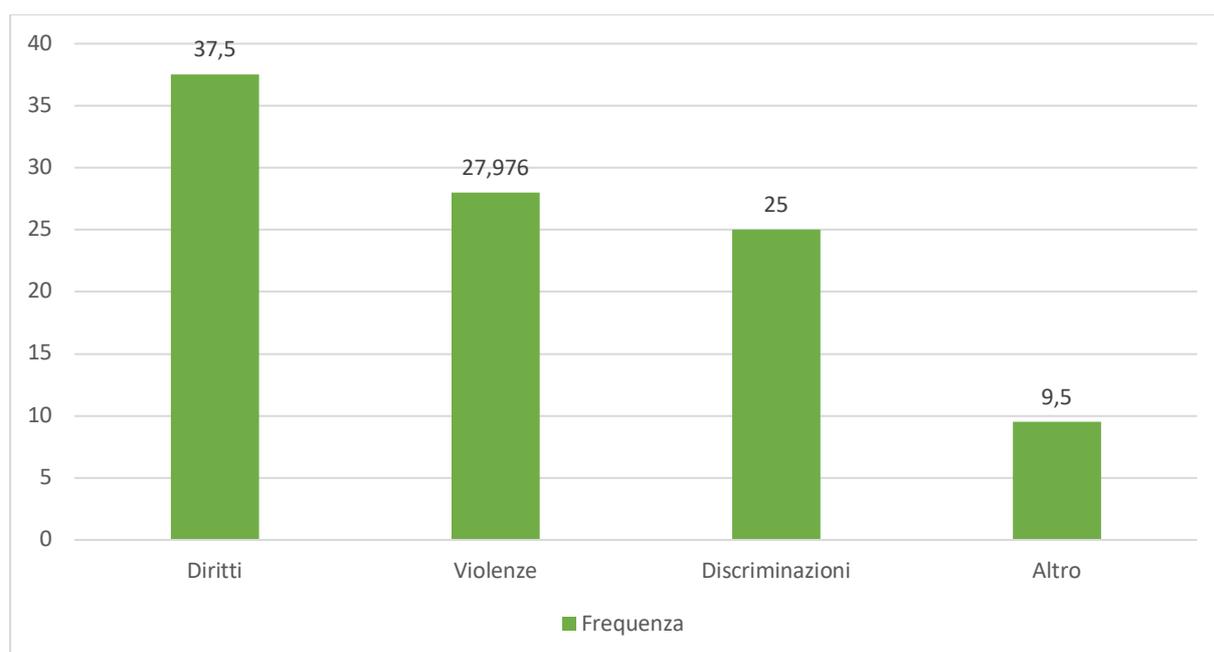
Una volta delineati obiettivi, domanda e metodologia della ricerca, è stato possibile occuparsi della raccolta dei dati.

Prendendo in considerazione soltanto il cluster donna e le testate di riferimento, nel periodo maggio-ottobre 2022, è stato raccolto un *corpus* di 168 contenuti, nei quali rientrano 60 articoli *free access*, altrettanti 60 per abbonati, 24 infografiche, 11 post, 11 video e 2 contenuti non più disponibili in rete.

Al fine di avere una visione d'insieme, in primo luogo si è deciso di individuare le tematiche principali su cui verte il discorso d'odio contro le donne.

Attraverso una considerazione induttiva, analizzando i titoli di tutto il campione in possesso, si sono potuti categorizzare gli articoli in tre principali macro-tematiche: "diritti", "violenze" e "discriminazioni"; tutti quelli non rientranti nei tre filoni sono stati inseriti nella categoria "altro".

**Fig. 3.3 – Frequenza temi prevalenti negli articoli sul cluster donna (val. %)**

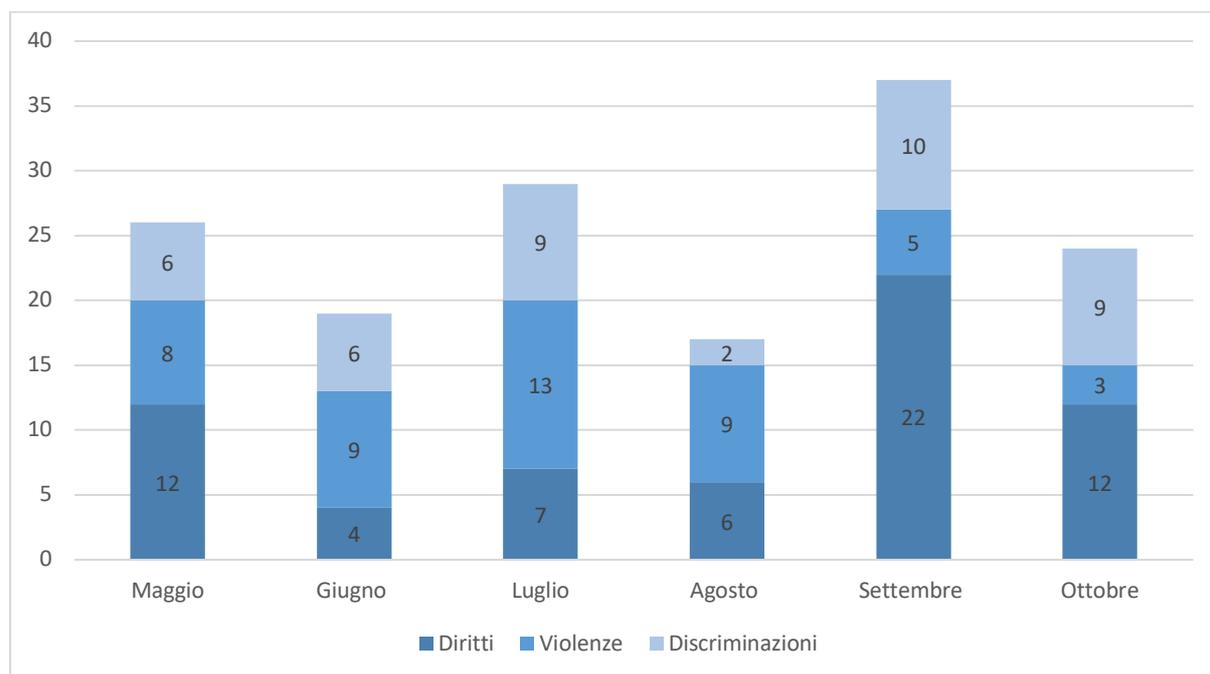


Fonte: nostra elaborazione su 168 contenuti (articoli, infografiche, post, video) in maggio-ottobre 2022.

Tra queste la frequenza maggiore è raggiunta dai Diritti, con il 37,5%, nei quali rientrano i diritti della persona come aborto, utero in affitto e proteste/lotte femministe e i diritti umani. Inferiori di circa 10 punti percentuali sono le Violenze (28%) che includono molestie, abusi, stupri e femminicidi; seguite da stereotipi, gender gap, body shaming e denigrazioni, incanalati in Discriminazioni (25%). Il restante 9,5% verte su Altro.

Il fenomeno è stato successivamente analizzato alla luce dell'eventuale correlazione fra i temi e il mese di uscita dell'articolo, con la conseguente pubblicazione dei relativi commenti.

**Fig. 3. 4 – Frequenza dell'odio nelle macro-aree tematiche sul cluster donna**



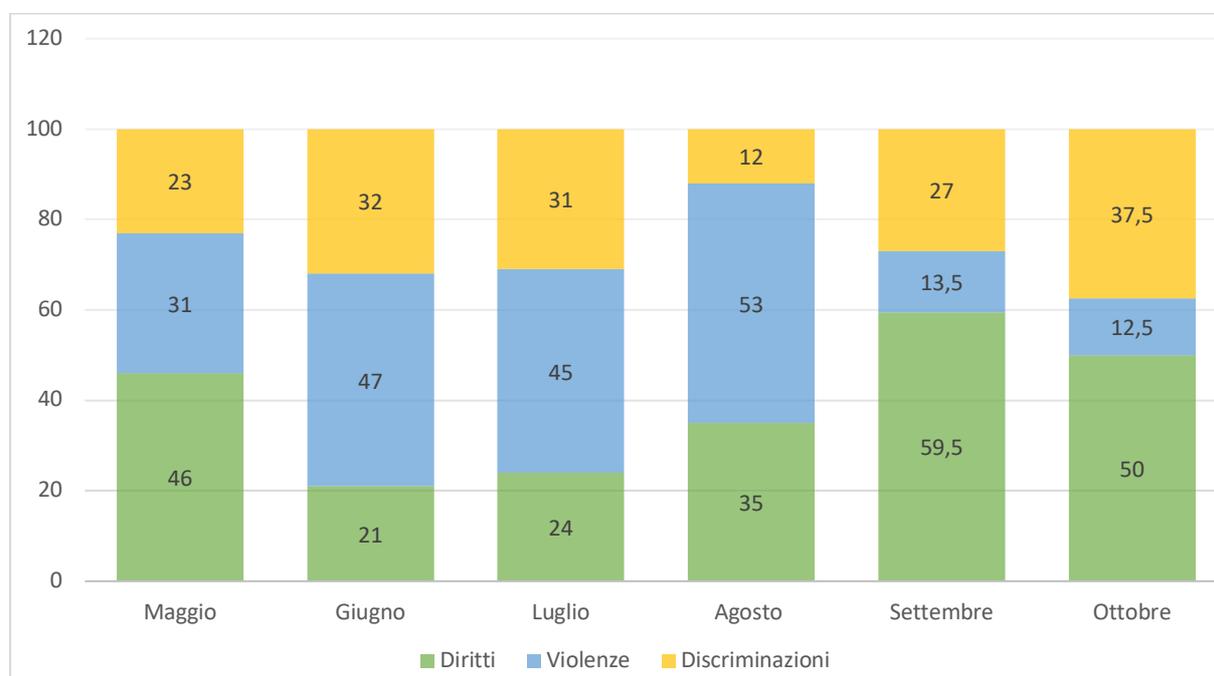
Fonte: nostra elaborazione su 152 contenuti (articoli, infografiche, post, video) in maggio-ottobre 2022.

Prendendo in considerazione il *corpus* di contenuti senza il tema Altro, è stato possibile rilevare la tendenza d'odio, in relazione alle macro-aree tematiche, del cluster donna per tutto il mese di monitoraggio.

Il mese che ha registrato un maggior incremento d'odio è settembre, con il 24%, seguito poi da luglio (19%), maggio (17%) e ottobre (16%). I mesi della decrescita sono giugno e agosto, rispettivamente con il 13% e l'11%.

Le ragioni di questa tendenza sono dimostrabili dalla stessa frequenza con cui i temi si distribuiscono all'interno di ciascun mese.

**Fig. 3. 5 – Frequenza temi sul cluster donna per ogni mese di monitoraggio**



Fonte: nostra elaborazione su 152 contenuti (articoli, infografiche, post, video) in maggio-ottobre 2022.

Dunque, analizzando gli articoli in riferimento ai mesi, si è potuto notare che nel vivo della campagna elettorale delle elezioni politiche 2022 si è verificata una rilevante impennata relativamente al tema dei Diritti (59,5%). Infatti, sin da inizio settembre, quando si prevedeva quasi certamente la vittoria politica di Fratelli d'Italia insieme alla coalizione di centro-destra, il dibattito pubblico si polarizzava sul diritto all'aborto.

Uno dei momenti più significativi a riguardo, ha come soggetti la ministra Eugenia Roccella di FdI, invitata a In Onda il 25 agosto del 2022 e la ministra Laura Boldrini del PD. A seguito della domanda a tratti provocatoria della giornalista Marianna Aprile, sulla possibilità di considerare l'aborto un diritto o meno, Roccella, dichiarandosi preventivamente femminista, afferma che non lo sia<sup>73</sup>.

Tuttavia, nelle successive quattro settimane di campagna elettorale, il tema scompare dai principali talk show italiani, poiché offuscato dalle conseguenze del conflitto russo-ucraino. A seguito della sentenza della Corte suprema degli Stati Uniti<sup>74</sup> del 27 giugno 2022, però, sui social il dibattito continua a essere accresciuto, venendo alimentanti da una parte le preoccupazioni, dall'altra il dissenso conservatore.

Sebbene sia registrata una leggera decrescita, i Diritti continuano ad evocare un generale dissenso anche dopo le elezioni politiche, registrando il 50% della frequenza. Difatti, a far discutere è il primo disegno di legge «che l'opposizione definisce "antiabortista"», presentato alla Camera del Senato dal senatore di Forza Italia Maurizio Gasparri<sup>75</sup> a inizio della XIX legislatura.

Entrando nel campo dei diritti umani, è ugualmente d'interesse la situazione vissuta dalle donne iraniane, che mette in luce una storia di resistenza e ribellione femminile, in contrasto al virulento maschilismo egemone dei Talebani. Sebbene a settembre rientri tra le tematiche più centrali, la maggior frequenza di articoli e commenti hate

---

<sup>73</sup> Episodio puntata 25 agosto 2022 di In Onda Estate, disponibile al link: <<https://www.la7.it/in-onda/rivedila7/in-onda-puntata-del-2582022-26-08-2022-449339>>

<sup>74</sup> Il 26 giugno 2022 la Corte suprema degli Stati Uniti ha sentenziato l'abolizione della legge storica sentenza Roe vs Wade con cui nel 1973 la stessa aveva legalizzato l'aborto negli Usa.

ANSA, *La Corte suprema Usa abolisce la sentenza sul diritto all'aborto. Texas e Missouri primi stati a vietarlo*, disponibile al link: < [https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/06/24/la-corte-suprema-usa-abolisce-la-sentenza-sul-diritto-allaborto-\\_d33b6686-331a-499d-b5cc-56311a5a2bb8.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/06/24/la-corte-suprema-usa-abolisce-la-sentenza-sul-diritto-allaborto-_d33b6686-331a-499d-b5cc-56311a5a2bb8.html)>

<sup>75</sup> Articolo ricavato dal data base della Task Force – Hate speech su cui Amnesty ha individuato commenti hate. ANSA, *Ddl Gasparri mette paletti a aborto, scontro con Pd*, ottobre 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/10/18/ddl-gasparri-mette-paletti-a-aborto-scontro-con-pd\\_95642a40-94b1-495d-8fba-aac9fe93b4e2.html?fbclid=IwAR1u2cLJy6gOpqi4LxvQg-GykEsQ24uMxqjU\\_dLozF4lR\\_irHryCZQm8bHg](https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/10/18/ddl-gasparri-mette-paletti-a-aborto-scontro-con-pd_95642a40-94b1-495d-8fba-aac9fe93b4e2.html?fbclid=IwAR1u2cLJy6gOpqi4LxvQg-GykEsQ24uMxqjU_dLozF4lR_irHryCZQm8bHg)>

sulle donne iraniane è registrata a maggio, quando cominciano a diffondersi le notizie sul rifiuto pubblico al burqa<sup>76</sup> e le conseguenti ripercussioni come la pena di morte.

Un altro mese significativo per l'incremento dell'indice d'odio è luglio, nel quale però predomina il tema Violenze (45%) a causa di avvenimenti di cronaca come molestie, stupri e femminicidi. In particolare, nel mirino dell'odio, con il rinvio a giudizio per violenza sessuale della Corte di Firenze, vi è nuovamente la giornalista Greta Beccaglia, molestata durante la diretta tv dallo stadio dell'Empoli<sup>77</sup>.

Un dato interessante è ricavabile dal mese di giugno, durante il quale – nonostante sia il mese del Pride – il tema dei diritti ha una decrescita vertiginosa rispetto a maggio. Infatti, le poche menzioni al riguardo convergono sulla polarizzante testimonianza di aborto divulgata dall'influencer Giorgia Soleri, spesso soggetta al ciclone dell'odio.

Quindi, il dibattito dell'odio si incentra sulle Violenze a giugno (47%) e luglio (45%), con una crescita ad agosto (53%). Questo dato va letto in relazione alle molestie e violenze, accompagnate dagli atteggiamenti sessisti degli alpini, registrati nei tre giorni dedicati a Rimini alla 93<sup>a</sup> Adunata dell'Associazione Nazionale Alpini<sup>78</sup> e ad altri innumerevoli fatti di cronaca nazionale. Ad incendiare ulteriormente gli animi

---

<sup>76</sup> Infografica ricavato dal data base della Task Force – Hate speech su cui Amnesty ha individuato commenti hate.

Corriere della Sera, Le donne afgane sfidano i talebani «No al burqa, non saremo prigioniere, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.facebook.com/corriedellasera/photos/a.284654007529/10160055170062530/?type=3&mentstream\\_source=timeline&anchor\\_composer=false&paipv=0&eav=AfYwZaHNeHqaOXV6ou0dRFqHlMT7ovgmWzwLyweNlieCdVXrkyYizvELnWWJ-Btj9nY&\\_rdr](https://www.facebook.com/corriedellasera/photos/a.284654007529/10160055170062530/?type=3&mentstream_source=timeline&anchor_composer=false&paipv=0&eav=AfYwZaHNeHqaOXV6ou0dRFqHlMT7ovgmWzwLyweNlieCdVXrkyYizvELnWWJ-Btj9nY&_rdr)>

<sup>77</sup> Articolo ricavato dal data base della Task Force – Hate speech su cui Amnesty ha individuato commenti hate.

La Repubblica, *Giornalista molestata in diretta tv, la procura di Firenze chiede il rinvio a giudizio*, luglio 2022, disponibile al link: <[https://firenze.repubblica.it/cronaca/2022/07/08/news/firenze\\_empoli\\_greta\\_beccagli\\_giornalista\\_tv\\_molestie\\_diretta\\_rinvio\\_a\\_giudizio\\_tifoso-357059668/?ref=fbpr](https://firenze.repubblica.it/cronaca/2022/07/08/news/firenze_empoli_greta_beccagli_giornalista_tv_molestie_diretta_rinvio_a_giudizio_tifoso-357059668/?ref=fbpr)>

<sup>78</sup> Diverse associazioni come Pride Off Rimini e Non una di Meno hanno raccolto

degli utenti è stata anche la condanna del jazzista Bill Cosby per aggressione e violenza sessuale ai danni di una minorenn<sup>79</sup>.

Nel medesimo periodo di giugno e luglio si registra una crescita anche per i temi riguardanti le Discriminazioni, rispettivamente con il 32 e il 31%. In particolar modo, ad essere presa di mira a giugno è Vanessa Incontrada, finita nuovamente nel mirino del *bodyshaming* per aver postato una foto su Instagram mentre correva<sup>80</sup>. Mentre per il mese di luglio i personaggi pubblici, non nuovi alle critiche, su cui verte l'odio online sono la ministra Laura Boldrini e l'influencer Giorgia Soleri.

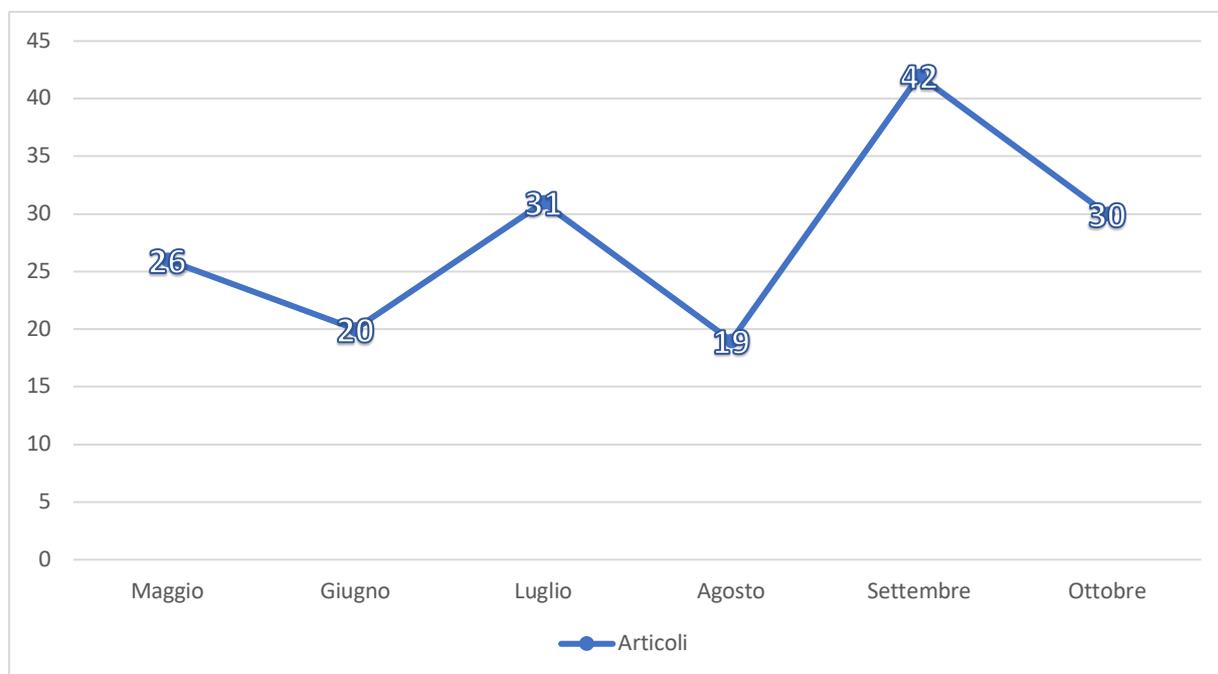
Dopo un abbassamento dei toni ad agosto, gli insulti sessisti, i casi di *revenge porn*, *gender gap* e *gender pay gap* riemergono durante la campagna elettorale e nel consecutivo mese di inserimento del nuovo governo, a ottobre 2022. La motivazione di ciò potrebbe risiedere nelle numerose critiche, diffuse sui social e promosse dalla coalizione di centro-sinistra, alla classe politica di destra, in quanto considerata non impegnata nell'applicazione di strategie per l'azzeramento delle disuguaglianze di genere. In particolare, il dibattito viene polarizzato sulla candidata leader di FdI Giorgia Meloni, poiché la sua vittoria sarebbe diventata simbolo della definitiva rottura del tetto di cristallo.

---

<sup>79</sup>SkyTg24, *Bill Cosby è stato dichiarato colpevole di aggressione sessuale a una minorenne*, disponibile al link: <<https://tg24.sky.it/mondo/2022/06/22/bill-cosby-processo-verdetto>>

<sup>80</sup> iODonna, *Vanessa Incontrada di nuovo vittima di body shaming sui social*, disponibile al link: <<https://www.iodonna.it/personaggi/star-italiane/2022/06/07/vanessa-incontrada-body-shaming-foto-instagram/>>

**Fig. 3. 6 – Trend dell’odio sul cluster donna tra maggio e ottobre 2022 nelle principali testate nazionali italiane**



Fonte: nostra elaborazione su 168 contenuti (articoli, infografiche, post, video) in maggio-ottobre 2022.

In conclusione, per avere un quadro complessivo sulla tendenza dell’odio, sono stati presi in considerazione anche i 16 contenuti relativi al tema Altro, tramite i quali viene ulteriormente riconfermato che, anche considerando il *corpus* complessivo di 168 contenuti, il mese di maggior picco di crescita d’odio è settembre, mentre quello di decrescita è agosto.

### 3. 3 Il cluster donna e le principali associazioni

Come già anticipato, per quanto concerne l'analisi linguistica del *corpus* si è scelto di prendere in considerazione soltanto 60 articoli *free access* tra i 168 contenuti raccolti.

Dopo aver individuato i temi principali su cui verte l'odio online sulle donne, in un'ottica epistemologica si è scelto di proseguire con la rilevazione delle parole maggiormente associate al termine donna. Per farlo, si è deciso di utilizzare T-Lab, un software specifico per l'analisi testuale.

In primo luogo, è stato necessario preparare il *corpus*, per indirizzare la codifica di ogni articolo, considerando la variabile testata e quella mese.

Una volta inserito il *corpus build* è stato necessario lemmatizzare le parole presenti negli articoli per ridurre il vocabolario a pochi lemmi. In questo modo, il lemma diventa un'unità lessicale, attraverso la quale vengono raggruppate le parole con la medesima radice, ma anche con la stessa attribuzione di senso.

Ne sono esempi la parola "maternità", in cui si è deciso di incamerare tutte le parole strettamente legate al suo significato, come gravidanza, famiglia, figli/o/a, genitori/e, madre, mamma; la parola "terrore", con paura, impaurita, terrorizzata, spavento, pericolo; l'espressione "relazione sentimentale", con compagno, fidanzato, marito; la parola "uomo", con ragazzo, uomini, maschio, maschile, patriarcale, padre e "sicurezza", con soccorso, polizia, carabinieri, militari. Per questi due ultimi lemmi è stata operata una scelta principalmente di senso, in relazione all'intera unità di contesto. Infatti, patriarcale e padre sono stati inseriti in uomo, poiché essi come dimostrano gli studi teorici sul tema (Bourdieu, 1998; De Beauvoir, 2016; Goffman, 2019) simboleggiano uno il sistema di dominio egemonico maschile, l'altro la figura primaria su cui si erge tale sistema. Il medesimo ragionamento è proposto per il lemma "corpo", nel quale si è deciso di racchiudere parole come sesso e sessualità, oltre che fisico, poiché tali termini sono spesso legati alla donna-oggetto (vedi 1.2.1).

Per “sicurezza”, invece, la scelta è ricaduta sulle figure e le parole che semanticamente sono associate a questo significato. Tuttavia, in questo caso, l’intento primario è di rappresentare gli eventi non isolati in cui le donne sono costrette a rapportarsi con le forze dell’ordine a causa di denunce o richieste di aiuto e soccorso. Per rigore metodologico va sottolineato che all’interno del *corpus*, seppur in numero molto esiguo, sono presenti articoli che trattano di abusi e molestie da parte di militari e carabinieri.

Un ragionamento diverso è stato sviluppato per “influencer” e “politica”. Per il primo lemma, sono state prese in considerazione Chiara Ferragni e Giorgia Soleri, in quanto personaggi più influenti e maggiormente citati negli articoli, spesso mirino degli haters sia quando esprimono la propria opinione, sia quando si parla di loro o si racconta un episodio legato a loro.

Per quanto riguarda “politica”, invece, la lemmatizzazione ha avuto l’intento di raggruppare le donne come Elly Schlein, Laura Boldrini e Giorgia Meloni, esponenti di maggiore rilievo all’interno della classe politica, sulle quali vertono più frequentemente i discorsi d’odio.

Infine, per “diritti”, “discriminazioni e “violenza” è stato utilizzato il medesimo procedimento induttivo della categorizzazione tematica sull’intero *corpus*.

Dunque, sono stati inseriti aborto, femminismo, utero in affitto ed emancipazione in “diritti”; molestie, abusi, violenze sessuali, femminicidi e stupri in “violenze” e stereotipi, insulti, STEM, *gender gap*, *gender pay gap*, disuguaglianze in “discriminazioni”.

**Tab. 3.1 – Frequenza dei lemmi all’interno del corpus degli articoli sul cluster donna nel periodo maggio-ottobre 2022**

<b>Lemmi</b>	<b>Frequenza</b>
<i>Donna</i>	176
<i>Diritti</i>	149
<i>Violenze</i>	114
<i>Maternità</i>	106
<i>Uomo</i>	99
<i>Politica</i>	84
<i>Relazione Sentimentale</i>	59
<i>Sicurezza</i>	57
<i>Influencer</i>	52
<i>Discriminazioni</i>	30
<i>Lavoro</i>	24
<i>Corpo</i>	15
<i>Terrore</i>	15

Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022).

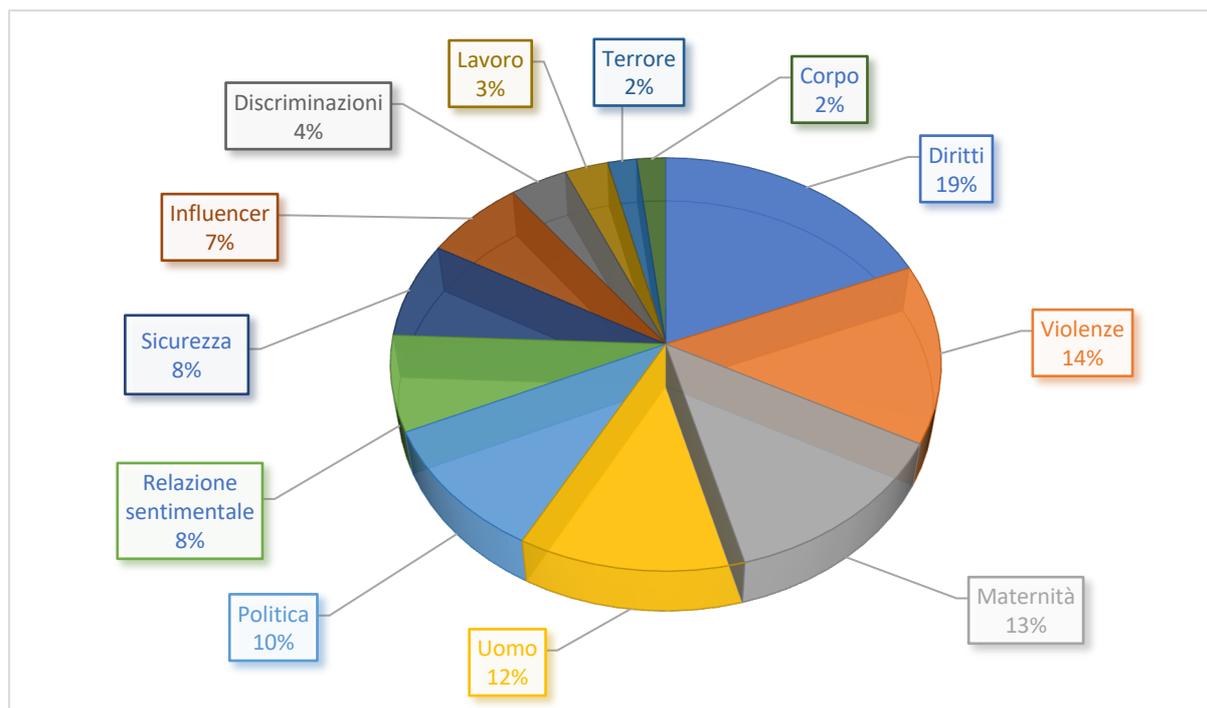
Una volta terminato il processo di lemmatizzazione è stato possibile rilevare le parole più presenti all’interno del nostro *corpus* di 60 articoli non a pagamento.

Come era prevedibile, la parola che più frequentemente viene utilizzata è “donna”, poiché il *corpus* riguarda esclusivamente articoli pertinenti al genere femminile.

In seguito, come è stato dimostrato dalla classificazione tematica fatta nella prima fase del lavoro, le parole più utilizzate rientrano all’interno di “diritti” e “violenza”.

Tuttavia, per avere un quadro chiaro e completo è bene ragionare sui valori percentuali.

**Fig. 3.7 – Frequenza lessicale dei lemmi più diffusi in relazione alla parola donna**



Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022).

Escludendo il lemma donna dalla nostra analisi, possiamo affermare che il 21% delle parole presenti in 60 articoli, distribuiti nel periodo maggio-ottobre 2022, riguarda il tema diritti, mentre il 15% la violenza. Con un distacco di appena 1 punto percentuale ci sono i lemmi legati alla maternità.

La maternità è un tema strettamente legato alla figura femminile, poiché il ruolo di madre tutt'oggi viene visto come una prerogativa e un dovere da assolvere dalle donne.

In seguito – stretto legame con il tema in esame – c'è l'uomo, con il 13% delle parole del lessico complessivo. In questo caso, la scelta di ricercare l'uomo nelle narrazioni

prettamente a tema femminile è motivata dal voler indagare quanto sia predominante. Infatti, la donna spesso viene menzionata in relazione all'uomo e raramente come soggetto protagonista. Questo capita sia in relazione alle violenze, sia nell'ambito di tematiche relative ai diritti e alla maternità. L'uomo predomina i linguaggi, le rappresentazioni e le sfere sociali, in quando il suo potere risiede proprio nella subalternità femminile, essendo il singolare universale (Witting, 1983).

In merito a questo, tramite una valutazione comparativa, possiamo affermare che le relazioni sentimentali, il lavoro e la politica sono anch'esse strettamente legate al genere maschile. Infatti, il lavoro è un tema molto poco trattato all'interno dei contesti femminili, tanto da rappresentare solo il 3% del lessico complessivo. La motivazione potrebbe risiedere nel fatto che le donne, per anni, come già visto nel primo capitolo, sono state rappresentate nei contesti domestici e ancora a fatica riescono a farsi strada nel mondo del lavoro. Difatti, in Europa il divario economico è stato risolto al 76,6%; mentre in Italia le imprese a gestione femminile rimangono bloccate al 22% (vedi 1.2.2). Anche la politica rientra nei luoghi del potere maschile, tanto che in Europa il divario rimane al 36%, ma in questo caso il dato percentuale più alto (11%) è dovuto alla campagna elettorale del 25 settembre 2022, durante la quale donne come Giorgia Meloni, Elly Schlein e Laura Boldrini sono state protagoniste della bolla mediatica. In particolare, le due candidate di centro-sinistra sono menzionate spesso in riferimento ai diritti e alla lotta per le discriminazioni di genere, risultando il 4% del lessico utilizzato. La rilevanza della leader di FdI emerge dai temi relativi alla famiglia, alla maternità, al diritto d'aborto e alla sua ascesa alle alte cariche politiche. Proprio sulle questioni femminili la stessa Meloni ha costruito parte della sua identità politica, poiché – insieme alla situazione finanziaria e a quella migratoria – sono sempre state i punti fermi della destra nazionalista, sovranista e conservatrice.

L'ultimo elemento, legato all'uomo, ma anche alle tematiche di violenza e diritti, è rappresentato dalle relazioni sentimentali. Il lemma ricopre l'8% delle narrazioni,

infatti, i responsabili di femminicidi o di violenza contro le donne sono nella maggior parte dei casi i partner (Ministero dell'interno, 2023).

A pari valore percentuale sono terrore e corpo, con una frequenza molto bassa, equivalente al 2% (per ciascuno) del glossario complessivo utilizzato negli articoli.

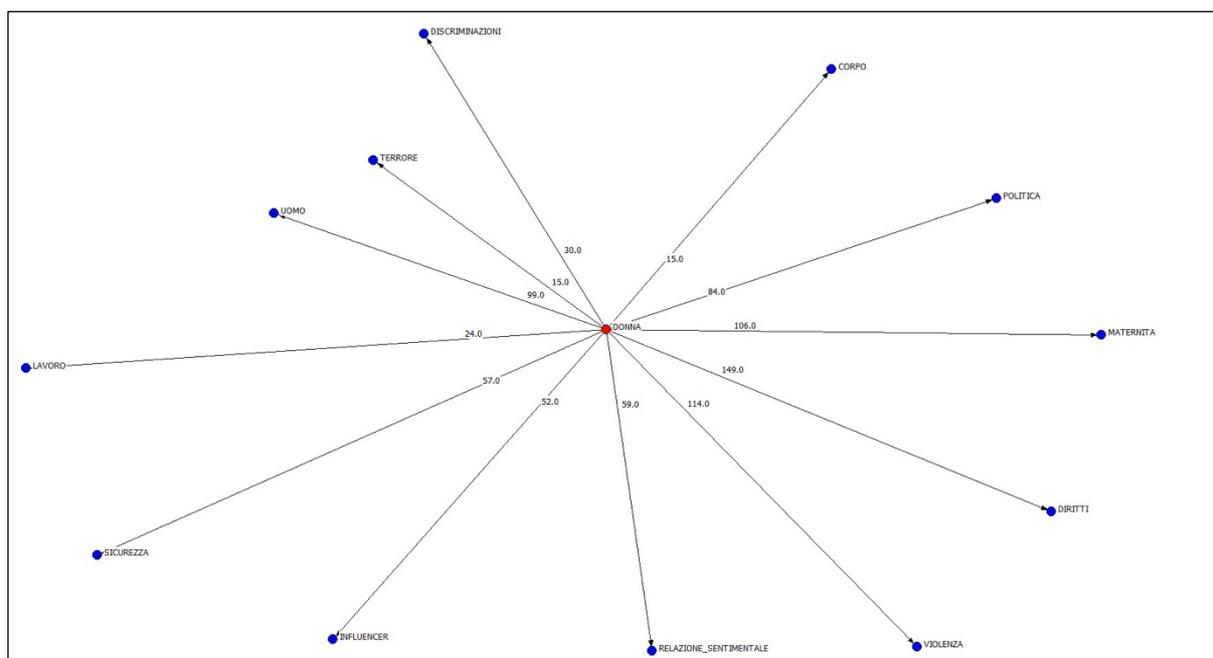
Ciò significa che, nonostante le narrazioni prese in esame abbiano come tema centrale fatti di cronaca in cui le donne sono vittime di abusi, stupri, molestie e femminicidi, la paura e il terrore non vengono trasmessi attraverso il loro utilizzo lessicale, ma tramite le restituzioni rappresentative (vedi 2.3).

Infine, da questo tipo di analisi quantitativa risulta che i linguaggi mediali raramente si focalizzano sulla presenza o assenza di protezione e ausilio delle vittime di violenza e oggetto di discriminazioni; il rapporto lessicale è soltanto l'8% del glossario.

Infine, dall'analisi dei testi non si ricava uno stretto legame tra il corpo e la figura femminile, seppur spesso esso è al centro delle discriminazioni e delle violenze di genere.

Detto questo, per avere una visione più nitida sull'intensità delle associazioni del termine donna con le altre parole-chiave è stata scelta una rappresentazione attraverso un diagramma radicale, utilizzando il software Ucinet.

**Fig. 3.8 – Associazione delle parole-chiave al termine donna nel periodo maggio-ottobre 2022**

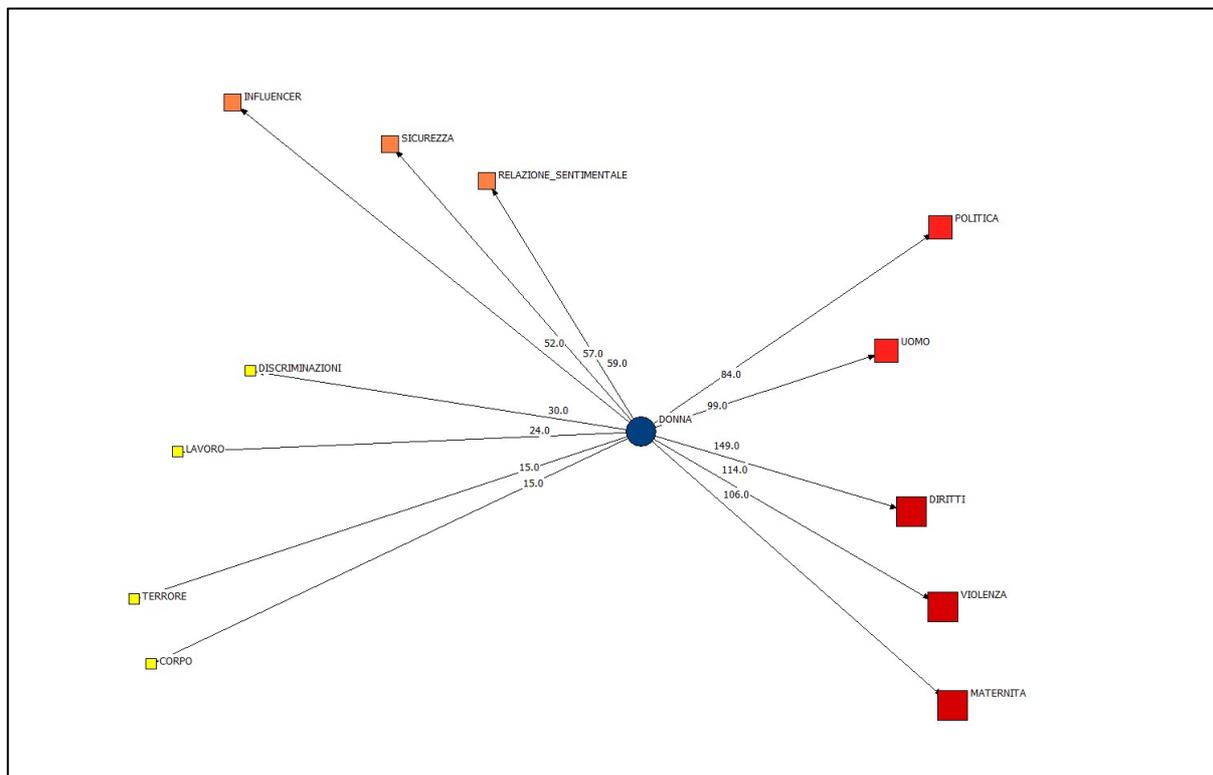


Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access, maggio-ottobre 2022.

In questo caso, la distanza fra i singoli termini e la parola centrale indica la relazione tra due parole: ciò vuol dire che maggiore è la distanza tra la parola-chiave e il termine donna, minore sarà la sua associazione.

Tuttavia, per facilitarne l'interpretazione si è deciso di disporre le parole-chiave raggruppandole per valori assoluti. Costituendo quattro diversi macro-insiemi di senso, è stato attribuito un grado di colorazione rappresentativo della frequenza dell'odio. Infatti, va ricordato che l'intensità dell'associazione delle parole-chiave al termine donna riflette anche quella degli hate speech di genere.

**Fig. 3.9 – Parole associate a donna nel periodo maggio-ottobre 2022 per valori di senso**



Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access, maggio-ottobre 2022.

In questo modo è possibile notare come diritti, violenza e maternità siano tutti lemmi molto presenti all'interno degli articoli analizzati e fortemente legati fra di loro, giacché, come abbiamo già affermato, in diritti si è scelto di inserire anche le parole come aborto e utero in affitto.

Inoltre, durante l'intero periodo di monitoraggio si è potuto notare come la forte polarizzazione ideologica su questi temi sia riuscita a dividere anche le forze politiche della coalizione di centro destra. Difatti, tra gli articoli del *corpus* viene spesso menzionata la scelta divisoria in Liguria, quando Lega e Forza Italia votarono a favore

del «diritto delle donne di scegliere l'interruzione volontaria di gravidanza», mentre Fratelli d'Italia si astenne<sup>81</sup>.

Ciò che rende la questione criticamente complessa è principalmente il significato che viene attribuito al concetto di maternità. Difatti, l'aborto e l'utero in affitto vengono visti da una parte come un diritto soggetto a libertà di scelta individuale, dall'altra come un crimine contro natura o universale.

Il secondo lemma con il valore associativo più elevato è la violenza, che permane nelle narrazioni mediali. Il 27% del nostro *corpus* riporta fatti di cronaca nera in cui le donne vengono uccise dai loro partner o ex-partner, mentre soltanto il 9% delle narrazioni parla direttamente dell'alto numero di femmicidi in Italia e in Europa. Tra i settori più sensibili al tema c'è il cinema. Infatti, nella *positive narrative* viene più volte menzionata l'azione femminista del gruppo francese Les Colleuses al Festival di Cannes 2002, dove in occasione della presentazione del documentario *Risposte Féministe*<sup>82</sup> srotolarono un lenzuolo con 129 nomi di donne uccise accompagnato dallo slogan "Violenza sessista, risposta femminista!"<sup>83</sup>.

Il restante 64% degli articoli *free* riporta episodi di molestie, stupri e abusi di cui in varie parti d'Italia sono state vittime le donne.

Come detto in precedenza, a questi lemmi come diritti, maternità e violenza, non si può non legare la figura maschile che, infatti, è il quarto riferimento lessicale più associato a donna.

---

<sup>81</sup> ANSA, "Diritto all'aborto", in *Liguria FdI si astiene, Centrodestra diviso*, settembre 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/09/27/diritto-allaborto-in-liguria-fdi-si-astiene-centrodestra-diviso\\_f58a6029-8f5a-4390-b777-8af116c0f07d.html?fbclid=IwAR1Em03IWwcjvXZwO\\_x-1twCfibY6mHXQ4rJ13NdbnZQ74NljSKpgZSjnjY](https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/09/27/diritto-allaborto-in-liguria-fdi-si-astiene-centrodestra-diviso_f58a6029-8f5a-4390-b777-8af116c0f07d.html?fbclid=IwAR1Em03IWwcjvXZwO_x-1twCfibY6mHXQ4rJ13NdbnZQ74NljSKpgZSjnjY)>

<sup>82</sup> Documentario presentato al Festival di Cannes 2022 delle autrici Marie Perennès e Simon Depardon, in cui si racconta la storia di 20 gruppi femministi francesi.

<sup>83</sup> Riferimento all'articolo ANSA tratto dal data base di Amnesty International.

ANSA, *Cannes: contro i femminicidi, protesta femminista su red carpet*, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2022/05/22/cannes-contro-i-femminicidi-protesta-femminista-su-red-carpet\\_3cd61122-221d-4823-9def-1981a2baa3dd.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2022/05/22/cannes-contro-i-femminicidi-protesta-femminista-su-red-carpet_3cd61122-221d-4823-9def-1981a2baa3dd.html)>

Per quanto riguarda i diritti, la stretta relazione con gli uomini è in risalto nella questione iraniana. Infatti, dopo la ripresa del potere da parte dei Talebani in Iran i diritti delle donne vengono progressivamente cancellati, subendo un'involuzione di 20 anni. Tra le imposizioni più liberticide viene imposto l'obbligo del burqa in luoghi pubblici e numerose limitazioni alla libera uscita dagli ambienti domestici<sup>84</sup>.

La necessità di affiancare il sesso maschile alla politica è stata già affrontata in precedenza: in questo caso, in particolare, verrà affrontata in relazione ai tre lemmi più associati a donna. Infatti, come su detto, nel lemma politica sono state inserite le tre donne più citate negli articoli del nostro *corpus* e dunque maggiormente protagoniste di hate speech di genere su Facebook.

In particolare, la deputata del PD Laura Boldrini viene spesso citata nelle sue azioni di lotta femminista e per la sua posizione a favore del diritto di abortire: ciononostante, nel nostro *corpus* sono presenti articoli che riportano critiche mosse alla medesima deputata in merito allo scarso interesse per questi temi. Difatti, la questione che più premeva le giovani attiviste durante la manifestazione pro aborto di settembre 2022, a Roma, consisteva nelle disuguaglianze classiste, che non garantiscono il giusto supporto sanitario e ospedaliero<sup>85</sup>.

Gli articoli in cui è protagonista la Meloni attribuiscono una doppia facciata alla leader. Infatti, da un lato viene rappresentata attraverso le critiche mosse da Elly Schlein per il fatto di essere una leader donna e futura premier non femminista<sup>86</sup>, mentre dall'altro

---

<sup>84</sup> Riferimento all'articolo ANSA tratto dal data base di Amnesty International.

ANSA, *Talebani impongono il burqa in pubblico alle donne afghane*, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/05/07/talebani-impongono-il-burqa-in-pubblico-alle-donne-afghane-2\\_97099e1e-6e84-43f1-9438-eff7ac6ee9a2.html?fbclid=IwAR3KDrvhJu-oROeB8RZbVmIbyt49rZnasYEGrJ6ldALVn6Tgv0wdN\\_xcUnk](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/05/07/talebani-impongono-il-burqa-in-pubblico-alle-donne-afghane-2_97099e1e-6e84-43f1-9438-eff7ac6ee9a2.html?fbclid=IwAR3KDrvhJu-oROeB8RZbVmIbyt49rZnasYEGrJ6ldALVn6Tgv0wdN_xcUnk)>

<sup>85</sup> Riferimento all'articolo del Il Giornale tratto dal data base di Amnesty International.

Mauro Leardi, *"Non ci rappresenta". La Boldrini cacciata dalla piazza delle femministe*, Il Giornale settembre 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/politica/se-ne-vada-non-ci-rappresenta-boldrini-contestata-dalle-2071054.html?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=newsfeed\\_ilg&fbclid=IwAR2x0DmyyY7dosuT1izpSNYtLKDX8U3lOyWAgeHsBBpiDJH2luRR8YVapFo](https://www.ilgiornale.it/news/politica/se-ne-vada-non-ci-rappresenta-boldrini-contestata-dalle-2071054.html?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=newsfeed_ilg&fbclid=IwAR2x0DmyyY7dosuT1izpSNYtLKDX8U3lOyWAgeHsBBpiDJH2luRR8YVapFo)>

<sup>86</sup> Riferimento all'articolo del Il Giornale tratto dal data base di Amnesty International.

si auto-rappresenta come solidale e sensibile alla violenza contro le donne, condividendo il video dello stupro avvenuto in agosto a Piacenza, successivamente rimosso dalle piattaforme digitali<sup>87</sup>.

Una maggiore distanza di associazione, seppur in un *range* tra i 50-60 lemmi, sono relazione sentimentale, sicurezza e influencer. A differenza dei primi due insiemi colorati in rosso (uno più intenso e l'altro più tenue), in questo caso il colore scelto è l'arancione, giacché la frequenza d'odio è lievemente minore.

Come per il lemma violenza, nella presente interpretazione il legame tra relazione sentimentale e sicurezza può essere dimostrato dagli eventi di cronaca come stupri, molestie, violenze o episodi di stalking, per cui la notevole frequenza di denunce aumenta il valore associativo sia con donna che con relazione sentimentale, giacché nella maggior parte dei casi avvengono in contesti familiari (Ministero dell'Interno, 2023).

Legato al lemma relazione sentimentale è anche influencer: sebbene si tratti di donne pubblicamente affermate, molto spesso vengono menzionate in relazione ai loro compagni. Tra queste, l'esempio di maggiore rilievo è Giorgia Soleri, che spesso viene appellata come "la fidanzata di Damiano dei Maneskin"<sup>88</sup>, la cui identità personale viene così posta in secondo piano.

---

Daniele Dell'Orco, *Elly Schlein sfida la Meloni: "Di un leader donna non femminista non ce ne facciamo nulla"*, Il Giornale agosto 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/politica/elly-schlein-sfida-meloni-leader-donna-non-femminista-non-ce-2060133.html?utm\\_term=Autofeed&utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook&fbclid=IwAR3tKzQzj\\_IOX2oZSDjTxRc1yYCsDDqp91IxQjaGqiHlgtC3WjBRydhfNO8#Echobox=1660919650](https://www.ilgiornale.it/news/politica/elly-schlein-sfida-meloni-leader-donna-non-femminista-non-ce-2060133.html?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR3tKzQzj_IOX2oZSDjTxRc1yYCsDDqp91IxQjaGqiHlgtC3WjBRydhfNO8#Echobox=1660919650)>

<sup>87</sup> Riferimento all'articolo del La Repubblica tratto dal data base di Amnesty International.

Emanuele Capone, *Facebook, Twitter e Instagram hanno rimosso il video dello stupro condiviso da Meloni: perché e com'è successo*, La Repubblica, agosto 2022, disponibile al link: <[https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/08/23/news/facebook\\_e\\_twitter\\_hanno\\_rimosso\\_il\\_video\\_dello\\_stupro\\_di\\_piacenza\\_perche\\_e\\_come\\_successo-362678943/?ref=fbpr&fbclid=IwAR139IP1J\\_3II21djY0iyzP7-gQzC\\_nT826oAZetY6u4qTdvtNhEUbpQXY](https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/08/23/news/facebook_e_twitter_hanno_rimosso_il_video_dello_stupro_di_piacenza_perche_e_come_successo-362678943/?ref=fbpr&fbclid=IwAR139IP1J_3II21djY0iyzP7-gQzC_nT826oAZetY6u4qTdvtNhEUbpQXY)>

<sup>88</sup> Riferimento all'articolo del Il Giornale tratto dal data base di Amnesty International.

Novella Todoni, *"Soffro di fibromialgia". La rivelazione di Giorgia Soleri*, Il Giornale, ottobre 2022, disponibile al link: <<https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/giorgia-soleri-problemi-salute-soffro>>

Chiara Ferragni e il marito rapper Fedez hanno invece strategicamente creato dalla loro relazione un brand (Ferragnez). Tuttavia, nonostante Chiara Ferragni sia un personaggio pubblico fortemente indipendentemente dal successo di coppia, anch'essa è stata diverse volte menzionata in relazione al marito.

In aggiunta, legato al lemma influencer è anche l'ultima parte del grafico radicale, in cui sono presenti i lemmi con minori valori associativi come discriminazioni e lavoro. In questo caso il colore giallo vuole sia indicare un abbassamento della frequenza d'odio verso questi temi, ma essere anche un avvertimento a non sottovalutare il fenomeno.

Questi due lemmi, molto vicini tra loro, dimostrano quanto le discriminazioni di genere spesso siano relative ai contesti lavorativi, in cui le donne hanno ancora difficoltà a conquistare cariche dirigenziali. Inoltre, nei rari casi in cui riescano ad acquistare *empowerment*, vengono maggiormente esposte a denigrazioni e discriminazioni.

Infine, i valori estremamente minori associativi al termine donna sono terrore e corpo, il cui forte legame valoriale si evince nelle violenze sessuali e discriminazioni di genere. Avendo già trattato trasversalmente le prime, è bene soffermarsi sulle seconde. La discriminazione di genere, oltre ad essere legate alle disuguaglianze in contesti lavorativi, sociali ed economici, in riferimento alle donne spesso associate alle denigrazioni del corpo. Negli ultimi anni, sui social, a causa della diffusione di modelli di bellezza canonizzati dagli stereotipi contemporanei, sono aumentati i fenomeni in cui le donne vengono discriminate per il loro peso. Questo vale sia per chi è considerato in sovrappeso (*fat shaming*) sia per quelle in sottopeso (*thin shaming*). Solitamente tra i soggetti più pubblicamente colpiti da questi pregiudizi sono i

---

fibromialgia-  
2072222.html?scid=IUxfYKuyfNg&utm\_medium=social&utm\_source=facebook&utm\_term=newsfeed  
\_io&id=gOusJILWzUh&fbclid=IwAR0jnMelQzbBc5h-hIwVJffK1LOW-Rx0GxIQp\_oBDC8LpkA-  
wNU1GuwYQag>

personaggi pubblici, poiché a causa della loro visibilità sono costantemente sotto la lente di ingrandimento degli haters. Come già è stato accennato all’inizio del lavoro, una delle donne ad essere stata maggiormente colpita dal *fat shaming* è la ex conduttrice televisiva Vanessa Incontrada. Già nel settembre 2020 l’attrice aveva posato per la rivista Vanity Fair mostrando il suo corpo nudo insieme al titolo «nessuno mi può giudicare»<sup>89</sup> dopo essere stata vittima di numerosi hate speech sui social. A giugno 2022 torna nel mirino dell’odio a causa di una foto pubblicata della rivista di gossip settimanale Nuovo, in cui viene immortalata in bikini<sup>90</sup>.

Gli episodi simili a questo permettono di desumere che il corpo – seppur in riferimento al presente *corpus* di articoli il lemma crei un basso valore associativo a donna – in realtà sia spesso molto legato a episodi di discriminazione, violenze in cui vengono lesi i diritti delle donne.

---

<sup>89</sup> Vanity Fair, «Nessuno mi può giudicare»: sulla nuova cover di «Vanity Fair» Vanessa Incontrada posa nuda, settembre 2020, disponibile al link: < <https://www.vanityfair.it/people/italia/2020/09/29/nessuno-mi-puo-giudicare-sulla-nuova-cover-di-vanity-fair-vanessa-incontrada-posa-nuda>>

<sup>90</sup> Riferimento all’articolo del La Repubblica tratto dal data base di Amnesty International.

La Repubblica, Vanessa Incontrada sulla copertina di una rivista gossip, lo scatto è rubato e da body shaming, giugno 2022, disponibile al link: <[https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/06/09/news/vanessa\\_incontrada\\_sulla\\_copertina\\_di\\_una\\_rivista\\_gossip\\_lo\\_scatto\\_e\\_rubato\\_e\\_da\\_body\\_shaming-353134179/?ref=fbpr&fbclid=IwAR0cTNrem5dMAGdR7oPzVJUTG2xBNs9WB8FER96AlzWp\\_uKhcOOGm2l40dk](https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/06/09/news/vanessa_incontrada_sulla_copertina_di_una_rivista_gossip_lo_scatto_e_rubato_e_da_body_shaming-353134179/?ref=fbpr&fbclid=IwAR0cTNrem5dMAGdR7oPzVJUTG2xBNs9WB8FER96AlzWp_uKhcOOGm2l40dk)>

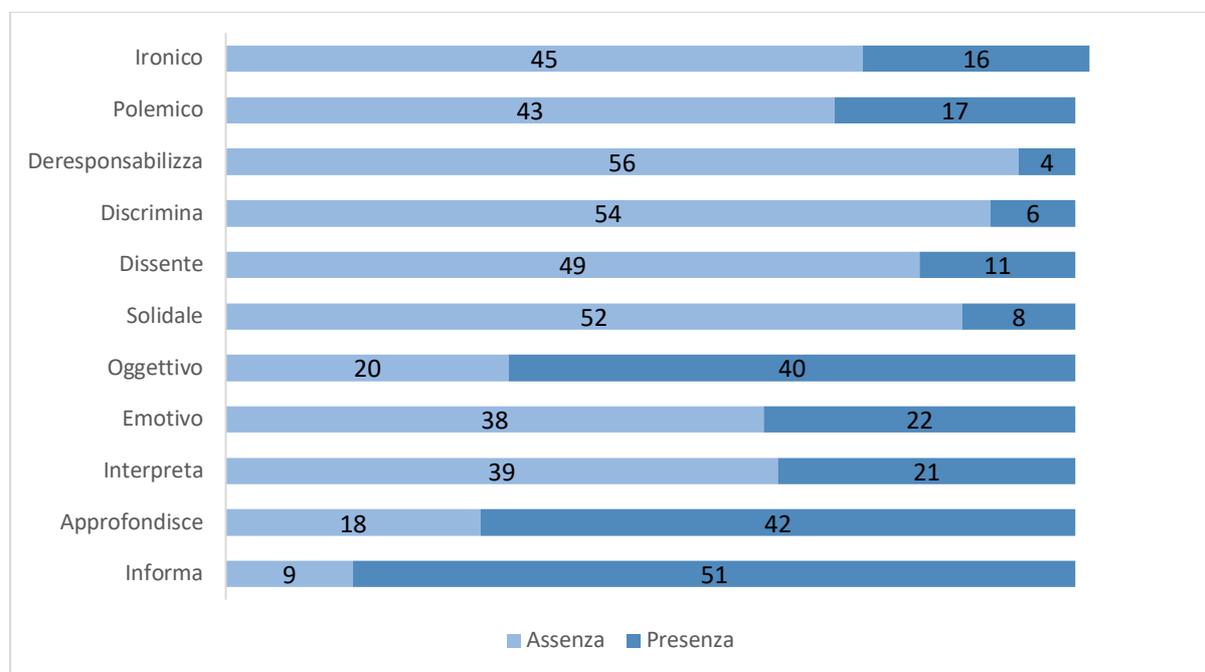
### 3. 4 Analisi delle corrispondenze tra variabili hate speech e variabili articoli giornalistici

Dopo aver definito precisamente i temi e le parole associate all’odio contro le donne, la presente ricerca empirica può focalizzarsi sull’ultimo obiettivo prestabilito.

Per dimostrare se esiste una correlazione tra stile, linguaggio e narrazioni giornalistiche e i commenti hate è stata svolta un’inchiesta su 60 articoli *free access* pubblicati nel periodo di monitoraggio maggio-ottobre 2022 (vedi 3.2).

Per agevolare il lavoro interpretativo si è deciso di accorpare le risposte della scala Likert sintetizzandole in “per niente”, “poco”, “abbastanza” e “molto”. Mentre per alcune rappresentazioni grafiche (Fig. 3.10; 3.24; 3.25) è stata valutata la presenza accorparendo “molto” e “abbastanza” e l’assenza con “per niente” e “poco”.

**Fig. 3.10 – Frequenza linguaggio e stile degli articoli sul cluster donna**



Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Considerando le percentuali più significative, è emerso che gli articoli presi in esame informano (63,3%), approfondiscono la tematica trattata (30%), lasciano poco spazio a interpretazione (5%) e rendono emotivamente partecipi (20%).

Difatti, il 41,7% dei testi ha una narrazione obiettiva e soltanto in alcuni casi è polemica (14,2%)<sup>91</sup> o ironica (12,5%)<sup>92</sup>.

Ciononostante, attraverso un'analisi bivariata è stato possibile dimostrare la correlazione tra alcune forme di linguaggio e narrazione e la fomentazione dell'odio online.

Per comprendere la forza e la direzione, ma anche il livello di significatività tra le variabili si è deciso di calcolare il coefficiente di Pearson<sup>93</sup>, utilizzando il software SPSS. Partendo dalla variabile "oggettività" è stata riscontrata una correlazione positiva moderata con "Stereotipi" (0,308) e "Colpevolezza" (0,301) statisticamente significative a livello 0,05. Ciò vuol dire che le variabili hanno un livello di confidenza del 95%, dunque, dipendono soltanto nel 5% dei casi da motivi casuali.

Tuttavia, per avere un quadro completo sulla correlazione tra le variabili degli articoli e delle hate speech è necessario adoperare un'analisi ermeneutica: in questo modo, sarà più facile individuare anche i significati metalinguistici e i contenuti latenti dei testi.

Difatti, prendendo in considerazione l'ANSA, la testata risultata al 64% "molto" oggettiva, la frequenza delle hate speech su "stereotipi" e "colpevolizzazione" nei confronti delle donne aumenta.

---

<sup>91</sup> Media delle percentuali di frequenza tra abbastanza polemico 16,7% e molto polemico 11,7%.

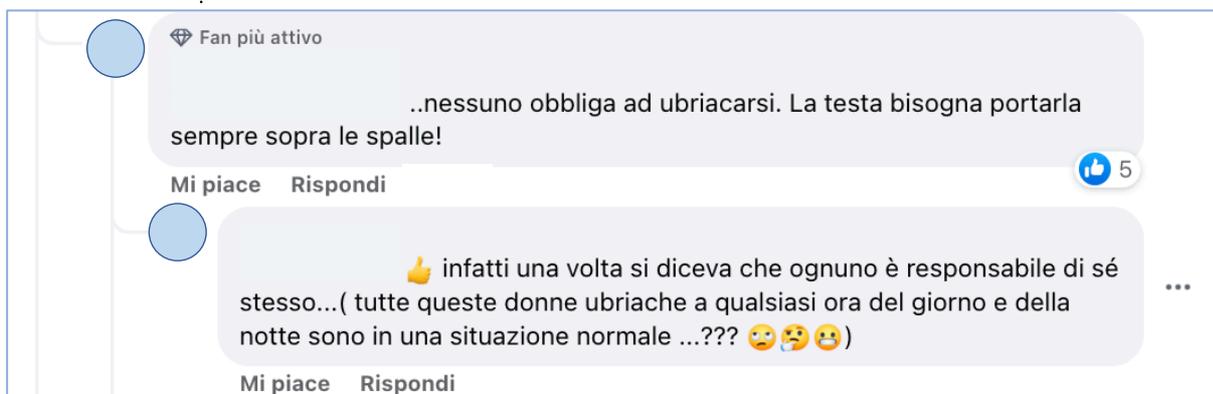
<sup>92</sup> Media delle percentuali di frequenza tra abbastanza ironico 13,3% e molto ironico 11,7%.

<sup>93</sup> Conosciuto anche come coefficiente lineare, l'indice di correlazione di Pearson in statica permette di analizzare un'eventuale relazione lineare tra due variabili. I valori sono compresi tra +1 e -1, dove +1 indica la correlazione perfetta positiva (o diretta) tra due variabili, 0 una mancanza di relazione e -1 una correlazione perfettamente negativa (o inversa). Nel caso in cui è presente una correlazione è possibile calcolare la sua forza considerando i valori compresi da 0 a 0,3 come correlazione debole, da 0,3 a 0,6 moderata e da 0,6 in poi come correlazione forte.

Un esempio sono gli articoli sui diritti delle donne iraniane costrette a severe restrizioni da parte della dittatura talebana. Infatti, nonostante la narrazione sia puramente informativa e obiettiva, i commenti hate attribuiscono al genere femminile la responsabilità di essere discriminate, giacché «dalla loro condizione può partire un cambiamento, ma evidentemente in quel popolo la loro cultura è fortemente radicata»<sup>94</sup>.

Commenti simili avvengono anche nelle narrazioni su fatti di cronaca relativi a violenze di genere, come l'articolo<sup>95</sup> su La Repubblica<sup>96</sup>, in cui si riporta la decisione della Corte d'appello di revocare l'accusa di violenza sessuale ad un ragazzo condannato in primo grado per aver abusato di una coetanea.

**Fig. 3.11 – Commento hate che colpevolizza il genere femminile**



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo di La Repubblica del 7 luglio 2022.

<sup>94</sup> Commento social in riferimento ad articolo ANSA.

ANSA, Talebani impongono il burqa in pubblico alle donne afghane, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/05/07/talebani-impongono-il-burqa-in-pubblico-alle-donne-afghane-2\\_97099e1e-6e84-43f1-9438-ef7ac6ee9a2.html?fbclid=IwAR0RMoYanAhSDb8Li220uU9maSIS1HuFthdSK3kD9jue1uUPWRBFEm4mJUg](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/05/07/talebani-impongono-il-burqa-in-pubblico-alle-donne-afghane-2_97099e1e-6e84-43f1-9438-ef7ac6ee9a2.html?fbclid=IwAR0RMoYanAhSDb8Li220uU9maSIS1HuFthdSK3kD9jue1uUPWRBFEm4mJUg)>

<sup>95</sup> La Repubblica, Assolto dall'accusa di violenza sessuale: "La ragazza aveva bevuto e non ha chiuso la porta: lo ha indotto a osare", luglio 2022, disponibile al link: <[https://torino.repubblica.it/cronaca/2022/07/07/news/assolto\\_dallaccusa\\_di\\_violenza\\_sessuale\\_la\\_ragazza\\_lo\\_ha\\_indotto\\_a\\_osare-356954258/?ref=fbpr](https://torino.repubblica.it/cronaca/2022/07/07/news/assolto_dallaccusa_di_violenza_sessuale_la_ragazza_lo_ha_indotto_a_osare-356954258/?ref=fbpr)>

<sup>96</sup> Seconda testata con valore percentuale di oggettività, poiché nel calcolo della contingenza tra le due variabili ha registrato una frequenza di "molto" al 20% e "abbastanza" al 46,7%.

Come si evince dal commento hate, la vittima viene colpevolizzata e le viene attribuita la responsabilità della violenza che lei stessa ha subito, con la conseguenziale deresponsabilizzazione del carnefice.

La fomentazione all'odio in questo caso è visibile nelle risposte degli altri utenti in appoggio o in contrasto a quello hate. Tra i commenti affini, per avvalorare le proprie opinioni, un altro utente generalizza sul genere femminile per la perdita dei valori morali ed etici rispetto al passato.

In sintesi, si può dire che le narrazioni deresponsabilizzanti del genere maschile possono portare a giustificare e sminuire un atto di violenza. Infatti, come avviene anche per gli articoli, la correlazione tra le due variabili ha una rilevanza moderata positiva con un coefficiente di correlazione di 0,443, a livello staticamente significativo di 0,01.

Tuttavia, all'interno dei giornali i registri linguistici potenzialmente problematici come quelli in cui si esprime apertamente dissenso (9,15%)<sup>97</sup>, o discriminazione (5%)<sup>98</sup> sono riconducibili a casi isolati o prevalentemente utilizzati dalla testata Il Giornale, comunemente riconosciuta per avere uno stile discriminatorio a tratti cruento.

Diversa è l'attenzione che va prestata al tipo di rappresentazioni veicolate dagli articoli. Difatti, seppur i linguaggi medialti non esplicitano considerazioni soggettive su un dato tema, spesso le narrazioni restituiscono immagini femminili associate semanticamente sulla base del genere.

Queste spesso sono complici della proliferazione dei discorsi d'odio online, poiché veicolano stereotipi e pregiudizi comunemente condivisi e assimilati dalla società. Mettendo in correlazione gli hate speech e i tipi di narrazioni esaminati all'interno degli articoli è stata statisticamente rilevata una correlazione significativa in

---

<sup>97</sup> Media delle percentuali di frequenza tra abbastanza dissenso 8,3% e molto 8,3%.

<sup>98</sup> Media delle percentuali di frequenza tra discrimina abbastanza 8,3% e molto 1,7%.

“vittimizzazione”, “subalternità al genere maschile”, “sesso debole”, “madre/moglie” e “*empowerment* femminile”.

Per quanto concerne la prima categoria, si può assumere che negli articoli le donne vengono rappresentate come vittime, poiché sottoposte ripetutamente ad abusi, stupri e molestie, fino ad arrivare ad essere uccise. Emerge così che, nonostante le denunce e i numerosi tentativi di rivalsa, la donna sembra impossibilitata a cambiare la sua condizione.

Spesso in questi casi la narrazione vittimizzante è strettamente legata anche alla “subalternità al genere maschile”<sup>99</sup> o alla sua stereotipata rappresentazione di “sesso debole”<sup>100</sup>.

In questi specifici casi le contro-narrazioni degli haters tendono, come già dimostrato precedentemente, a generalizzare<sup>101</sup> e colpevolizzare<sup>102</sup> la vittima o addirittura a sminuire il fenomeno.

Ne è un esempio l’articolo sul *catcalling* subito da una ventenne da parte di due militari, in cui viene sottolineata l’insistenza del fenomeno tanto da far intervenire i familiari<sup>103</sup>.

---

<sup>99</sup> La correlazione tra vittimizzazione e subalternità al genere maschile è diretta e moderata con un coefficiente di 0,483 significativo a 0,1.

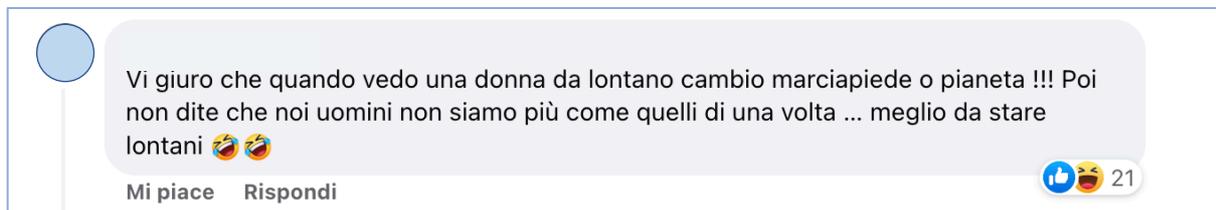
<sup>100</sup> La correlazione tra vittimizzazione e sesso debole è diretta e forte con un coefficiente di 0,605 significativo a 0,1.

<sup>101</sup> La correlazione tra vittimizzazione e generalizzazione è diretta e moderata con un coefficiente di 0,356 significativo a 0,5.

<sup>102</sup> La correlazione tra vittimizzazione e colpevolizzare è diretta e moderata con un coefficiente di 0,391 significativo a 0,5.

<sup>103</sup> La Repubblica, *Catcalling, due militari dell’esercito a processo a Milano: molestie verbali a una ragazza per strada*, maggio 2022, disponibile al link:  
<[https://milano.repubblica.it/cronaca/2022/05/10/news/catcalling\\_due\\_militari\\_esercito\\_a\\_processo\\_milano\\_molestie\\_verbali\\_per\\_strada-348921352/?ref=fbpr](https://milano.repubblica.it/cronaca/2022/05/10/news/catcalling_due_militari_esercito_a_processo_milano_molestie_verbali_per_strada-348921352/?ref=fbpr)>

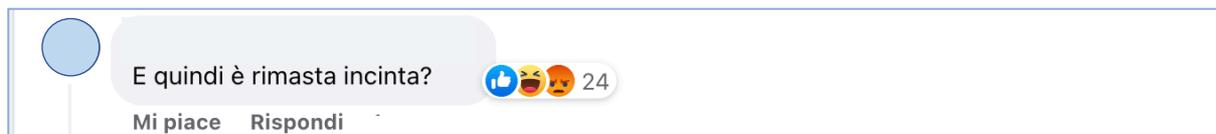
**Fig. 3.12 – Hate speech di giustificazione di una molestia**



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo di La Repubblica del 10 maggio 2022.

In questo caso il discorso d'odio verte nella completa deresponsabilizzazione dei due uomini, capovolgendo i ruoli di vittima e carnefice. Una tesi avvalorata dalla storia personale dell'hater, che trova sostegno da parte degli altri utenti.

**Fig. 3.13 – Commento hate che sminuisce e schernisce una molestia**



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo di La Repubblica del 10 maggio 2022.

Spesso, come in questo caso, le molestie e le denunce vengono sminuite o messe in discussione, tanto da essere considerate false o attribuibili a episodi architettati per avere notorietà. Come avviene per la violenza testimoniata da Francesca De André, ex corrente del Grande Fratello che nel mese di maggio denunciò l'ex compagno per averla «picchiata a sangue»<sup>104</sup>: gli hate speech lasciano intendere che la denuncia, poiché tarda, sia in realtà un tentativo di ottenere «un momento di celebrità».

<sup>104</sup> La Repubblica, *Francesca De André: "Sono stata pestata a sangue dal mio ex. Ho rischiato di morire"*, maggio 2022, disponibile al link: [https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/05/26/news/francesca\\_de\\_andre\\_pestata\\_dal\\_fidanzato-351225561/?ref=fbpr](https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/05/26/news/francesca_de_andre_pestata_dal_fidanzato-351225561/?ref=fbpr)

Tuttavia, narrazioni simili – in cui una donna viene colpevolizzata o addirittura discriminata – sono presenti anche nei casi di preventiva denuncia oppure quando una non si trova la forza di denunciare gli abusi del compagno, Ciò avviene anche in relazione a episodi più cruenti, come quello che ha coinvolto una donna di 30 anni finita in prognosi riservata a Bologna dopo essere stata picchiata brutalmente dal compagno<sup>105</sup>. In questo caso l’hater si spinge ad attribuire la medesima brutalità a vittima e aggressore.

**Fig. 3.14 – Commento hate attacca la vittima di una violenza**



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo di La Repubblica del 1° giugno 2022.

Dunque, come si evince, i commenti hate che generalizzano sul genere femminile spesso sono frutto di stereotipi e pregiudizi intrinseci nel pensiero dell’utente. Per questa ragione alla variabile “generalizzazione” è stata rilevata una correlazione moderata diretta con coefficiente di 0,336 a livello 0,05, con le rappresentazioni femminili nel ruolo di “madre/moglie”.

Ciò significa che più la donna è rappresentata in ruoli stereotipati, maggiori sono i luoghi comuni utilizzati negli hate speech. Inoltre, spesso, per via di una visione di “subalternità con il sesso maschile”, vengono utilizzate *hate words* relative a capacità intellettive o disabilità psichiche (0,451, livello 0,05).

---

<sup>105</sup> La Repubblica, *Bologna, massacrata dal compagno con pugni e calci davanti ai bambini: è in prognosi riservata*, giugno 2022, disponibile al link: <[https://bologna.repubblica.it/cronaca/2022/06/01/news/bologna\\_violenza\\_in\\_famiglia-352072565/?ref=fbpr](https://bologna.repubblica.it/cronaca/2022/06/01/news/bologna_violenza_in_famiglia-352072565/?ref=fbpr)>

Difatti, tra i modelli stereotipati connessi al sesso (vedi 1.2), alle donne viene associata una capacità intellettuale inferiore rispetto all'uomo, né viene considerata adatta a determinati studi o mansioni.

Questa correlazione è stata riscontrata maggiormente in relazione a personaggi diventati pubblici sui social, come Chiara Ferragni, o appartenenti alla classe politica, come Elly Schlein.

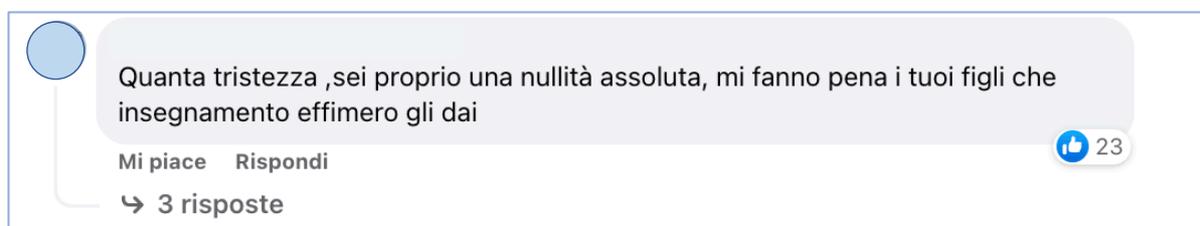
Nello specifico, il commento d'odio rivolto a Ferragni punta a sminuire il suo intelletto e le sue capacità, in risposta alle sue dichiarazioni sul diritto d'aborto.

In questo caso, già nell'articolo del Il Giornale l'influencer viene presentata come colei che «dà l'aiutino alla sinistra» per attaccare Fratelli d'Italia<sup>106</sup>. In aggiunta, nonostante l'irrilevanza al tema, con tono provocatorio l'articolo scredita anche il marito Fedez, sostenendo che dalla relazione fra i due è nata una «macchina di marketing e di consenso e dunque questo appello non può essere sottovalutato».

Dunque, in questo caso la relazione con il compagno viene strumentalizzata al fine di vanificare e mettere in discussione la presa di posizione ideologica dell'influencer sulla situazione delle Marche.

Da ciò deriva una forte critica nei suoi confronti, dalla quale emergono accuse di inettitudine e di essere una madre irresponsabile.

### Fig. 3.15 – Commento con hate word su capacità intellettive



<sup>106</sup> Stefano Zurlo, Arriva l'aiutino alla sinistra Ferragni in campo per attaccare Fdi: "Frena gli aborti", agosto 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/politica/arriva-laiutino-sinistra-ferragni-campo-attaccare-fdi-frena-2061254.html?utm\\_term=Autofeed&utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook#Echobox=1661403244](https://www.ilgiornale.it/news/politica/arriva-laiutino-sinistra-ferragni-campo-attaccare-fdi-frena-2061254.html?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1661403244)>

Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo di Il Giornale del 25 agosto 2022

Di conseguenza, l'incapacità di riconoscere il valore dell'influencer rende effimera la sua battaglia, a causa della perdita di credibilità ed *empowerment*.

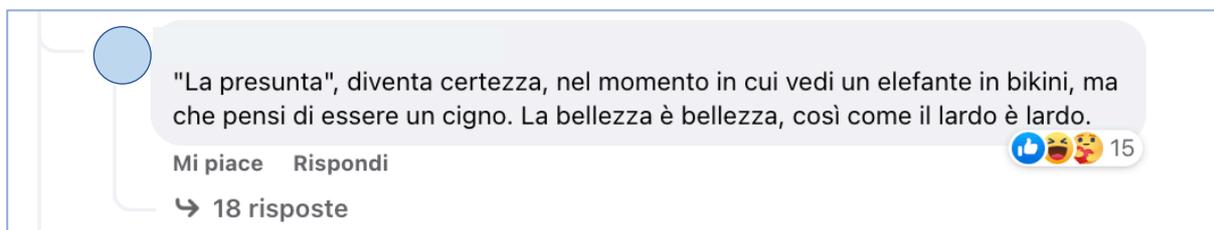
Infatti, il potere femminile, nelle narrazioni medialie prese in esame, detiene una percentuale di assenza del 87,2%. Tuttavia, nei pochi casi in cui viene rilevato (3,85% su 39 articoli) istaura correlazioni dirette moderate (0,434, livello 0,05) con i discorsi d'odio sul corpo femminile e la provenienza territoriale (0,387, livello 0,05) e forti (0,728, livello 0,1) con *hate words* razziste.

Nel primo caso, la spiegazione è individuabile nella diretta correlazione tra rappresentazioni d'*empowerment* e corpo femminile.<sup>107</sup>

Ne è un esempio l'articolo del La Repubblica dedicato ai pesanti attacchi di *bodyshaming* di cui è stata vittima Vanessa Incontrada<sup>108</sup>. La storia che viene raccontata è simbolo di riconquista di bellezza, in cui l'ex conduttrice critica i canoni imposti dalla società, che etichettano gli individui e condizionano il loro sentirsi adeguati.

Tuttavia, la *body positive* non riesce ad attecchire sui social, per cui gli utenti continuano a denigrarla nonostante le segnalazioni.

### Fig. 3.16 – Commento con hate words bodyshaming



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo di La Repubblica del 9 giugno 2022.

<sup>107</sup> La correlazione diretta tra queste due variabili è moderata e significativa al livello 0,1 con un coefficiente di correlazione a 0,641.

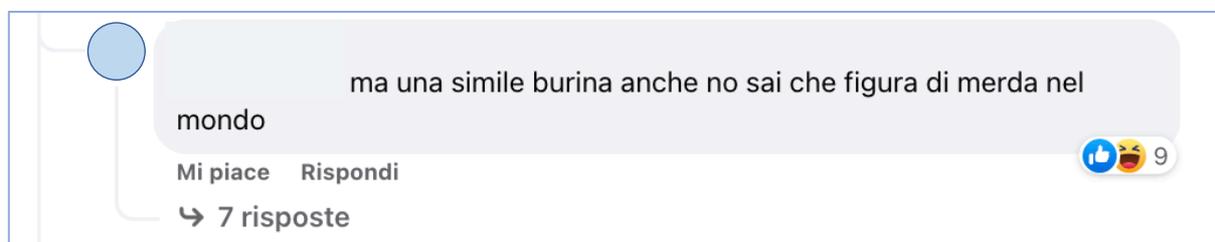
<sup>108</sup> La Repubblica, Vanessa Incontrada sulla copertina di una rivista gossip, lo scatto è rubato e da body shaming, giugno 2022, disponibile al link: <[https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/06/09/news/vanessa\\_incontrada\\_sulla\\_copertina\\_di\\_una\\_rivista\\_gossip\\_lo\\_scatto\\_e\\_rubato\\_e\\_da\\_body\\_shaming-353134179/?ref=fbpr](https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/06/09/news/vanessa_incontrada_sulla_copertina_di_una_rivista_gossip_lo_scatto_e_rubato_e_da_body_shaming-353134179/?ref=fbpr)>

Nel commento hate viene utilizzata l'ironia per colpire la sensibilità dell'ex conduttrice, creando una forte polarizzazione del dibattito: c'è chi si schiera a favore e contro le parole hate. Tuttavia, in questo caso entrambe le fazioni contribuiscono ad aumentare la frequenza dell'odio online, poiché gli utenti ribattono le loro posizioni discriminandosi in maniera violenta.

Difatti, è dimostrato che raccontare una donna attraverso il suo corpo comporta un aumento del *bodyshaming*: il corpo, divenendo il protagonista, è facilmente esposto a commenti e critiche<sup>109</sup>.

Per quanto concerne, invece, la correlazione tra *empowerment* e discorso d'odio sulla provenienza territoriale, finisce nel mirino dell'odio l'allora candidata e attuale presidente Giorgia Meloni.

### Fig. 3.17 – Hate speech territoriale con hate words razzista/territoriale



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo dell'ANSA del 11 settembre 2022.

Nell'articolo dell'ANSA, in cui viene pubblicato questo commento hate, sono menzionate le dichiarazioni della Meloni con le quali afferma che la «salita al governo di una donna significherebbe la rottura del tetto di cristallo», causa di *gender gap* e discriminazioni in ambito socio-economico e lavorativo<sup>110</sup>.

<sup>109</sup> La correlazione tra la rappresentazione della donna tramite riferimenti al suo corpo e i discorsi d'odio su quest'ultimo è statisticamente significativo con un coefficiente di 0,628 a livello 0,1.

<sup>110</sup> ANSA, Elezioni; Meloni, una donna presidente è sfondare il tetto di cristallo, settembre 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/09/11/elezioni-meloni-una-donna-presidente-e-sfondare-tetto-di-cristallo\\_d1881c6a-71dd-4934-a297-6ef175eb3d3a.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/09/11/elezioni-meloni-una-donna-presidente-e-sfondare-tetto-di-cristallo_d1881c6a-71dd-4934-a297-6ef175eb3d3a.html)>

In questo caso, dato la rivendicazione del potere politico da parte di una donna, il dibattito è molto polarizzato tra chi la sostiene e diffonde commenti d'odio verso le forze politiche della sinistra e chi, invece, vuole destabilizzarla e sminuirla con riferimenti alla provenienza territoriale.

Difatti, il termine «burina» nel dialetto romanesco viene utilizzato in maniera dispregiativa per designare una persona che vive fuori il Grande Raccordo Anulare di Roma Capitale. Tuttavia, date le origini romanocentriche della Meloni, in questo caso viene utilizzato per denigrare presunti modi e atteggiamenti provinciali.

Infine, ulteriormente differente è la correlazione tra *empowerment* e razzismo.

Prendendo come riferimento l'articolo del Il Giornale del 21 luglio 2022, è evidente come la nota giornalista Rula Jebreal venga trasversalmente raccontata attraverso esplicite discriminazioni su capacità intellettive e lavorative<sup>111</sup>.

### Fig. 3.18 – Titolo denigratorio sulla giornalista Rula Jebreal



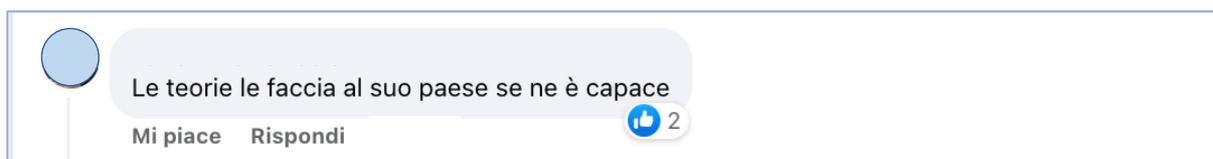
Fonte: nostro estratto di titolo dall'articolo online del Il Giornale del 21 luglio 2022.

Le narrazioni che si focalizzano sulle capacità e abilità femminili sono statisticamente significative in una correlazione diretta con le hate speech di stampo razzista (0,687, livello 0,1).

<sup>111</sup> Giuseppe De Lorenzo, La folle teoria di Rula Jebreal, il Quidditch omofobo e Draghi: quindi, oggi..., luglio 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/cronache/folle-teoria-rula-jebreal-quidditch-omofobo-e-draghi-quindi-2053085.html?utm\\_term=Autofeed&utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook#EchoBox=1658429534](https://www.ilgiornale.it/news/cronache/folle-teoria-rula-jebreal-quidditch-omofobo-e-draghi-quindi-2053085.html?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#EchoBox=1658429534)>

In questo caso, la narrazione discriminante accentua maggiormente questa correlazione, tanto che in risposta all'articolo gli utenti denigrano la giornalista nella classica formulazione "fallo a casa tua", tipica dei pensieri estremamente nazionalisti e sovranisti.

**Fig. 3.19 – Commento razzista nei confronti della giornalista Rula Jebreal**



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo del Il Giornale del 21 luglio 2022.

Ma in questo caso, oltre a essere messe in dubbio valore e capacità della giornalista, il commento hate diffonde anche fake news, poiché la giornalista possiede la doppia cittadinanza italo-israeliana.

Detto questo, a chiudere il quadro sulle hate speech è la diffusione della paura all'interno delle narrazioni.

Considerando l'intero *corpus* degli articoli è emerso che le narrazioni sensazionalistiche che veicolano terrore sono presenti principalmente quando la donna è rappresentata come sesso debole (34,6% su 26 articoli)<sup>112</sup>, poiché esposta maggiormente a pericoli e rischi.

Proprio su queste due variabili è stata, infatti, rilevata una correlazione significativa moderata e diretta con coefficiente 0,418 a livello 0,05.

Inoltre, all'aumentare delle rappresentazioni debilitanti il genere femminile, oltre alla paura, aumentano anche le narrazioni sessiste e giustificatrici di violenza (0,445, livello 0,05). In aggiunta, questo tipo di narrazione, poiché innesca meccanismi di compassione nei confronti delle donne, registra una conseguenziale correlazione

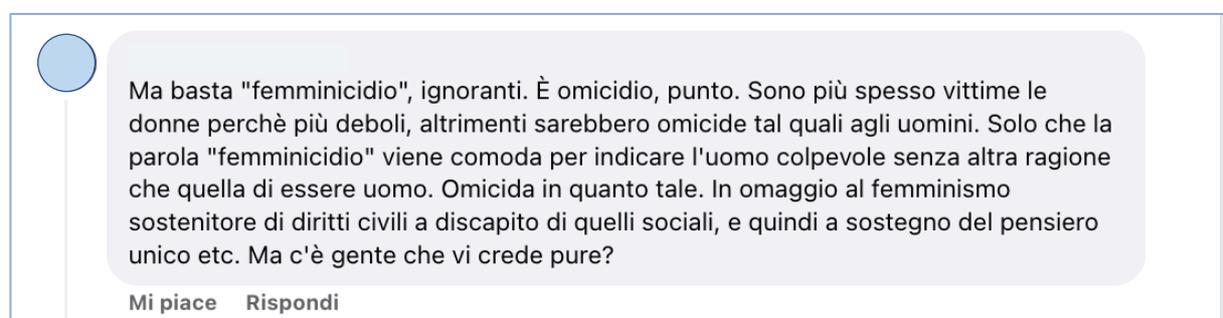
---

<sup>112</sup> Il 34,6% rappresenta la media percentuale tra il 50% di "molto" e il 19,2% di "abbastanza", su 26 articoli che rappresentano la donna come sesso debole.

inversa e moderata con le *hate words* sulle disabilità intellettive e psichiche (- 0,507, livello 0,05).

Ne è un esempio l'articolo del Il Fatto Quotidiano in cui si racconta il caso di cronaca nera avvenuto a Vicenza l'8 giugno 2022, quando un uomo ha ucciso l'ex compagna e l'allora fidanzata, prima di togliersi la vita<sup>113</sup>.

### Fig. 3.20 – Commento hate per sminuire il fenomeno dei femminicidi



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook in articolo del Il Fatto Quotidiano dell'8 giugno 2022

Dunque, l'hater, oltre a sminuire il fenomeno del femminicidio che in Italia è aumentato del 10% rispetto al 2022 (Ministero dell'Interno 2023), esprime apertamente le sue considerazioni sulle donne designate come «più deboli» e per questo vittime di omicidi. In questo modo, è evidente una normalizzazione da parte del fenomeno, che giustifica la violenza e deresponsabilizza il genere maschile.

Tuttavia, prima di trarre le nostre conclusioni, occorre esprimere alcune considerazioni in merito ai discorsi d'odio razzisti.

Come è stato dimostrato dalle ricerche di Amnesty International Italia (Barometro, 2020) le hate speech di stampo etnico-razziali sono le più diffuse online.

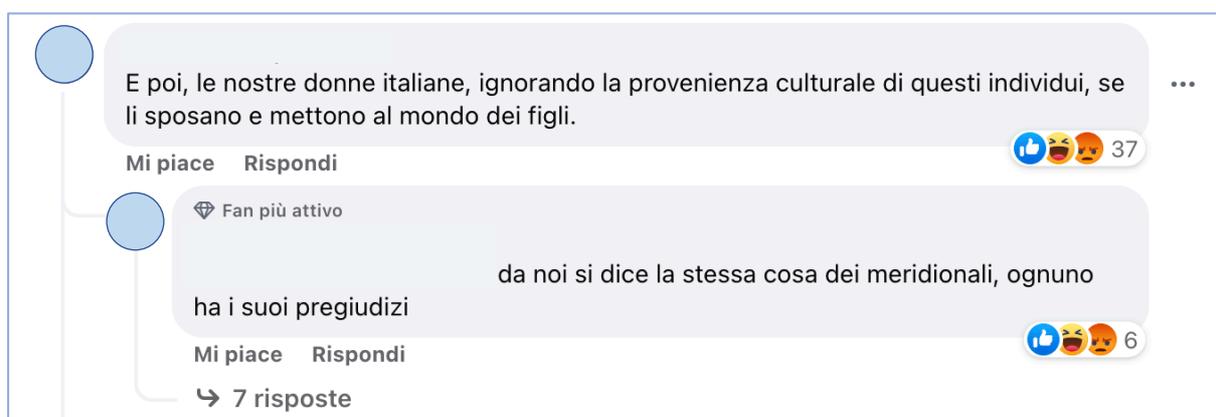
---

<sup>113</sup> Il Fatto Quotidiano, Vicenza, doppio femminicidio: ammazza l'ex e la compagna, poi si suicida. Il killer era già stato arrestato per maltrattamenti, giugno 2022, disponibile al link: <[https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/06/08/vicenza-doppio-femminicidio-ammazza-lex-e-la-compagna-poi-si-suicida-il-killer-era-gia-stato-arrestato-per-maltrattamenti/6619397/?utm\\_content=fattoquotidiano&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=Echobox2021&utm\\_source=Facebook#Echobox=1654724312](https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/06/08/vicenza-doppio-femminicidio-ammazza-lex-e-la-compagna-poi-si-suicida-il-killer-era-gia-stato-arrestato-per-maltrattamenti/6619397/?utm_content=fattoquotidiano&utm_medium=social&utm_campaign=Echobox2021&utm_source=Facebook#Echobox=1654724312)>

Difatti, anche in questo caso, dall'analisi dei commenti d'odio si evince che spesso gli utenti rispondono decontestualizzando i fatti di cronaca relativi alle violenze sulle donne per incentivare l'odio razziale.

Ne è un esempio il commento all'articolo del La Repubblica sulla pena di morte e la lotta Amnesty a favore delle donne iraniane.

**Fig. 3.21 – Hate speech razzista in riferimento alla pena di morte in Iran**



Fonte: nostro estratto di commento hate sotto l'articolo del La Repubblica del 9 ottobre 2022

In questo caso, infatti, si giustificano implicitamente le violenze e i soprusi a cui sono sottoposte le donne iraniane, spostando il *focus* sulle donne italiane.

L'utente, sulla base di pregiudizi e stereotipi, decontestualizza il riferimento e generalizza sul genere femminile, per attribuire implicitamente alle donne la colpa delle violenze di cui sono vittime.

Un analogo atteggiamento di stampo razzista è stato riscontrato in alcuni articoli che trattano delle battaglie femministe. Un esempio è l'articolo del Il Giornale sul gruppo d'azione femminista Me Too, gruppo che ha promosso la depennazione della viralità maschile mediante corsi sulla mascolinità tossica<sup>114</sup>.

<sup>114</sup> Roberto Vivaldelli, L'ultima follia del #MeToo: corsi contro la "virilità", maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/mondo/lultima-follia-metoo-corsi-contro-virilit-](https://www.ilgiornale.it/news/mondo/lultima-follia-metoo-corsi-contro-virilit)

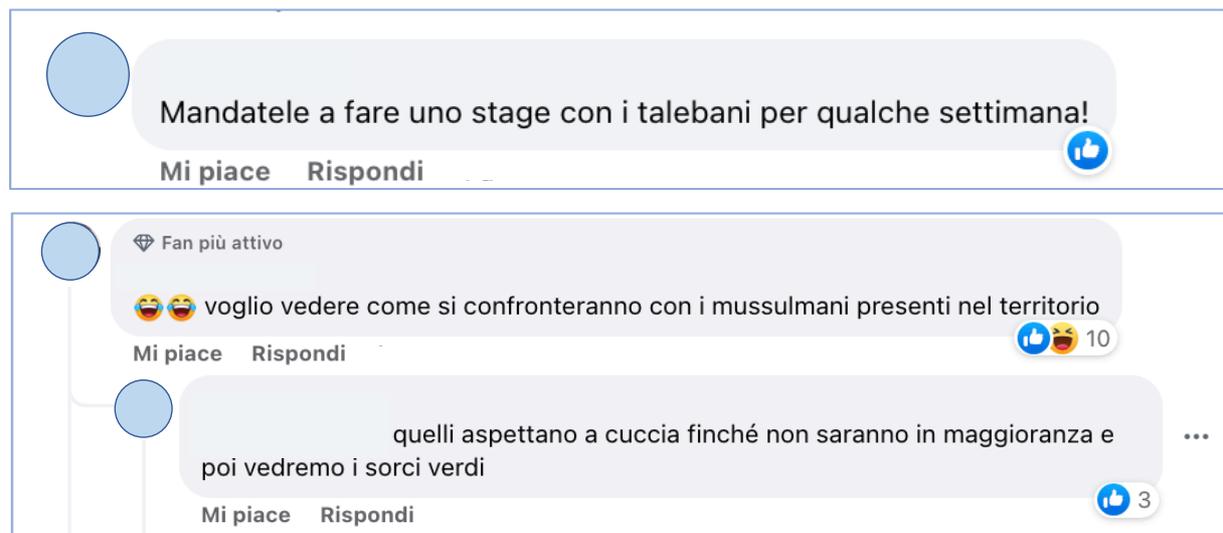
**Fig. 3.22 – Titolo discriminatorio e sminuente sulle lotte femministi per i diritti**



Fonte: nostro estratto di titolo estratto dall'articolo online del Il Giornale del 17 maggio 2022.

Sebbene la narrazione sia esplicitamente polemica e discriminatoria, il commento hater disabilita e denigra l'azione femminista con commenti di stampo razzista e fuori contesto.

**Fig. 3. 23– Commenti razzisti in riferimento alla velleità delle lotte per i diritti delle donne**

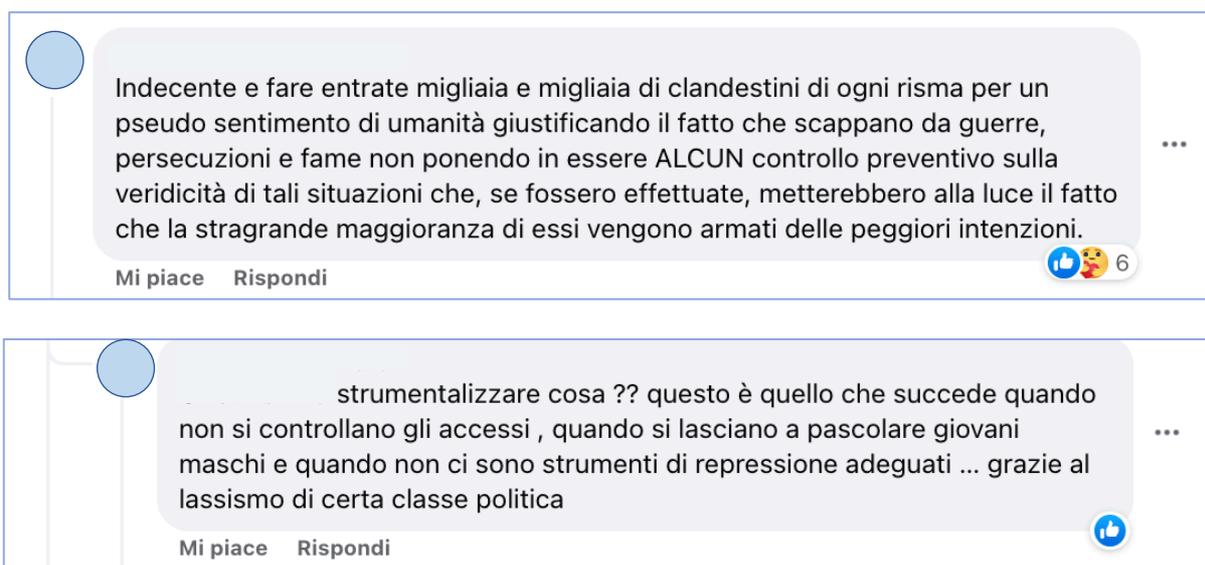


Fonte: nostro estratto di commenti hate su Facebook in articolo del Il Giornale del 17 maggio 2022.

2034786.html?utm\_term=Autofeed&utm\_medium=Social&utm\_source=Facebook#Echobox=1652739409>

In altri casi, invece, dove i soggetti sono stranieri, le narrazioni vengono strumentalizzate per denigrare l'intero fenomeno migratorio. Esempio è il caso di stupro avvenuto a Piacenza, in relazione al quale sono state diffuse immagini audiovisive sui social<sup>115</sup>.

**Fig. 3.24 – Commenti razzisti in riferimento a uno stupro**



Fonte: nostro estratto di commenti hate su Facebook in articolo del La Stampa del 21 agosto 2022.

In questo caso, il *focus* sulla violenza, oltre essere decentrato, viene giustificato e motivato dalla nazionalità dell'aggressore, non dal suo genere o dalla diffusione della cultura dello stupro, che normalizza il fenomeno e riduce le azioni di tutela nei confronti delle donne.

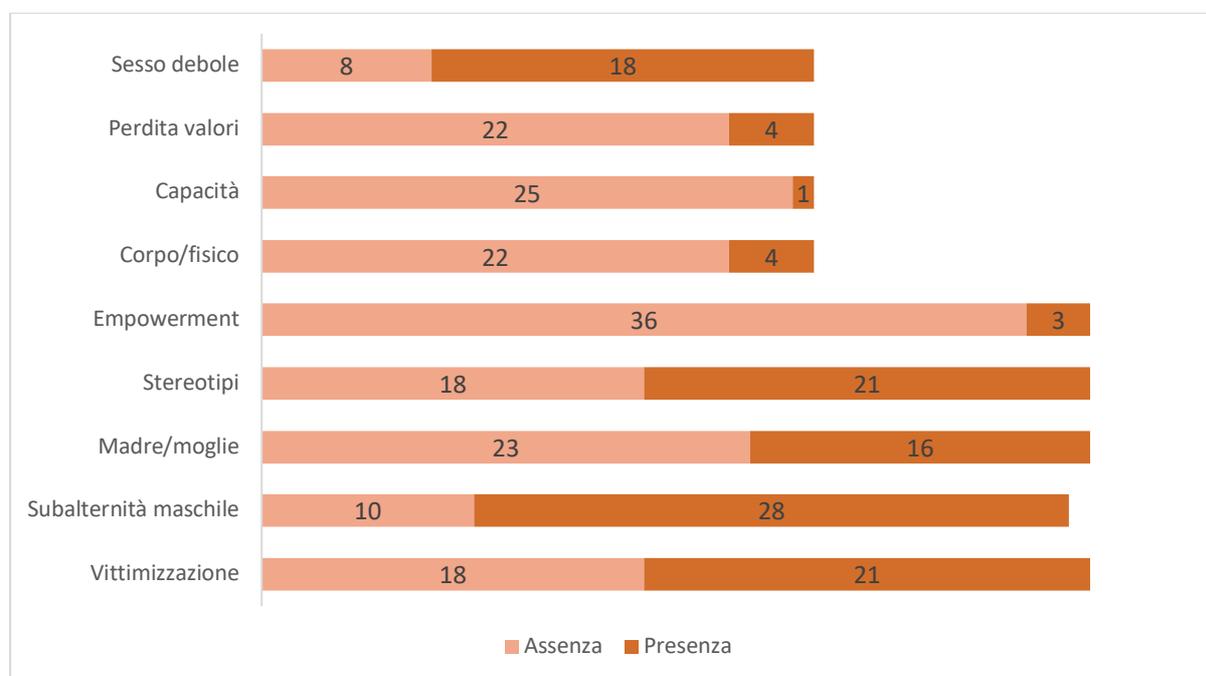
---

<sup>115</sup> La Stampa, *Donna violentata a Piacenza, Letta: "Indecente che Meloni abbia postato il video dello stupro"*, agosto 2022, disponibile al link: [https://www.lastampa.it/cronaca/2022/08/21/news/piacenza\\_tenta\\_di\\_stuprare\\_una\\_profuga\\_ucraina\\_in\\_pieno\\_centro\\_passante\\_chiama\\_le\\_forze\\_dellordine\\_arrestato-6977491/?ref=fbpp](https://www.lastampa.it/cronaca/2022/08/21/news/piacenza_tenta_di_stuprare_una_profuga_ucraina_in_pieno_centro_passante_chiama_le_forze_dellordine_arrestato-6977491/?ref=fbpp)

### 3. 5 Rappresentazioni mediali e hate speech di genere: esiste una responsabilità giornalistica?

Una volta delineate le correlazioni tra hate speech e linguaggi mediali, prima di proporre le conclusioni, è bene designarne un quadro complessivo.

**Fig. 3.24 – Frequenza delle rappresentazioni mediale del genere femminile nel periodo maggio-ottobre 2022**



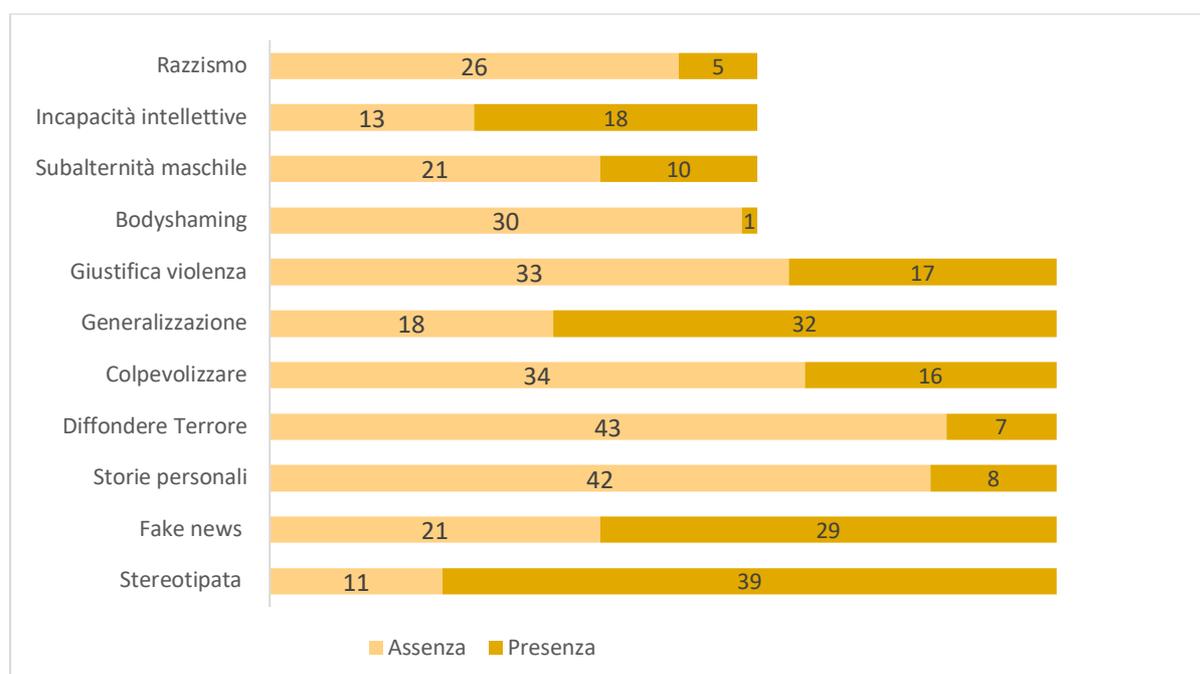
Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Dal calcolo delle frequenze (dove sono accorpati in “assenza” le variabili “per niente” e “poco”, mentre in “presenza” “abbastanza” e “molto”) delle narrazioni mediali, possiamo ricavare che nel periodo tra maggio e ottobre le donne vengono rappresentate principalmente come vittime, sottomesse e succubi della figura maschile. Questo dato restituisce un’immagine stereotipata delle donne, che spesso

vengono definite come “sesso debole”: nella maggior parte dei casi ciò avviene quando si parla di diritti e di violenze.

Ancor’oggi le donne sono costrette a rivendicare i diritti personali e la loro emancipazione, poiché la struttura patriarcale e gerarchica del nostro sistema sociale rende più difficile contrastare le disuguaglianze e correggere il *gender gap* socio-economico e politico.

**Tab. 3.25 – Frequenza tipi di hate speech sul cluster donna nel periodo maggio-ottobre 2022**



Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

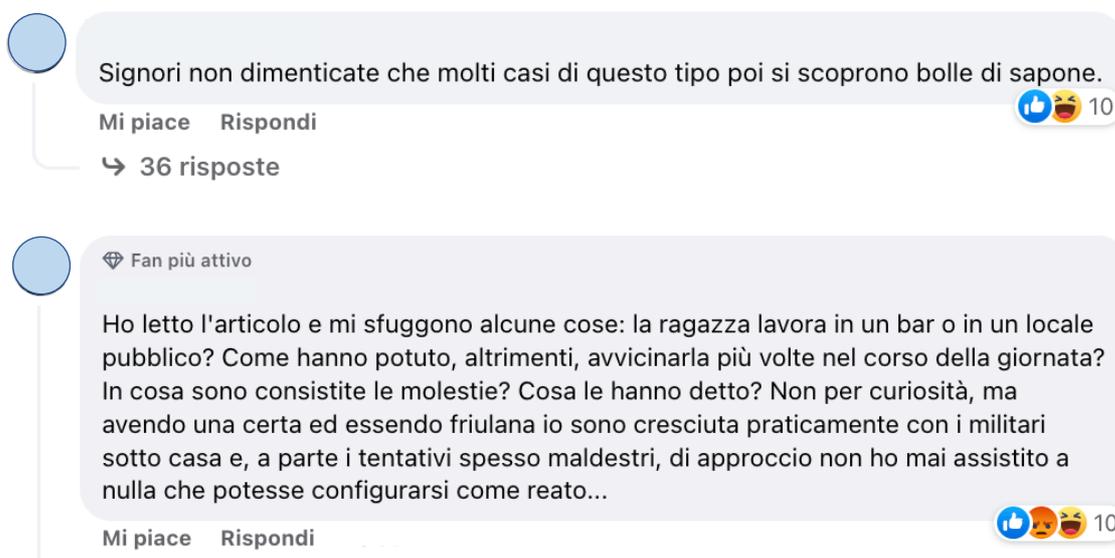
Il dominio maschile e la relativa egemonia culturale sono ben radicati all’interno della società. Per questa ragione, nonostante le storie con epiloghi drammatici, le violenze e le lotte femministe vengono sminuite.

Come è ben visibile dalle frequenze delle hate speech il dibattito d’odio veicola principalmente concetti pregiudizievole e stereotipati nei confronti del genere

femminile, avvalendosi spesso della diffusione di notizie completamente infondate, del tutto false o manipolate con interpretazioni soggettive.

La generalizzazione, applicata ai casi di violenza, comporta spesso la giustificazione della violenza stessa, colpevolizzando la vittima e deresponsabilizzando l'aggressore. Proprio su questo si fonda la cultura dello stupro (*rape culture*)<sup>116</sup> che secondo l'analisi dei commenti risulta essere presente anche nella nostra società. Tale termine non si riferisce soltanto all'atto specifico, ma ad oggi con alcuni movimenti femministi come Me Too è un'espressione che racchiude un insieme di comportamenti come la minimizzazione di un problema e l'inevitabile ridimensionamento del fenomeno.

**Fig. 3.26 – Commenti hate sulla minimizzazione del fenomeno della violenza**

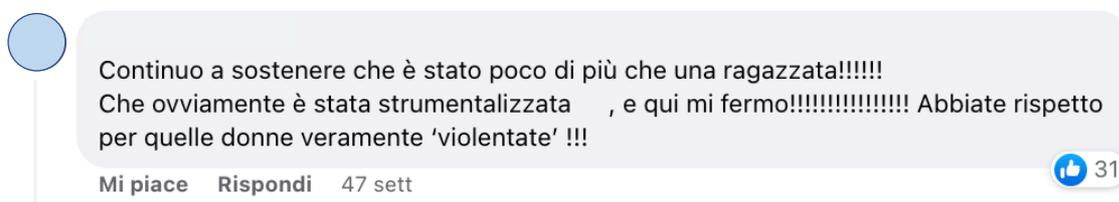


Fonte: nostro estratto di commenti hate su Facebook da 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

<sup>116</sup> Termine utilizzato per la prima volta dalla regista Margaret Lazarus per il titolo del suo film del 1975, in cui descrive come lo stupro sia rappresentato in varie opere teatrali, nel cinema e nella musica come una forma consolidata quasi di intrattenimento.

Cambridge Documentary Films, *Rape Culture*, in Internet Archive, disponibile al link: <<https://web.archive.org/web/20120118082224/http://www.cambridgedocumentaryfilms.org/rapeculture.html>>

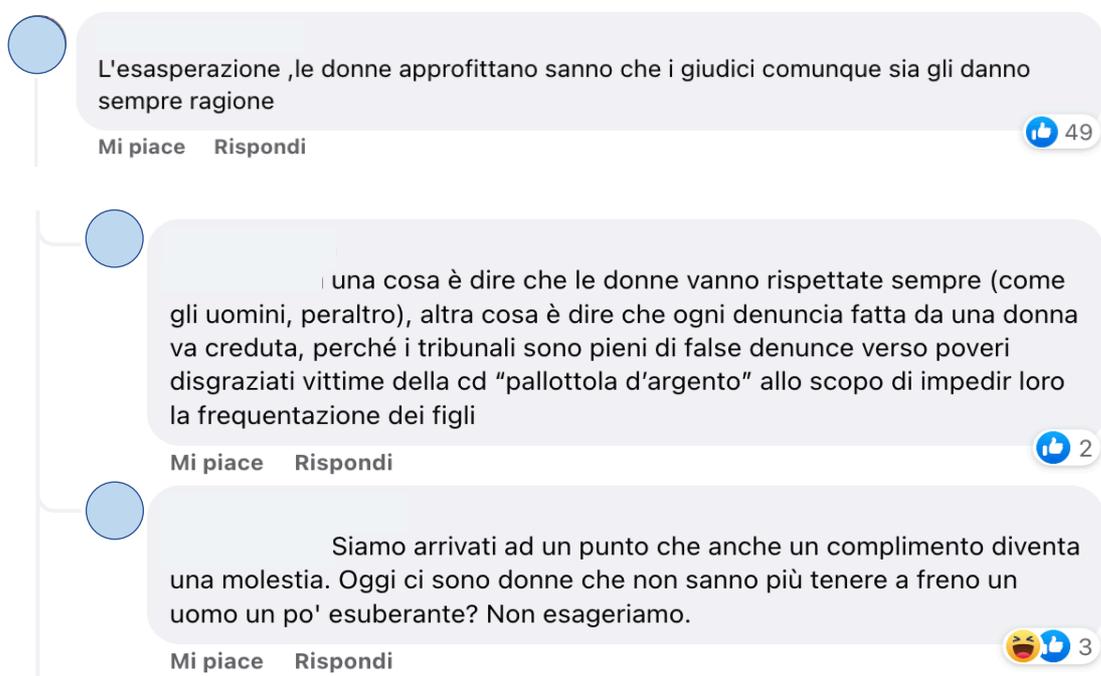
**Fig. 3.27 – Commenti hate sulla minimizzazione del fenomeno della violenza**



Fonte: nostro estratto di commento hate su Facebook da 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

In alcuni casi, al fine di mantenere il proprio *status quo*, molti utenti designano l'uomo come vittima di un sistema ultra-femminista, in cui qualsiasi comportamento è vagliato dal giudizio sociale, che ne limita il raggio d'azione.

**Fig. 3.28 – Commenti hate che vitaminizzano e deresponsabilizzano l'uomo**



Fonte: nostro estratto di commenti hate su Facebook da 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Tuttavia, sebbene vada riconosciuto che spesso l'exasperazione di linguaggi e narrazioni radical femministe porta a un'estremizzazione del *politically correct*, bisogna considerare che i comportamenti e gli atteggiamenti sono condizionati dalla moralità e dall'etica dettate dalle leggi sociali.

Per questa ragione, è bene sottolineare che le rappresentazioni stereotipate e i processi cognitivi ad esse correlati sono condivisi anche allo stesso genere femminile.

Infatti, dall'analisi proposta, si è potuto notare che le stesse donne hanno assunto atteggiamenti ostili e denigratori nei confronti del loro stesso genere, sulla base di pregiudizi e preconcetti.

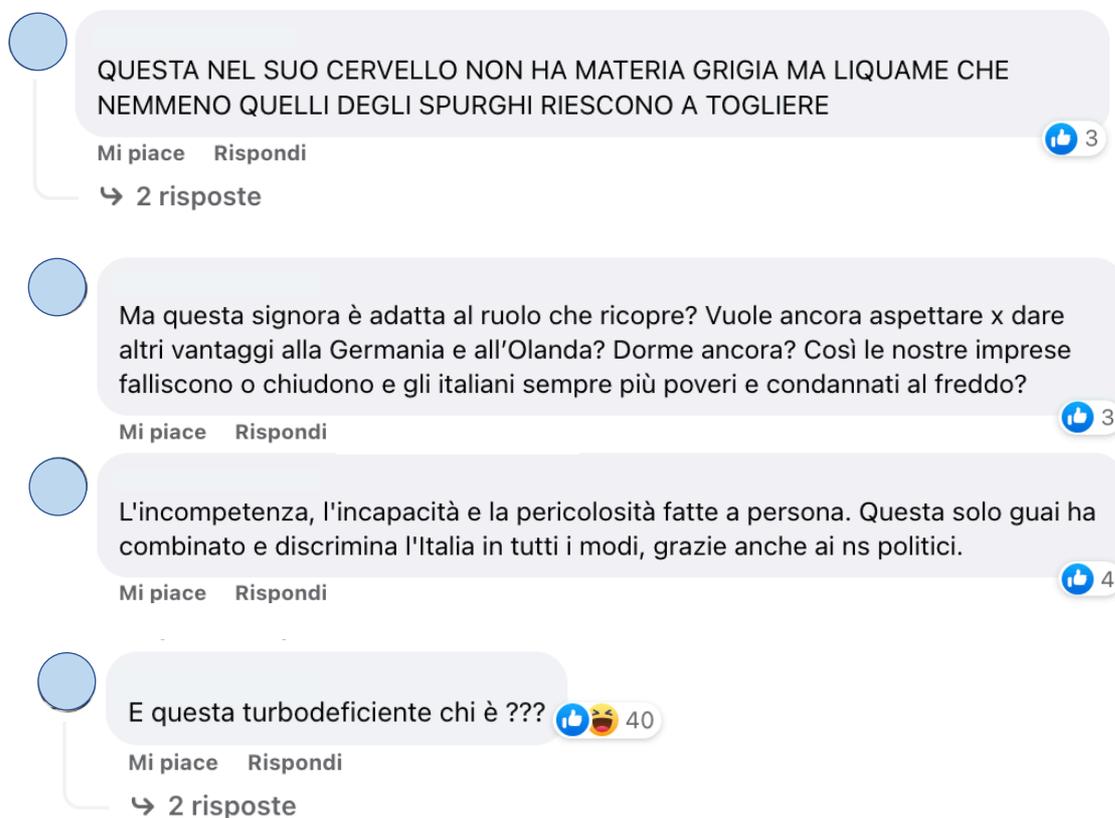
Un dato significativo, rispetto alle ricerche condotte da Amnesty (2020) e da VOX (2022), è riscontrabile nella hate words.

Difatti, l'odio non è più indirizzato a denigrare tramite lo *slut-shaming*, ma è teso a colpire e mettere in discussione le capacità intellettive e le abilità del genere femminile. Questo spostamento del baricentro è dimostrabile anche dalle rappresentazioni medialie veicolate nel periodo di maggio-ottobre.

Difatti, l'associazione donna-corpo sparisce quasi del tutto sia all'interno degli articoli di giornale che negli hate speech. Ciò però non significa che l'oggettificazione e la sessualizzazione del corpo femminile si possa considerare superata, ma porta a desumere che la crescita dell'*empowerment* femminile abbia cambiato anche le contro-narrazioni dell'odio.

Infatti, i personaggi pubblici femminili e le donne in posizioni di potere vengono denigrate mediante la negazione delle loro capacità e abilità, per ridimensionarne il successo e incrinarne l'autorevolezza.

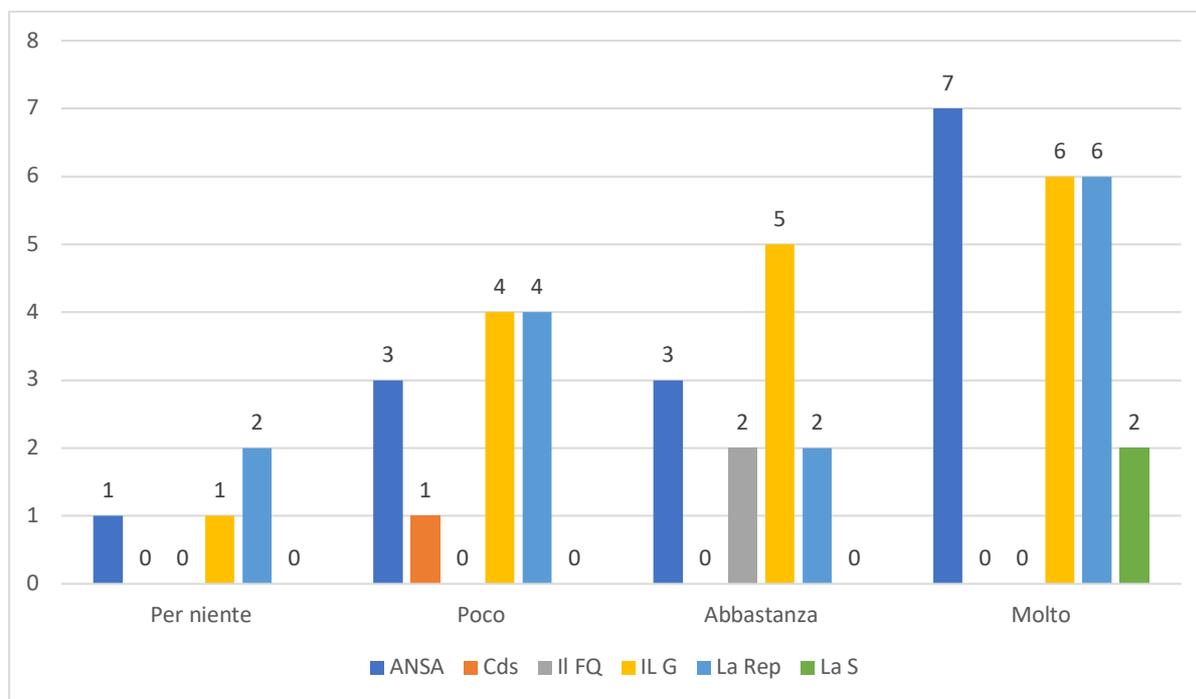
**Fig. 3.29 – Commenti hate sulla denigrazione delle capacità intellettive femminili**



Fonte: nostro estratto di commenti hate su Facebook da 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Dopo aver definito i tipi di narrazioni mediali e hate all'interno del presente *corpus*, al fine di rispondere alla domanda di ricerca è stato utile calcolare la contingenza tra la variabile dipendente degli hate speech "fomenta" e la variabile indipendente "testata".

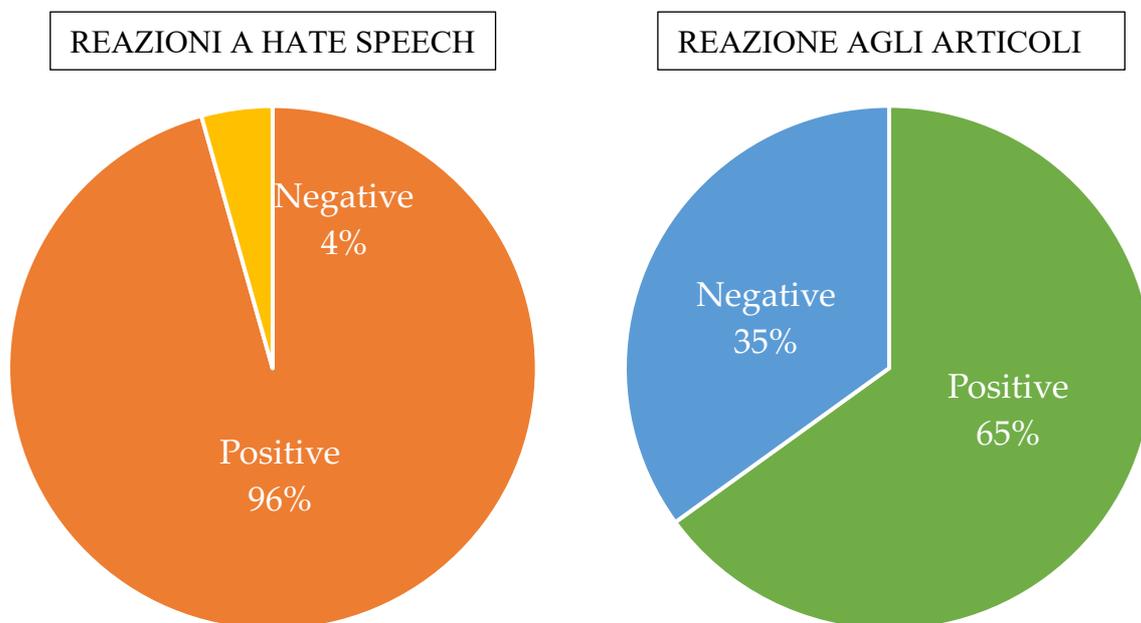
**Fig. 3.30 – Contingenza tra la fomentazione degli hate speech e le testate online nel periodo maggio-ottobre 2022**



Fonte: nostra elaborazione su 49 commenti nei 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Ne risulta che su 49 commenti che alimentano “molto” l’odio online il 33,3% è pubblicato sull’ANSA, il 28,6% su Il Giornale e La Repubblica e il restante 9,5% su La Stampa. Mentre in “abbastanza” un percentuale maggiore è registrata su Il Giornale (41,7%), seguito dall’ANSA (25%) e da Il Fatto Quotidiano e La Repubblica (16,7%).

**Fig. 3.31 – Reazioni degli utenti alle hate speech e agli articoli tra maggio e ottobre 2022**



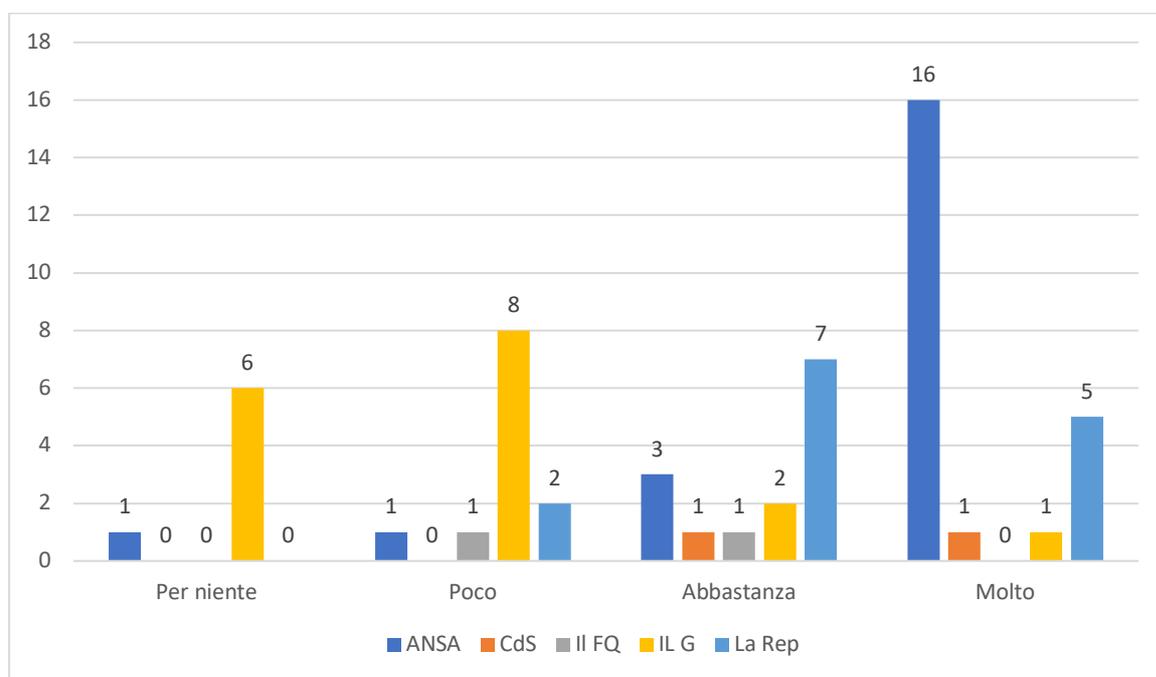
Fonte: nostra elaborazione su 46 commenti hate e articoli 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Difatti, nel 95,7% dei casi la reazione ai commenti hate è di sostegno o approvazione o scherzo, mentre nel restante 4,3% suscita rabbia o tristezza.

Tuttavia, questo fenomeno non ha una correlazione significativa con le reazioni degli utenti agli articoli, poiché, considerando l'intero *corpus*, il 65% esprime solidarietà e vicinanza, mentre il 35% schernisce o prova rabbia nei confronti dei temi trattati.

Detto questo, in conclusione, contrariamente ai risultati previsti, la frequenza di oggettività all'interno dei giornali non è correlata significativamente alla fomentazione degli hate speech.

**Fig. 3.32 – Contingenza dell’oggettività nelle testate online tra maggio e ottobre 2022**



Fonte: nostra elaborazione su 60 articoli free access (maggio-ottobre 2022)

Infatti, le testate che più utilizzano una narrazione oggettiva e informativa sono le medesime (escluso il Corriere della Sera) in cui vi è una maggiore frequenza dell’incitamento all’odio.

Quindi, in altre parole, mantenere un linguaggio oggettivo non garantisce un minore flusso d’odio online, poiché restituisce comunque un’immagine negativamente stereotipata del genere femminile.

Infatti, come è stato dimostrato dalle correlazioni più significative, la principale causa di hate speech di genere è dettata dalle rappresentazioni femminili che le narrazioni mediali restituiscono.

Come si è detto, la generalizzazione stereotipata e la colpevolizzazione sono principalmente innescati dalle narrazioni vittimizzanti, in cui la donna sembra impossibilitata a cambiare la sua situazione.

La contro-narrazione, difatti, causa fenomeni come il *victim blaming* in cui i ruoli di vittima e aggressore si invertono.

Dunque, nei discorsi d'odio un ruolo ancora principale viene giocato da stereotipi connessi al sesso, in cui il genere maschile domina ed è rappresentato attraverso narrazioni maciste che incitano alla misoginia. Questa da una parte si traduce nella frustrazione della perdita dei luoghi e dei ruoli simbolo di potere, dall'altra nel senso di rivalse e riconquista del proprio *status quo*.



#### **4. Hate speech e responsabilità giornalistica: effetti della comunicazione ed etica della professione**

Come già anticipato nel precedente capitolo, dalla ricerca si evince una chiara correlazione tra le rappresentazioni medialità e la fomentazione dell'odio online.

Sebbene nella maggior parte degli articoli analizzati il linguaggio e lo stile narrativo siano obiettivi e abbiano uno scopo puramente informativo, le immagini diffuse e percepite dalla semantica giornalistica restituiscono un quadro sociale critico per il genere femminile.

Da ciò si evince che anche l'oggettività giornalistica può innescare sentimenti negativi, soprattutto quando i temi e le narrazioni diventano elementi identitari di un determinato gruppo. Difatti, i media hanno ancora un impatto sui contesti sociali, poiché le narrazioni medialità definiscono la realtà sociale, in quanto portatrici di messaggi e simboli riconoscibili e culturalmente condivisibili (Marini, 2006; Thompson, 1998; Wolf, 2018).

Infatti, sebbene vada riconosciuto che gli utenti sono diventati *opinion leader* e gli algoritmi e le strutture di filtraggio i *gatekeeper* dell'informazione, la figura del giornalista è ancora influente e responsabile dello stato di salute sociale.

## 4.1 Responsabilità e doveri: le sfide della professione giornalistica online e offline

Nell'epoca dell'*overload* informativo, in cui gli individui sono sottoposti a un flusso incontrollato di informazioni, è stato riscontrato un aumento di analfabetismo funzionale e di deficit dell'attenzione (Tenore, 2018).

Ciò significa che, nonostante le narrazioni medialità non abbiano intenti volutamente persuasivi o manipolatori, riescono comunque a «inculcare negli individui valori, credenze e codici di comportamento atti a integrarli nelle strutture istituzionali della società» (Chomsky, Herman, 1998, pag. 16).

Tuttavia, va considerato che le persone non possono essere soggette in egual modo ai media, poiché in relazione al medesimo messaggio la mente di ogni individuo attiva processi psicologici differenti (Wolf, 2018, pag. 27 sgg.). Inoltre, con l'aumentare delle fonti informative, ogni destinatario ha una propria dieta mediale basata su attitudini e interessi correlati al proprio bagaglio culturale, in cui convergono educazione, istruzione, status e grado di consumo dei mezzi di comunicazione (Ivi, pag. 30 sgg.).

Difatti, anche dalla presente ricerca si evince che la figura del giornalista ha ancora un ruolo di potere<sup>117</sup> nella costruzione dello spettro sociale, in cui sono ben visibili i fenomeni di agenda setting (McCombs, 2005) e coltivazione (Gebner, 1998) delle notizie, che al tempo del digitale hanno effetti ancora più incisivi rispetto al passato.

In effetti, la diffusione dell'«inciviltà come deliberazione» (Bentivegna, Boccia Artieri, 2021), che ha l'intento di screditare un gruppo o una minoranza, è strettamente correlata alla visibilità e resilienza di un determinato tema.

---

<sup>117</sup> Il riconoscimento del potere giornalistico ha una rilevanza storica, che risale al 1787 quando, durante una seduta della Camera dei Comuni del Parlamento inglese, il deputato Edmund Burke si rivolse ai cronisti parlamentari esclamando «Voi siete il quarto potere!». Ad oggi viene ancora utilizzato negli studi sociologici della comunicazione per designare il ruolo dei mezzi di comunicazione all'interno del tessuto sociale (Papuzzi, 2010).

Considerando i criteri di notiziabilità, viene dato per assunto che esistono tematiche più rilevanti e interessanti rispetto alle altre; tuttavia, la pervasività dei media al tempo del digitale rende il flusso informativo un megafono d'opinione.

Così, le piattaforme diventano spazi polarizzati che eliminano le voci dissonanti, restituendo una visione distorta della realtà, e diventano fulcro della «retorica partigiana», che vuole incrementare le ostilità nei confronti di un nemico, incentivando i sentimenti d'odio e di disprezzo (*Ibidem*).

Appare evidente che una realtà eccessivamente circoscritta (online e offline) rischia di limitare le notizie, col mero scopo del business o con intenti terzi. Spesso, infatti, a causa della crisi del mercato giornalistico – dovuta anche a Internet –, i media puntano a narrazioni sensazionalistiche che colpiscono il sentimento dei lettori.

Per questa ragione, pur mantenendo la propria linea editoriale e il proprio pubblico di riferimento, molti giornali condividono pseudo-notizie, veicolando informazioni leggermente diverse dalla realtà, mediante un'inversione spazio-temporale del fatto-notizia. Per evitare ciò, il giornalista deve aderire al rigore professionale sancito dai doveri deontologici, modificando il suo rapporto con i lettori. Prestare attenzione agli interessi pubblici e privati dovrebbe rappresentare la linea da seguire come strategia per diffondere e amplificare la cultura, ma anche per ridimensionare la disattenzione sociale e l'inquinamento dell'informazione (Tenore, 2018, pag. 551 sgg.).

#### 4.1.1. Diritti e doveri: cornici di responsabilità giornalistica

«Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure. Si può procedere a sequestro soltanto per atto motivato dell'autorità giudiziaria nel caso di delitti, per i quali la legge sulla stampa espressamente lo autorizzi, o nel caso di violazione delle norme che la legge stessa prescriva per l'indicazione dei responsabili» (Art.21, Costituzione italiana).

La libertà d'espressione è indubbiamente uno dei diritti inderogabili che garantiscono la democrazia all'interno del sistema sociale.

Partendo dall'Art. 21 della costituzione italiana possiamo affermare che la professione giornalistica è la «massima espressione della libertà di pensiero», poiché esso si estende al diritto d'informazione (Tenore, 2018, pag. 29).

Difatti, il fondamento della professione giornalistica si basa sul diritto di cronaca (informazione), critica e satira.

Per quanto concerne il primo, viene sancita la libertà di pubblicare fatti considerati di interesse pubblico o che sono già di libero dominio. Nonostante tale diritto non sia menzionato nella Costituzione, esso è stato «pacificamente ricondotto all'art.21» (Vigevani, Pollicino, Melzi d'Eril, Cuniberti, Bassini, 2019, pag. 27).

Difatti, come già detto, l'attività giornalistica è un lavoro di *newsmaking* che, appellandosi al rigore della verità, rivendica il diritto di informare sui fatti l'opinione pubblica. Inoltre, esso poggia «su tutto il sistema costituzionale democratico, in quanto l'opinione pubblica si forma liberamente soltanto a patto che esista un'informazione ampia, libera e solida» (Barile, 1984, pag. 233).

Per quanto concerne, invece, il diritto di critica e satira, il *limes* tra libertà d'espressione e lesione della reputazione è molto sottile. Dall'altra parte, la critica, così come la cronaca, è «soggetta al canone di verità»; tuttavia, ha una funzione valutativa che non può essere giudicata oggettivamente (Vigevani, Pollicino, Melzi d'Eril, Cuniberti, Bassini, 2019, pag. 51). Infine, v'è il diritto di satira<sup>118</sup> che, a differenza della critica, è caratterizzata dall'essere scabrosa e pungente; ha origini antichissime, tant'è che a esserne ritenuto il padre fondatore è il poeta romano Lucilio. Sin dalle origini, come testimonia anche la produzione di Orazio, la satira è contraddistinta da toni mordaci e termini scurrili e volgari – rinunciando all'utilizzo di tecnicismi e allo stile aulico e retorico – per esprimere lo sdegno. Ciò fa desumere che è stata concepita per essere provocatoria e tagliante nei confronti di fatti o persone.

Inoltre, non ha tra i requisiti la verità oggettiva, dal momento che spesso si serve di forme paradossali o iperboliche nella trattazione di un determinato fatto. Proprio per questo, si rischia di cadere nel paradosso della libertà, giacché entrambi (critica e satira) possono trasformarsi in diritti liberticidi, che celano le discriminazioni e la denigrazione dietro il velo della verità.

Difatti, seppur «la libertà d'espressione dovrebbe essere la regola e ogni restrizione l'eccezione» (Ivi, pag. 26), non possono essere giustificabili atti che nuocciano la persona. Per questa ragione sono stati decretati i limiti impliciti, in cui rientrano il reato di diffamazione (all'artt. 595 c.p.), che è perseguibile qualora venga lesa la reputazione di una o più persone assenti, poiché non possono difendersi o replicare l'infamia; e di ingiuria, ossia quanto si offende l'onore<sup>119</sup> e il decoro di una persona.

---

<sup>118</sup> Anche conosciuto come diritto di dissacrazione, per distinguerlo dalla discriminazione bisogna verificare la direzione del messaggio. Se esso si muove dal basso verso l'alto può essere considerato satira, poiché chi detiene forme di potere in un contesto sociale (come quello politico) può essere soggetto a critiche e risa (Vigevani, Pollicino, Melzi d'Eril, Cuniberti, Bassini, 2019, pag. 56).

<sup>119</sup> Con questo termine rientra, come rimarcato dalla Consulta con sentenza n.86, 1974, la dignità della persona e della sua reputazione. In tal senso, non è perseguibile ove presenti i requisiti della verità dei fatti, della forma civile dell'esposizione, dell'utilità sociale o pertinenza dei fatti riferiti, oltre che dell'attualità della informazione (Tenore, 2018, pag. 33.).

In aggiunta, va sottolineato che questi reati non sono perseguibili soltanto se commessi per mezzo stampa, ma nel 2015 e nel 2017 la Corte di Cassazione ne ha esteso l'applicabilità anche ai social network, in quanto mezzi di pubblicità.

Secondo la sentenza, infatti, qualsiasi contenuto offensivo pubblicato sulle piattaforme social è soggetto all' art. 595 c.p. comma 3 (diffamazione e ingiuria), con la possibile aggiunta di aggravante, determinata dal riconoscimento della potenza di diffusione e viralità di Internet e, dunque, dell'indeterminabile numero di persone raggiungibili (Cass. Pen., sez. V, 22 febbraio 2017, n. 8482).

Appare chiaro, dunque, che le leggi e le norme che regolano le forme di comunicazione debbano coincidere con l'etica morale della professione giornalistica.

Per questa ragione, oltre al codice deontologico, il Consiglio Nazionale dei Giornalisti ha approvato il *Testo Unico sui doveri del giornalista*<sup>120</sup> (2016).

L'intento primario di questo documento non è quello di normare, come una legge, ma funge da promemoria per tutti coloro che svolgono questa professione. La complessità di questa professione, in effetti, è insita nelle sue stesse prerogative, poiché il linguaggio e i mezzi di divulgazione hanno il potere di condizionare il giudizio sulle azioni, potendo descrivere quelle primariamente nobili come immorali.

Soffermandoci soltanto su alcuni punti del *Testo*, risulta chiaro come in primo luogo vada difeso in ogni modo «il diritto all'informazione e la libertà di opinione di ogni persona», ragion per cui il giornalista deve ricercare «raccolghe, elaborare e diffondere con maggiore accuratezza ogni dato o notizia di pubblico interesse» (*Testo Unico*, 2016). Inoltre, nel farlo, vanno sempre rispettati i diritti fondamentali della persona e le leggi ad essi correlate, poiché non è tollerabile alcun atto discriminatorio.

---

<sup>120</sup> Approvato il 27 gennaio 2016.

Ordine dei giornalisti, *Testo Unico sui doveri del giornalista*, disponibile al link: <<https://www.odg.it/testo-unico-dei-doveri-del-giornalista/24288>>

Infine, da questi principi, come da tutti i codici deontologici relativi alla professione, non possono essere esentati i giornalisti che utilizzano i social network o altri spazi su Internet, giacché anch'essi si servono di strumenti comunicativi.

#### **4.1.2. Il digitale e le metamorfosi della professione**

È evidente che l'avvento di Internet abbia cambiato profondamente gli stili di vita dell'ecosistema sociale. Infatti, esso rappresenta uno spazio di vita imprescindibile nella quotidianità di ogni individuo, in quanto è ormai adoperato come strumento di comunicazione globale.

Come è accaduto con le rivoluzioni tecnologiche, il rapporto tra il flusso informativo e i fruitori e i destinatari dell'informazione – ma anche i professionisti del settore – ha subito un radicale mutamento.

La crescita esponenziale della rete e dei nodi comunicativi ha creato un *open space* per messaggi e opinioni in qualsiasi piattaforma digitale. Per questa ragione, se il settore giornalistico può essere considerato il quarto potere, Internet è indubbiamente il quinto.

In particolare, l'incontrollato appello al diritto alla libertà d'espressione spesso implica la coercizione dei pensieri plurimi, poiché il "clima d'opinione" viene percepito in sincronia con il proprio.

Trattando del panorama italiano, possiamo affermare che una peculiarità del giornalismo è la sua forte politicizzazione. Questo, nel tempo, ha portato a una moltiplicazione dei temi d'interesse, riservando particolare attenzione a quelli fortemente ideologici e identitari.

Dunque, sebbene le piattaforme digitali abbiano causato fenomeni come misinformazione e disinformazione, i media tradizionali, insieme alle loro conversioni

digitali, mantengono ancora oggi un ruolo dominante nella costruzione della sfera pubblica (Sorrentino, 2006).

Così, la pervasività dei fenomeni persuasivi mediali, come l'agenda setting e la coltivazione, li traspone anche all'interno degli spazi digitali, in cui per motivi strutturali le concause e gli effetti vengono amplificati fino ad arrivare a episodi di declino.

In questo nuovo ecosistema mediale la crossmedialità dei contenuti e la molteplicità di generi e fonti crea un neo-sistema culturale e anche i linguaggi dello *storytelling* informativo devono adattarsi al cambiamento. Così, alla riformulazione della struttura della notizia si aggiunge anche il modo in cui essa viene creata e costruita.

Tuttavia, le nuove forme di mercato e la vorticosa produttività capitalistica, nel tempo hanno spinto i giornalisti a venir meno ai rigori deontologici e ad adoperare scorciatoie a volte dimostrate pericolose.

Un esempio è il caso del procuratore calcistico di Mino Raiola, di cui venne annunciata e smentita la morte per ben quattro volte in un mese. Ma, le fake news sono un virus che dilaga negli spazi digitali, poiché chiunque può creare e manipolare contenuti. Infatti, ciò che fece più scalpore in merito al caso Mino Raiola fu la diffusione della notizia della sua morte tramite i mezzi tradizionali, come televisione e giornali.

In effetti, una volta diffusa la notizia dal TG di La7 in poco tempo fu data per vera e venne riportata su tutte le principali testate online (dal La Repubblica al Corriere, fino alla Stampa). Soltanto successivamente venne smentita dallo stesso Raiola con un tweet.

In questo caso, come in episodi simili, la causa principale della diffusione delle fake news da parte della stampa è la mancata comprova della veridicità dei fatti, nonché dell'attendibilità delle fonti.

In un convegno successivo a questo episodio, svolto all'Università di Roma Sapienza proprio per trattare di disinformazione, una giornalista di La Repubblica giustificò il

fatto affermando che in quel momento era prioritario dare la notizia e assicurarsi di essere i primi a farlo. La fallacità di questo ragionamento sta nel fatto che la stessa digitalizzazione ha reso obsoleti i vecchi meccanismi della caccia allo scoop o alla notizia inedita. Questo perché sia la celerità con cui le informazioni devono essere recepite che i sistemi di filtraggio non garantiscono maggiore visibilità a una testata piuttosto che a un'altra.

Difatti, ad oggi, per essere favoriti dall'algoritmo, bisogna rispettare criteri di indicizzazione come il SEO (Search Engine Optimization), che da un lato permettono migliori prestazioni economiche, dall'altro deteriorano alcuni fondamenti semantici dell'informazione.

Riassumendo, al fine di evitare incidenti professionali perseguibili penalmente, «il giornalista oltre ad osservare i generali limiti posti all'attività giornalistica in tale particolare ambito è chiamato ad operare con particolare cautela, dovendo verificare l'esattezza delle informazioni che rivengono sulla rete e curarne l'aggiornamento» (Tenore, 2018, pag. 542).

Per questa ragione, oltre all'autocontrollo con procedure di *fact-checking* e di *re-bulding*, a garantire la tutela delle persone dal mezzo stampa è il Garante della Privacy.

Tra i vari paradigmi generati dalla libertà di espressione c'è la trattazione dei dati personali, il principio di riservatezza e l'identità della persona. In Italia, nel codice di autodisciplina del *Testo Unico* (2016), nell'ambito dei Doveri in tema di Informazione, è inserita la *Carta di Treviso* (1990), in riferimento alla tutela dei minori esposti a interesse mediatico (art.5) e alla *Cronaca giudiziaria e ai processi tv* (art.8).

Se propone un breve *excursus* storico sul tema: la prima significativa decisione al riguardo è stata presa dal Consiglio d'Europa, che nel 1995 adotta la direttiva 95/46/CE, in cui viene sancito un codice disciplinare sulla raccolta, l'utilizzo e la cancellazione dei dati personali; per l'Italia, invece, si dovrà attendere il *Codice in materia di protezione dei dati personali* adottato con d.lgs. 30 giugno 2003, n.196. Infine,

negli anni, dopo una serie di modifiche, l'Unione Europea ha adottato nel 2016 il regolamento (UE) 2016/679, anche conosciuto con l'acronimo di GDPR. Rispetto alla precedente normativa, il Regolamento prevede una «sostanziale continuità con quello precedente», ma in aggiunta estende la sua applicabilità a tutti gli Stati membri, in modo da garantire un'armonizzazione delle legislazioni nazionali (Vigevani, Pollicino, Melzi d'Eril, Cuniberti, Bassini, 2019, pag. 130 sgg.). Qualora sia necessario, è consentito apportare delle modifiche al fine di conciliare «il diritto dei dati personali e la libertà d'espressione e informazione» (art. 85, par. 2). In sostanza, al fine di garantire un corretto svolgimento della professione giornalistica, il Garante deve promuovere i codici deontologici e verificare il rispetto di tutte le norme vigenti, contribuendo a garantire la corretta trattazione dai dati personali (Tenore, 2018, pag. 512).

Un particolare riguardo viene riservato ai social network, in quanto strumenti di comunicazione aperti a tutti, ai quali vanno applicate le medesime regole deontologiche. Per questa ragione, nel caso in cui si verificano fenomeni come la diffusione di fake news per immagini o forma scritta, o l'utilizzo di contenuti senza previa approvazione, il Garante ha la libertà di intervenire e applicare il Codice.

Difatti, proprio in contrasto alla cattiva informazione viene da esso ribadito che «la facile reperibilità di informazione sui social network non può esimere il giornalista da un'accurata opera di verifica in ordine alla loro esattezza» (Ivi, pag. 545).

## Conclusioni

Al termine di questa trattazione sul sensibile tema del rapporto tra hate speech, questioni di genere e responsabilità della professione giornalistica, si dispone di elementi sufficienti per trarre alcune conclusioni.

L'analisi empirica evidenzia la presenza negli interstizi della società italiana di un atteggiamento che evoca la cosiddetta cultura dello stupro (*rape culture*)<sup>121</sup>. Si tratta di un'espressione questa che, con termini molto forti, indica tutti quei meccanismi cognitivo-comportamentali che portano a giustificare o minimizzare azioni di violenza nei confronti delle donne.

Essa è testimoniata, implicitamente o esplicitamente, nella maggior parte dei commenti hate analizzati, mediante espressioni apertamente accusatorie come «nessuno obbliga ad ubriacarsi. La testa bisogna portarla sempre sopra le spalle» (vedi Fig. 3.10); oppure più velate, come «io sono cresciuta praticamente con i militari sotto casa a parte i tentativi spesso maldestri di approccio, non ho mai assistito a nulla che potesse configura come un reato» (vedi Fig. 3.24).

La contro-narrazione hate crea così fenomeni come il *victim blaming* dove i ruoli tra vittima e carnefice si invertono, colpevolizzando la vittima e deresponsabilizzando il carnefice. Questo può essere dimostrato da linguaggi e immagini diffuse attraverso i mezzi di comunicazione.

---

<sup>121</sup> Si ricorda che in questo lavoro è stato adottato il concetto "rape culture", introdotto negli anni '70 dal movimento femminista di seconda ondata a partire dagli Stati Uniti e ripreso di recente in vari contesti, incluso quello di Me Too, per scardinare la concezione che gli stupri e gli abusi sessuali fossero casi eclatanti e straordinari, fuori dal comune, e non parte integrante di un preciso e spesso invisibile, sistema sociale, culturale e ideologico, che agisce su larga scala. "La cultura dello stupro non riguarda solo gli stupri di per sé, bensì un sottile e complesso sistema di pregiudizi, convinzioni e privilegi che fa sì che nella maggior parte dei casi non ci si renda conto della miriade di comportamenti e opinioni che costantemente – ogni giorno e anche in situazioni non apparentemente violente – sminuiscono e delegittimano l'emancipazione, l'indipendenza e la libertà sessuale delle donne" (Paolo Armelli, Rape culture, perché è importante capire che cos'è la cultura dello stupro, Wired 21 aprile 2021, disponibile al link: <<https://www.wired.it/attualita/media/2021/04/21/rape-culture-cultura-dello-stupro-cos-e/>>)

Difatti, in riferimento al periodo di monitoraggio maggio-ottobre 2022, le testate online hanno affrontato tematiche legate alla questione di genere, come la violazione dei diritti o fatti di cronaca in cui le vittime erano donne. Ne risulta che, a causa degli associati poteri persuasivi delle narrazioni mediali, la percezione degli utenti è stata alterata. Infatti, coltivando immaginari basati sulla prevalenza di fenomeni sociali violenti è stata restituita una rappresentazione distorta del mondo reale, facendo prevalere quello simbolico.

Gerbner (1998) nei suoi studi ha già confermato come la violenza e l'aggressione trasmessi ripetutamente dai media si traduca nell'immaginario collettivo attraverso un incremento della percezione dell'insicurezza e dell'aumento dello stato di terrore. Come nel nostro caso, il prevalere di narrazioni basate sull'aggressività, sulle violenze e sulla messa in discussione dei diritti delle donne distorcono inconsapevolmente il clima d'opinione, veicolando immagini in cui la donna viene vittimizzata e ingabbiata nel suo Essere sesso debole subalterno all'uomo.

A differenza del passato, però, oltre all'aumento della percezione della paura e della vulnerabilità di essere donne, la cultura patriarcale radicata e l'egemonia culturale maschilista istigano un profondo odio nei confronti delle donne e l'irrazionale difesa del genere maschile, che si sente limitato nell'azione.

Detto questo, per rispondere alla domanda di ricerca di questo lavoro, si può assumere che esiste una responsabilità giornalistica nel diffondere l'odio online, ma essa non si traduce nell'utilizzo di un linguaggio obiettivo piuttosto che uno politicamente schierato o deontologicamente scorretto. Infatti, le nove testate prese in esame utilizzano generalmente un linguaggio e uno stile oggettivo, spersonalizzando il discorso e approfondendo l'enunciazione.

A permettere di fare maggior chiarezza sulle modalità di costruzione dei messaggi discriminatori è stata soprattutto l'analisi dei meccanismi di funzionamento e delle conversazioni attivate attraverso i social network.

Nell'ecosistema digitale il rigore deontologico del giornalista viene spesso meno in favore delle logiche di mercato sempre più stringenti e competitive. Inoltre, a causa delle *echo chambers* e delle *filter bubble*, la frammentazione del flusso informativo causa incisive alterazioni della realtà che spesso hanno spinto gli individui ad azioni violente e coercitive.

Così, i social, diventando i megafoni di hate speech di genere, possono essere considerati ugualmente responsabili della diffusione dello stato di terrore tipici delle narrazioni sensazionalistiche e sentimentali dei media terrorismi.

Difatti, va ricordato che il codice deontologico si applica anche agli spazi digitali, poiché resta fondamentale rispettare i diritti della persona. Tuttavia, è bene puntualizzare che nei social media tutti gli utenti, non solo i professionisti del settore, possono diffondere notizie e creare contenuti.

Dunque, a differenza della professione e dell'attività giornalistica che è perseguibile penalmente ed è regolamentata da norme e leggi, la produzione delle notizie dal basso, a cura dei singoli utenti non è inquadrata entro un quadro regolamentare chiaro e condiviso, a parte le policy delle piattaforme, che possa responsabilizzare i soggetti rispetto alla diffusione di discorsi d'odio online.

Ad oggi, nel quadro normativo di riferimento, esistono molte norme concernenti il divieto di discriminazione in diversi contesti della sfera pubblica. Un esempio è la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (Trattato di Nizza) del 7 dicembre 2000, entrata in vigore col trattato di Lisbona del 2009. Rispetto all'art.21, essa sancisce, che:

«È vietata qualsiasi forma di discriminazione fondata, in particolare, sul sesso, la razza, il colore della pelle o l'origine etnica o sociale, le caratteristiche genetiche, la lingua, la religione o le convinzioni personali, le opinioni politiche o di qualsiasi altra natura, l'appartenenza ad una

minoranza nazionale, il patrimonio, la nascita, la disabilità, l'età o l'orientamento sessuale» (Consiglio UE, 2010/C 83/02).

Vi è un richiamo specifico agli hate speech con la Raccomandazione N.R 97/ (20) del 1997<sup>122</sup>, in cui vengono introdotti una serie di principi per contrastare l'odio online, in riferimento a messaggi espliciti e ingiustificati.

Nel contesto italiano, l'impianto normativo in vigore sul tema è l'art.64 bis c.p. che punisce la diffusione di idee discriminatorie principalmente su base razziale ed etnica e ai danni di alcune minoranze, come le persone affette da disabilità.

Tuttavia, a differenza delle discriminazioni razziali ed etniche, le più diffuse sia *online* che *offline* (Unar, 2020), in merito alle discriminazioni di genere non esiste un quadro giurisprudenziale specifico.

Tra i limitati tentativi al riguardo, nel 2020 è stato il Disegno di legge Zan, approvato dalla Camera dei deputati il 4 novembre 2020, ma sottoposto a "tagliola" il 27 ottobre 2021, quando furono raccolte le «misure di prevenzione e contrasto della discriminazione e della violenza per motivi fondati sul sesso, sul genere, sull'orientamento sessuale, sull'identità di genere e sulla disabilità» (DDL, n. 2005, 2020).

Uno degli aspetti innovativi della proposta è stato quello di definire in prima istanza cosa sia genere, l'identità di genere e l'orientamento sessuale. In seguito, sulla base di queste considerazioni, è stata proposta la modifica dell'articolo 604-bis del Codice penale, anche conosciuto come Legge Mancino del 25 giugno 1993, n. 205, che prevede sanzioni per l'utilizzo di slogan, frasi o azioni a scopo di incitare all'odio e alla violenza su basi razziali, etniche, religiose o nazionali.

---

<sup>122</sup> Camera dei deputati, Proposta di legge n. 3028, disponibile al link:

<[https://www.camera.it/leg17/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori\\_testo\\_pdl&idLegislatura=17&codice=17PDL0034780#:~:text=20%20del%20Comitato%20dei%20ministri,etnocentrismo%20o%20un%20nazionalismo%20aggressivo](https://www.camera.it/leg17/995?sezione=documenti&tipoDoc=lavori_testo_pdl&idLegislatura=17&codice=17PDL0034780#:~:text=20%20del%20Comitato%20dei%20ministri,etnocentrismo%20o%20un%20nazionalismo%20aggressivo)>

È evidente che una mancata struttura normativa sulle discriminazioni di genere e i relativi discorsi d'odio *online* e *offline* ne rendano ancora più difficile il contrasto.

Attualmente a essere attivo su questo fronte con la Task Force - Hate Speech è Amnesty International Italia, che si prefigge di monitorare, sensibilizzare e contrastare gli hate speech nelle principali piattaforme online.

Tuttavia, non sono sufficienti azioni sporadiche o comunque di singoli soggetti. Il contrasto al fenomeno dovrebbe partire da iniziative multistakeholder, avviate in sinergia tra le istituzioni nazionali, transnazionali, media e piattaforme di condivisione dei contenuti.

Un primo passo avanti potrebbe passare per la definizione di un glossario delle parole considerate discriminanti nei confronti del genere e del sesso applicabile in contesti pubblici online e offline, sul modello dell'esperienza già accreditata della Carta di Roma all'art.7 del *Testo Unico* (2016) per i doveri nei confronti dei migranti. In questo modo, non soltanto i giornalisti sarebbero invitati a rispettare termini giuridicamente approprianti sulle questioni di genere, ma si potrebbe aprire un tavolo di dibattito e confronto sull'applicazione nelle piattaforme online.

Dunque, oltre all'ampliamento del già vigente Protocollo addizionale alla Convenzione di Budapest sulla criminalità informatica (2006)<sup>123</sup>, con disposte concrete per il contrasto alle hate speech di genere, si potrebbe approfittare della Digital Services Act (2022)<sup>124</sup> per avanzare una proposta di integrazione all'interno del quadro normativo, ovvero una sezione appositamente dedicata all'hate speech online diffuso

---

<sup>123</sup> È il Protocollo addizionale relativo all'incriminazione di atti di natura razzista e xenofobica commessi a mezzo di sistemi informatici (STE no. 189) entrato in vigore il 1° marzo 2006 in cui viene vengono disposte concrete azioni per il contrasto alla disseminazione di materiale razzista e xenofobo. In Italia poi sottoscritto nel 2011, ma non ancora ratificato.

Consiglio d'Europa, *Council of Europe action against Cybercrime*, disponibile al link: <<https://www.coe.int/it/web/portal/coe-action-against-cybercrime>>

<sup>124</sup> Commissione Europea, *Normativa sui servizi digitali: garantire un ambiente online sicuro e responsabile*, disponibile al link: <[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_it](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_it)>

sui social network. In questo modo sarebbe possibile garantire la sinergia tra la normativa nazionale e internazionale e, soprattutto, si potrà aspirare alla creazione di un ecosistema mediale più sicuro e più rispettoso della dignità e dei diritti delle persone.

## Bibliografia

Arcuri L., Cadinu M. R., *Gli stereotipi. Dinamiche psicologiche e contesto delle relazioni sociali*, Il Mulino, Bologna, 1998.

Belardinelli S., Allodi, L., *Sociologia della cultura*, FrancoAngeli s.r.l., Milano, 2006.

Bentivegna S., Boccia Artieri G., *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Gius. Laterza & Figli, 2019.

Bentivegna S., Boccia Artieri G., *Voci della democrazia. Il futuro del dibattito pubblico*, Il Mulino, 2021.

Bernini L., *Le teorie queer. Un'introduzione*, in "Quaderni di Teoria Critica della Società", n. 4, Mimesis Editore (Milano – Udine), Milano, 2007.

Biemmi I., *Educazione sessista. Stereotipi di genere nei libri delle elementari*, in "Questioni di genere. Sguardi interdisciplinari su linguaggi, pratiche, relazioni, corpi, rappresentazioni", Rosenberg&sellier, 2017.

Bonini Simone, Piscopo Carmine, Pranovi Andrea, *L'io e l'altro tra rete e realtà. Dinamiche identitarie e relazionali online e offline tra gli studenti di una web radio universitaria*, in Salzano Diana (a cura di), *Turning around the self. Narrazioni identitarie nel social web*, FrancoAngeli, Milano, 2015, pp. 180-187.

Born P., *Geschlechtsrolle Und Diagnostisches Urteil*, Deutscher Universitaetverlag, Wiesbaden, 1992.

Bourdieu P., *Il dominio maschile*, Feltrinelli, Milano, 1998.

Bourdieu P., *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Il Mulino, Urbino, 2001.

Broverman I. K., et al., *Sex Roles Stereotypes: A current Appraisal*, in "Journal of Social Issues", vol. 28, n.2, 1972.

Brown R., *Psicologia sociale dei gruppi*, Il Mulino, Bologna, 1995.

Bruno M, *Cornici di realtà. Il Frame e l'analisi dell'informazione*, Guerini scientifica, Angelo Guerini e Associati S.p.A., Milano, 2018.

Buccini F., *Il corpo oggettivato delle donne: il ruolo della formazione*, in MeTis. Mondi educativi. Temi, indagini, suggestioni; Il corpo, luogo di attraversamenti e ibridazione, sez. ExOrdium, vol. II, n.2, 2022.

Butler J., *Questioni di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Gius. Laterza & Figli Spa Bari-Roma, Urbino, 2022.

Capecchi S., Ruspini E., *Media, corpi e sessualità*, FrancoAngeli, Milano, 2009.

Castells M., *La nascita della società in Rete*, Egea, Milano 2002.

Chomsky N., Herman E. S., *La fabbrica del consenso. La politica e i mass media*, Il Saggiatore, 1998.

Connell R., *Questioni di genere*, Il Mulino, Urbino, 2020.

Consiglio dell'Unione Europea, *Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea*, Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, 2010.

Crespi F., *Manuale di sociologia della cultura*, Gius. Laterza & Figli Spa Bari-Roma, Urbino, 2022.

Cuche D., *La nozione di cultura nelle scienze sociali*, Il Mulino, Milano, 2020.

De Beauvoir S., *Il secondo sesso*, il Saggiatore s.r.l., Milano, 2016.

Donohue G., Tichenor P., Olien C., *Gatekeeping. Mass Média, Systems and Information, Control*, in Kline G.-Tichenor P., *Current Perspectives in Dordoni A., Magaraggia S., Modelli di mascolinità nei gruppi online Incel e Red Pill: narrazione vittimistica di sé*, in *AboutGender International Journal of gender studies*, vol. 10, n. 19, 2021.

Durkheim E., *Della divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano, 1971.

Eco U., Fabbri, *Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale*, *Problemi dell'informazione*, n. 4, 1978.

EIGE, *La partecipazione delle donne alla vita politica e istituzionale*, Camera dei deputati Servizio Studi XVIII Legislatura, Dossier n° 104 - Schede di lettura 7 marzo 2022.

Faina A. M., *Psicologia Collettiva. Storia e Problemi*, Carocci editore S.p.A., Roma, 2002.

Falabrino G. L., *Storia della pubblicità italiana dal 1945 a oggi*, Carocci editore, Roma, 2008.

Faloppa F., *#Odio. Manuale di resistenza alla violenza delle parole*, Utet Agostini editori, Milano 2020.

Ferrari F., E.M. Ragaglia, P. Rigliano, *Il genere. Una guida orientativa* Torino, Società Italiana di Psicoterapia per lo Studio delle Identità Sessuali (SIPSIS), 2017.

Gadamer H. G., *Verità e Metodo*, Bompiani, Milano, 1997.

Garambois S., Rizzi P., #STAIZITTA giornalista! Dall'hate speech allo zoombombing quando le parole imbavagliano, All Around srl, Padova, 2021.

Garbagnoli S., «L'ideologia del genere»: l'irresistibile ascesa di un'invenzione retorica vaticana contro la denaturalizzazione dell'ordine sessuale, in Ag AboutGender International Journal of gender studies, vol. 3, n. 6, Genova, 2014.

Gavrila M., Controcorrente: L'intrattenimento televisivo oltre gli stereotipi, in Buonanno M. (ed.), Il prisma dei generi: Immagini di donne in tv, FrancoAngeli, Milano, 2014.

Gavrila M., La Cultivation Theory. Un approccio innovativo tra passato e futuro, in Centorrino M., Romeo A., Sociologia della comunicazione. Teorie, concetti, strumenti, Mondadori Università, 2021.

Gavrila M., Morcellini M., Vincere la Paura. Una nuova comunicazione della sicurezza contro il mediaterrorismo, Egea S.p.A., Milano, 2022.

Gavrila M., Women in the Italian television industry: Tradition or innovation?, in Journal of Italian Cinema & Media Studies, vol.11, n.2, 2023.

George Gerbner, Cultivation analysis: An overview, in «Mass Communication & Society», 1(3/4), 1998.

Giani Gallino T., Stereotipi sessuali nei libri di testo, in "Scuola e città", n. 4, 1973.

Goffman E., Framing Analysis. L'organizzazione dell'esperienza, Armando Editori, Roma, 2001.

Goffman E., Le rappresentazioni di genere, Mimesis, Asti 2019.

Goffman E., I rapporti tra i sessi, I Classici della sociologia, Armando Editori S.r.l., 2009.

- Goffman E., *La vita quotidiana come rappresentazione*, Il Mulino, Bologna, 2021.
- Goffman E., *Stigma. Note sulla gestione dell'identità degradata*, Ombre corte, Verona, 2018.
- Golding P., Elliott P., *Making in the News*, Longman, London, 1979.
- Gramsci A., *Quaderni del carcere*, a cura di F. Platone, Q.19, Torino, 1948-1951.
- Gundle S., *Le figure del desiderio. Storia della bellezza femminile italiana dall'Ottocento ad oggi*, Gius. Laterza & Figli Spa (Roma-Bari), Bari, 2009.
- Jedlowski P., *Il sapere dell'esperienza*, Il Saggiatore, Milano, 1995.
- Kline, F. Gerald, Ed.; Tichenor, Phillip J., Ed, *Current Perspectives in Mass Communication Research*, Sage, Beverly Hills 1972.
- Lacan J., *La significazione del fallo: die Bedeutung des Phallus*, in *Scritti*, Einaudi, Torino, vol. II, 1974.
- Lasswell H. D., *Il linguaggio della politica. Studi di semantica quantitativa*, Eri, Torino, 1979.
- Leone G., B. M. Mazzara, M. Sarrica, *La Psicologia sociale. Processi mentali, comunicazione e cultura*, Gius. Laterza & Figli Spa Bari-Roma, Urbino, 2022.
- Leone G., *La riconciliazione tra i gruppi*, Carocci editore S.p.A., Roma, 2018.
- Losito G., *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, Franco Angeli s.r.l, Milano, 2002.
- Luhmann N., *Struttura della società e semantica*, Laterza, Roma-Bari, 1983.

McCombs M.E., Shaw D.L., *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, in *Public Opinion Quarterly*, 36 (Summer), 1972.

Marini R., *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Gius. Laterza & Figli Spa, Roma-Bari, Lecce, 2006.

Marradi A., Gasperoni G., *Costruire il dato 3. Le scale Likert*, Franco Angeli, 2002.

Mazzara B. M., *Stereotipi e pregiudizi*, Il Mulino, Bologna, 2004.

McCombs M. E., *A look at Agenda Setting Function of Mass Media*, In *Public Opinion Quarterly*, V. 36, 2005.

Ministero degli Interni, *Omicidi Volontari*, Dipartimento della pubblica sicurezza, direzione centrale della polizia criminale, Servizio Analisi Criminale, 2023.

Montesperelli P., *Comunicare e interpretare. Introduzione all'ermeneutica per la ricerca sociale*, Egea, Settimo Milanese, 2014.

Montesperelli P., Ruggiero R., Marini R., Sofia C., Fatelli G., *Interpretare testi*, Maggioli Editori, 2020.

Noelle Neuman E., *La Spirale del silenzio*, Meltemi, Roma, 2002.

Osservatorio Tg Eurispes - CoRis Sapienza, *Crisi scaccia crisi? L'emergenza permanente dell'informazione televisiva tra Covid-19 e conflitto russo-ucraino. Rapporto settembre 2021 - maggio 2022*, 2022.

P. Watzlawick, J.H. Beavin, D.D. Jackson, *Pragmatica della comunicazione umana, Studio dei modelli interattivi delle patologie e dei paradossi*, Astrolabio, Roma, 1971.

Pace R., *Immagini maschili e femminili nei testi per le elementari*, Roma, Presidenza del Consiglio dei ministri, 1986.

Papuzzi A., *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Roma, Donzelli, 2010.

Pitruzzella G., Pollicino O., Quintarelli S., *Parole e Potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*, Egea S.p.A., Milano, 2017.

Rositi F., *L'analisi del contenuto come interpretazione: metodi e risultati empirici con riferimento ai programmi radiofonici e televisivi*, Torino, ERI, 1970.

Ruspini E., *Le identità di genere*, Carocci, Roma, 2014.

Santerini M., *La mente ostile: Forme dell'odio contemporaneo*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2021.

Senato della Repubblica Italiana, *Disegno di legge n. 2005*, 2020.

Senato della Repubblica, *Costituzione italiana*, Legge Costituzionale n. 2 del 7 novembre 2022.

Simmel G., *Individuo e gruppo*, Armando Editore, Roma 2006.

Simmel S., *Le Metropoli e la vita dello spirito*, I Classici della Sociologia, Armando Editore, Roma, 2012.

Sorrentino C., *Il campo giornalistico. I nuovi orizzonti dell'informazione*, Carocci, Roma, 2006.

Tenore V., *Il giornalista e le sue quattro responsabilità*, Giuffré Editori, Milano, 2018.

Thompson J. B., *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, Il mulino, 1998.

Unioncamere, in collaborazione con SI.CAMERA, *Le imprese femminili in Italia: caratteristiche ed evoluzione*, 2020.

Van Dijk J., Poell T., de Waal M., *Platform society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini Scientifica, Angelo Guerini e Associati srl, Milano 2019.

Vigevani, Pollicino, Melzi d'Eril, Cuniberti, Bassini, *Diritto dell'informazione e dei media*, G. Giappichelli Editori, Torino, 2019.

Weber M., *La donna e la cultura. Questione femminile e partecipazione pubblica*, Classici di Sociologia, Armando Editori, Roma, 2018.

Wittig M., *The Point of View: Universal or Particular?*, in "Feminist Issues", vol. III, n. 2, 1983.

Wolf M., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Giunti Editore S.p.A, 2018

## Sitografia

Amnesty International Italia, *Barometro dell'odio – Sessismo da tastiera*, 2020, disponibile al link:

<<https://d21zrvtkxtd6ae.cloudfront.net/public/uploads/2020/03/15212126/Amnesty-Barometro-odio-aprile-2020.pdf>>

Amnesty International Italia, *Hate speech. Conoscerlo e contrastarlo. Guida breve per combattere i discorsi d'odio online*, 2017, disponibile al link: <[https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento\\_evento\\_procedura\\_commissione/files/000/387/301/Manuale\\_Amnesty\\_Hate\\_Speech\\_2020.pdf](https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/attachments/documento_evento_procedura_commissione/files/000/387/301/Manuale_Amnesty_Hate_Speech_2020.pdf)>

Amnesty International Italia, *Task Force*, disponibile al link: <<https://www.amnesty.it/entra-in-azione/task-force-attivismo/>>

Andrea Coccia, *Fenomenologia del "click baiting"*, Linkiesta, luglio 2014, disponibile al link: <<https://www.linkiesta.it/2014/07/fenomenologia-del-click-baiting/>>

ANSA, *"Diritto all'aborto", in Liguria FdI si astiene, Centrodestra diviso*, settembre 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/09/27/diritto-allaborto-in-liguria-fdi-si-astiene-centrodestra-diviso\\_f58a6029-8f5a-4390-b777-8af116c0f07d.html?fbclid=IwAR1Em03IWwcjvXZwO\\_x-1twCfibY6mHXQ4rJ13NdbnZQ74NljSKpgZSjnjY](https://www.ansa.it/liguria/notizie/2022/09/27/diritto-allaborto-in-liguria-fdi-si-astiene-centrodestra-diviso_f58a6029-8f5a-4390-b777-8af116c0f07d.html?fbclid=IwAR1Em03IWwcjvXZwO_x-1twCfibY6mHXQ4rJ13NdbnZQ74NljSKpgZSjnjY)>

ANSA, *Cannes: contro i femminicidi, protesta femminista su red carpet*, maggio 2022, disponibile al link:

<<https://www.ansa.it/sito/notizie/cultura/cinema/2022/05/22/cannes-contro-i->

femminicidi-protesta-femminista-su-red-carpet\_3cd61122-221d-4823-9def-1981a2baa3dd.html>

ANSA, *Ddl Gasparri mette paletti a aborto, scontro con Pd*, ottobre 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/10/18/ddl-gasparri-mette-paletti-a-aborto-scontro-con-pd\\_95642a40-94b1-495d-8fba-aac9fe93b4e2.html?fbclid=IwAR1u2cLJy6gOpqi4LxvQg-GykEsQ24uMxqjU\\_dLozF4lR\\_irHryCZQm8bHg](https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/10/18/ddl-gasparri-mette-paletti-a-aborto-scontro-con-pd_95642a40-94b1-495d-8fba-aac9fe93b4e2.html?fbclid=IwAR1u2cLJy6gOpqi4LxvQg-GykEsQ24uMxqjU_dLozF4lR_irHryCZQm8bHg)>

ANSA, *Elezioni; Meloni, una donna presidente è sfondare il tetto di cristallo*, settembre 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/09/11/elezioni-meloni-una-donna-presidente-e-sfondare-tetto-di-cristallo\\_d1881c6a-71dd-4934-a297-6ef175eb3d3a.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/politica/2022/09/11/elezioni-meloni-una-donna-presidente-e-sfondare-tetto-di-cristallo_d1881c6a-71dd-4934-a297-6ef175eb3d3a.html)>

ANSA, *La Corte suprema Usa abolisce la sentenza sul diritto all'aborto. Texas e Missouri primi stati a vietarlo*, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/06/24/la-corte-suprema-usa-abolisce-la-sentenza-sul-diritto-allaborto-\\_d33b6686-331a-499d-b5cc-56311a5a2bb8.html](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/06/24/la-corte-suprema-usa-abolisce-la-sentenza-sul-diritto-allaborto-_d33b6686-331a-499d-b5cc-56311a5a2bb8.html)>

ANSA, *Talebani impongono il burqa in pubblico alle donne afghane*, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/05/07/talebani-impongono-il-burqa-in-pubblico-alle-donne-afghane-2\\_97099e1e-6e84-43f1-9438-eff7ac6ee9a2.html?fbclid=IwAR0RMoYanAhSDb8Li220uU9maSIS1HuFthdSK3kD9ju e1uUPWRBFEm4mJUg](https://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/2022/05/07/talebani-impongono-il-burqa-in-pubblico-alle-donne-afghane-2_97099e1e-6e84-43f1-9438-eff7ac6ee9a2.html?fbclid=IwAR0RMoYanAhSDb8Li220uU9maSIS1HuFthdSK3kD9ju e1uUPWRBFEm4mJUg)>

Cambridge Documentary Films, *Rape Culture*, in Internet Archive, disponibile al link: <<https://web.archive.org/web/20120118082224/http://www.cambridgedocumentaryfilms.org/rapeculture.html>>

Camera dei deputati XVII legislatura, Commissione "Jo Cox" sull'intolleranza, la xenofobia, il razzismo e i fenomeni di odio. *Relazione finale*, 2017, disponibile al link: <[https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile\\_commissione\\_intolleranza/files/000/000/001/RELAZIONE\\_FINALE.pdf](https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/uploadfile_commissione_intolleranza/files/000/000/001/RELAZIONE_FINALE.pdf)>

Commissione Europea, *Normativa sui servizi digitali: garantire un ambiente online sicuro e responsabile*, disponibile al link: <[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment\\_it](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_it)>

Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, *Tutt'altro genere d'informazione. Manuale per una corretta rappresentazione delle donne nell'informazione*, Gruppo di Lavoro Pari Opportunità, 2015, disponibile al link: <<https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/Tuttaltro-genere-dinformazione.pdf>>

Corriere della Sera, *Le donne afgane sfidano i talebani «No al burqa, non saremo prigioniere*, Infografica, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.facebook.com/corrieredellasera/photos/a.284654007529/10160055170062530/?type=3&m\\_entstream\\_source=timeline&anchor\\_composer=false&paipv=0&eav=AfYwZaHNeHqaOXV6ou0dRFqHIMT7ovgmWzwLyweNlieCdVXrkyYizvELnWWJ-Btj9nY&\\_rdr](https://www.facebook.com/corrieredellasera/photos/a.284654007529/10160055170062530/?type=3&m_entstream_source=timeline&anchor_composer=false&paipv=0&eav=AfYwZaHNeHqaOXV6ou0dRFqHIMT7ovgmWzwLyweNlieCdVXrkyYizvELnWWJ-Btj9nY&_rdr)>

Daniele Dell'Orco, *Elly Schlein sfida la Meloni: "Di un leader donna non femminista non ce ne facciamo nulla"*, Il Giornale agosto 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/politica/elly-schlein-sfida-meloni-leader-donna-non-femminista-non-ce-2060133.html?utm\\_term=Autofeed&utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook&fbclid=IwAR3tKzQzj\\_IOX2oZSDjTxRc1yYCsDDqp91IxQjaGqiHlgtC3WjBRydhfNO8#Echobox=1660919650](https://www.ilgiornale.it/news/politica/elly-schlein-sfida-meloni-leader-donna-non-femminista-non-ce-2060133.html?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR3tKzQzj_IOX2oZSDjTxRc1yYCsDDqp91IxQjaGqiHlgtC3WjBRydhfNO8#Echobox=1660919650)>

ECRI, *Raccomandazione di Politica Generale N. 15. Relativa alla lotta Contro Il Discorso dell'odio*, 2016, disponibile al link: <<https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-combating-hate-speech-ital/16808b5b04>>

Emanuele Capone, *Facebook, Twitter e Instagram hanno rimosso il video dello stupro condiviso da Meloni: perché e com'è successo*, La Repubblica, agosto 2022, disponibile al link:

<[https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/08/23/news/facebook\\_e\\_twitter\\_hanno\\_rimosso\\_il\\_video\\_dello\\_stupro\\_di\\_piaccenza\\_perche\\_e\\_come\\_successo-362678943/?ref=fbpr&fbclid=IwAR139IP11J\\_3Il21djY0iyzP7-gQzC\\_nT826oAZetY6u4qTdvTnhEUbpQXY](https://www.repubblica.it/tecnologia/2022/08/23/news/facebook_e_twitter_hanno_rimosso_il_video_dello_stupro_di_piaccenza_perche_e_come_successo-362678943/?ref=fbpr&fbclid=IwAR139IP11J_3Il21djY0iyzP7-gQzC_nT826oAZetY6u4qTdvTnhEUbpQXY)>

Encyclopedia.com, *Patriarchy and Paternalism*, Encyclopedias almanacs transcripts and maps, History, disponibile al link:

<<https://www.encyclopedia.com/history/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/patriarchy-and-paternalism>>

Federico Zitti, *Due anni dall'assalto di Capitol Hill. Fu una protesta sfuggita di mano o un tentativo di golpe?*, Rai News, gennaio 2021, disponibile al link:

<<https://www.rainews.it/articoli/2023/01/due-anni-dallassalto-di-capitol-hill-fu-una-protesta-sfuggita-di-mano-o-un-tentativo-di-golpe-6c59a646-0fa5-4222-af26-c5cb3f1eeb69.html>>

Giuseppe De Lorenzo, *La folle teoria di Rula Jebreal, il Quidditch omofobo e Draghi: quindi, oggi...*, luglio 2022, disponibile al link:

<<https://www.ilgiornale.it/news/cronache/folle-teoria-rula-jebreal-quidditch-omofobo-e-draghi-quindi->

2053085.html?utm\_term=Autofeed&utm\_medium=Social&utm\_source=Facebook#Echobox=1658429534>

Il Fatto Quotidiano, *Vicenza, doppio femminicidio: ammazza l'ex e la compagna, poi si suicida. Il killer era già stato arrestato per maltrattamenti*, giugno 2022, disponibile al link: <[https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/06/08/vicenza-doppio-femminicidio-ammazza-lex-e-la-compagna-poi-si-suicida-il-killer-era-gia-stato-arrestato-per-maltrattamenti/6619397/?utm\\_content=fattoquotidiano&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=Echobox2021&utm\\_source=Facebook#Echobox=1654724312](https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/06/08/vicenza-doppio-femminicidio-ammazza-lex-e-la-compagna-poi-si-suicida-il-killer-era-gia-stato-arrestato-per-maltrattamenti/6619397/?utm_content=fattoquotidiano&utm_medium=social&utm_campaign=Echobox2021&utm_source=Facebook#Echobox=1654724312)>

In Onda Estate, *episodio 25 agosto 2022*, disponibile al link: <<https://www.la7.it/in-onda/rivedila7/in-onda-puntata-del-2582022-26-08-2022-449339>>

iODonna, *Vanessa Incontrada di nuovo vittima di body shaming sui social*, disponibile al link: <<https://www.iodonna.it/personaggi/star-italiane/2022/06/07/vanessa-incontrada-body-shaming-foto-instagram/>>

Istituto di Sessuologia Clinica, *Disforia di Genere. Chiariamoci le idee*, disponibile al link <<https://sessuologiaclinaroma.it/disforia-di-genere-chiariamoci-le-idee/>>

Ital Communications, CENSIS, *La buona comunicazione dell'emergenza quotidiana*, Roma, 2022, disponibile al link: <<https://www.censis.it/sites/default/files/downloads/2%C2%B0%20Rapporto%20Ital%20Communications-Censis%202022.pdf>>

La Repubblica, *Assolto dall'accusa di violenza sessuale: "La ragazza aveva bevuto e non ha chiuso la porta: lo ha indotto a osare"*, luglio 2022, disponibile al link: <[https://torino.repubblica.it/cronaca/2022/07/07/news/assolto\\_dallaccusa\\_di\\_violenza\\_sessuale\\_la\\_ragazza\\_lo\\_ha\\_indotto\\_a\\_osare-356954258/?ref=fbpr](https://torino.repubblica.it/cronaca/2022/07/07/news/assolto_dallaccusa_di_violenza_sessuale_la_ragazza_lo_ha_indotto_a_osare-356954258/?ref=fbpr)>

La Repubblica, *Bologna, massacrata dal compagno con pugni e calci davanti ai bambini: è in prognosi riservata*, giugno 2022, disponibile al link: <[https://bologna.repubblica.it/cronaca/2022/06/01/news/bologna\\_violenza\\_in\\_famiglia-352072565/?ref=fbpr](https://bologna.repubblica.it/cronaca/2022/06/01/news/bologna_violenza_in_famiglia-352072565/?ref=fbpr)>

La Repubblica, *Catcalling, due militari dell'esercito a processo a Milano: molestie verbali a una ragazza per strada*, maggio 2022, disponibile al link: <[https://milano.repubblica.it/cronaca/2022/05/10/news/catcalling\\_due\\_militari\\_esercito\\_a\\_processo\\_milano\\_molestie\\_verbali\\_per\\_strada-348921352/?ref=fbpr](https://milano.repubblica.it/cronaca/2022/05/10/news/catcalling_due_militari_esercito_a_processo_milano_molestie_verbali_per_strada-348921352/?ref=fbpr)>

La Repubblica, *Francesca De André: "Sono stata pestata a sangue dal mio ex. Ho rischiato di morire"*, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/05/26/news/francesca\\_de\\_andre\\_pestata\\_dal\\_fidanzato-351225561/?ref=fbpr](https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/05/26/news/francesca_de_andre_pestata_dal_fidanzato-351225561/?ref=fbpr)>

La Repubblica, *Giornalista molestata in diretta tv, la procura di Firenze chiede il rinvio a giudizio*, luglio 2022, disponibile al link: <[https://firenze.repubblica.it/cronaca/2022/07/08/news/firenze\\_empoli\\_greta\\_beccagli\\_giornalista\\_tv\\_molestie\\_diretta\\_rinvio\\_a\\_giudizio\\_tifoso-357059668/?ref=fbpr](https://firenze.repubblica.it/cronaca/2022/07/08/news/firenze_empoli_greta_beccagli_giornalista_tv_molestie_diretta_rinvio_a_giudizio_tifoso-357059668/?ref=fbpr)>

La Repubblica, *Vanessa Incontrada sulla copertina di una rivista gossip, lo scatto è rubato e da body shaming*, giugno 2022, disponibile al link: <[https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/06/09/news/vanessa\\_incontrada\\_sulla\\_copertina\\_di\\_una\\_rivista\\_gossip\\_lo\\_scatto\\_e\\_rubato\\_e\\_da\\_body\\_shaming-353134179/?ref=fbpr](https://www.repubblica.it/spettacoli/people/2022/06/09/news/vanessa_incontrada_sulla_copertina_di_una_rivista_gossip_lo_scatto_e_rubato_e_da_body_shaming-353134179/?ref=fbpr)>

La Stampa, *Donna violentata a Piacenza, Letta: "Indecente che Meloni abbia postato il video dello stupro"*, agosto 2022, disponibile al link: <[https://www.lastampa.it/cronaca/2022/08/21/news/piacenza\\_tenta\\_di\\_stuprare\\_una](https://www.lastampa.it/cronaca/2022/08/21/news/piacenza_tenta_di_stuprare_una)>

\_profuga\_ucrainain\_pieno\_centro\_passante\_chiama\_le\_forze\_dellordine\_arrestato-6977491/?ref=fbpp>

Mauro Leardi, *"Non ci rappresenta". La Boldrini cacciata dalla piazza delle femministe*, Il Giornale settembre 2022, disponibile al link:

<[https://www.ilgiornale.it/news/politica/se-ne-vada-non-ci-rappresenta-boldrini-contestata-dalle-2071054.html?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=newsfeed\\_ilg&fbclid=IwAR2x0DmyyY7dosuT1izpSNYtLKDX8U3lOyWAgeHsBBpiDJH2luRR8YVapFo](https://www.ilgiornale.it/news/politica/se-ne-vada-non-ci-rappresenta-boldrini-contestata-dalle-2071054.html?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=newsfeed_ilg&fbclid=IwAR2x0DmyyY7dosuT1izpSNYtLKDX8U3lOyWAgeHsBBpiDJH2luRR8YVapFo)>

National Geographic, *Pride Month 2022: i moti di Stonewall e l'inizio del movimento LGBTQ+*, Storia e Civiltà, disponibile al link: <<https://www.nationalgeographic.it/storia-e-civilta/2022/06/pride-month-2022-i-moti-di-stonewall-e-linizio-del-movimento-lgbtq#>>

Novella Todoni, *"Soffro di fibromialgia". La rivelazione di Giorgia Soleri*, Il Giornale, ottobre 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/giorgia-soleri-problemi-salute-soffro-fibromialgia-2072222.html?scid=lUxfYKuyfNg&utm\\_medium=social&utm\\_source=facebook&utm\\_term=newsfeed\\_io&id=gOusJlLWzUh&fbclid=IwAR0jnMelQzbBc5h-hIwVJffK1LOw-Rx0GxIQp\\_oBDC8LpkA-wNU1GuwYQag](https://www.ilgiornale.it/news/spettacoli/giorgia-soleri-problemi-salute-soffro-fibromialgia-2072222.html?scid=lUxfYKuyfNg&utm_medium=social&utm_source=facebook&utm_term=newsfeed_io&id=gOusJlLWzUh&fbclid=IwAR0jnMelQzbBc5h-hIwVJffK1LOw-Rx0GxIQp_oBDC8LpkA-wNU1GuwYQag)>

Ordine dei giornalisti, *Testo Unico sui doveri del giornalista*, 2016, disponibile al link: <<https://www.odg.it/testo-unico-dei-doveri-del-giornalista/24288>>

Osservatorio STEP, *Per un cambiamento culturale nella rappresentazione di genere in ambito giudiziario, nelle forze dell'ordine e nel racconto dei media*, 2021, disponibile al link:

<[https://www.progettostep.it/wp-content/uploads/2021/02/All.-1\\_SINTESI-DELLA-RICERCA.pdf](https://www.progettostep.it/wp-content/uploads/2021/02/All.-1_SINTESI-DELLA-RICERCA.pdf)>

Paolo Armelli, *Rape culture*, perché è importante capire che cos'è la cultura dello stupro, Wired 21 aprile 2021, disponibile al link: <<https://www.wired.it/attualita/media/2021/04/21/rape-culture-cultura-dello-stupro-cos-e/>>

Post, *Una sparatoria nata da una notizia falsa*, dicembre 2016, disponibile al link: <<https://www.ilpost.it/2016/12/05/sparatoria-pizzagate/>>

Rai Scuola, *Digital World. Walter Quattrocioni – Il mondo come voglio io. Le Echo Chamber*, Rai Play, disponibile al link: <<https://www.raiplay.it/video/2017/11/05-030-DigitalWorld-Quattrocioni-echochamber-1b8c7618-cb48-4bd6-96c8-e63154d9b11b.html>>

Roberto Vivaldelli, *L'ultima follia del #MeToo: corsi contro la "virilità"*, maggio 2022, disponibile al link: <[https://www.ilgiornale.it/news/mondo/lultima-follia-metoo-corsi-contro-virilit-2034786.html?utm\\_term=Autofeed&utm\\_medium=Social&utm\\_source=Facebook#Echobox=1652739409](https://www.ilgiornale.it/news/mondo/lultima-follia-metoo-corsi-contro-virilit-2034786.html?utm_term=Autofeed&utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1652739409)>

SkyTg24, *Bill Cosby è stato dichiarato colpevole di aggressione sessuale a una minorenne*, disponibile al link: <<https://tg24.sky.it/mondo/2022/06/22/bill-cosby-processo-verdetto>>

Stefano Zurlo, *Arriva l'aiutino alla sinistra Ferragni in campo per attaccare Fdi: "Frena gli aborti"*, agosto 2022, disponibile al link: <<https://www.ilgiornale.it/news/politica/arriva-laiutino-sinistra-ferragni-campo-attaccare-fdi-frena->

2061254.html?utm\_term=Autofeed&utm\_medium=Social&utm\_source=Facebook#Echobox=1661403244>

Treccani, *Fact-checking*, disponibile al link: <[https://www.treccani.it/vocabolario/fact-checking\\_\(Neologismi\)](https://www.treccani.it/vocabolario/fact-checking_(Neologismi))>

Treccani, *Genere*, disponibile al link: <<https://www.treccani.it/enciclopedia/genere>>

Treccani, *Machine learning*, disponibile al link:  
<[https://www.treccani.it/vocabolario/machine-learning\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/machine-learning_%28Neologismi%29/)>

Treccani, *onlife*, disponibile al link:  
<[https://www.treccani.it/vocabolario/onlife\\_%28Neologismi%29/](https://www.treccani.it/vocabolario/onlife_%28Neologismi%29/)>

Treccani, *Queer*, disponibile al link: <[https://www.treccani.it/enciclopedia/queer\\_res-c2518ccb-dd82-11e6-add6-00271042e8d9\\_%28Enciclopedia-Italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/queer_res-c2518ccb-dd82-11e6-add6-00271042e8d9_%28Enciclopedia-Italiana%29/)>

Treccani, *Sessismo*, disponibile al link:  
<<https://www.treccani.it/vocabolario/sessismo/>>

Treccani, *Virilità*, disponibile al link: <<https://www.treccani.it/vocabolario/virilita/>>

Tullio de Mauro, *Le Parole per ferire*, Dizionario, Internazionale, 2016, disponibile al link: <<https://www.internazionale.it/opinione/tullio-de-mauro/2016/09/27/razzismo-parole-ferire>>

Unar, *Progetto CO.N.T.R.O.*, Progetto e azioni positive, 2020, disponibile al link:  
<[https://www.unar.it/portale/web/guest/progetto-co\\_n\\_t\\_r\\_o\\_](https://www.unar.it/portale/web/guest/progetto-co_n_t_r_o_)>

Vanity Fair, «Nessuno mi può giudicare»: sulla nuova cover di «Vanity Fair» Vanessa Incontrada posa nuda, settembre 2020, disponibile al link: <

<https://www.vanityfair.it/people/italia/2020/09/29/nessuno-mi-puo-giudicare-sulla-nuova-cover-di-vanity-fair-vanessa-incontrata-posa-nuda>>

VOX, *La nuova mappa dell'intolleranze* 7, 2022, disponibile al link:  
<<http://www.voxdiritti.it/la-nuova-mappa-dellintolleranza-7/>>

World Economic Forum, *Global Gender Gap Index 2022*, disponibile al link:  
<<https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2022/>>

Ygnazia Cigna, «*Gli hanno spaccato la testa...*», *lo shock subito dopo l'aggressione omofoba a Bari. A Napoli altri due casi dopo il Pride*, Open online, luglio 2022, disponibile al link:  
<<https://www.open.online/2022/07/04/bari-aggressione-omofoba-pride-video/>>