

ANALISI DI CAMPAGNE DI INFORMAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE GIÀ ESISTENTI DI CONTRASTO AI DISCORSI D'ODIO: ISLAMOFOBIA

La FONDAZIONE ALBERO DELLA VITA è un Onlus e Ong che ha avviato un nuovo progetto MEET (More Equal Europe Together) dedicato al tema dell'Islamofobia.



Di: GIACOMO BERTELLI
SILVIA DANIELA LIISTRO

Fondazione Albero della vita (Italia 1997)

- ▶ Sul territorio italiano gestisce servizi per la tutela dei minori e sostegno alla maternità.
- ▶ A livello internazionale gestisce progetti di cooperazione allo sviluppo, campagne di sensibilizzazione e formazione nelle scuole su tematiche come l'equità, diritti dei minori, migrazione.

L'Albero della Vita - onlus nel progetto MEET: More Equal Europe Together.
Il fine è l'incontro tra culture diverse per abbattere ogni sorta di pregiudizio.

L'obiettivo del progetto MEET è quello di prevenire l'Islamofobia creando una società europea libera da discriminazioni.



© Takoua Ben Mohamed

Fondazione L'Albero della Vita,
con il patrocinio del Comune di Milano,
vi invita a partecipare all'evento

Look Beyond Prejudice

Parole, immagini e live painting contro
l'islamofobia

L'islamofobia, che è un fenomeno complesso e purtroppo sempre più diffuso in Italia e in Europa: attacchi razzisti contro le comunità musulmane, hate speech sui social, fake news che amplificano timori e ansie della società e discriminazioni legate a genere, religione, provenienza.

Tutto questo si traduce in una profonda esclusione sociale in cui le ragazze e le donne sono quelle che subiscono una discriminazione multipla.

MOTIVI/CAUSE CHE HANNO DATO VITA ALLA CAMPAGNA

Sono due i motivi principali che hanno dato origine alla campagna:

→ Crimini d'odio e discorsi d'odio vengono perpetrati ai danni della popolazione musulmana in paesi europei come Italia, Francia, Germania e Belgio. Alcune denunce, per paura di ritorsioni, non sono nemmeno segnalate alle forze dell'ordine.

→ Profonda esclusione sociale per donne e ragazze musulmane che si trovano ad affrontare continui ostacoli nell'accesso al mondo del lavoro e subiscono una discriminazione multipla.

Cos'è?

Si riferisce ad una ostilità infondata ed alla paura verso l'islam, e di conseguenza la paura e l'avversione verso tutti i musulmani o la maggioranza di loro

Per Vincent Geisser (ricercatore del CNRS e docente) «[l'islamofobia] è un razzismo antimusulmano».



È un'attitudine xenofoba verso i musulmani e verso gli abitanti indigeni dei paesi a maggioranza musulmana (Medio Oriente, regioni del Magreb, Turchia, Africa subsahariana islamizzata) ed in questo caso è analogo al neologismo giudeofobia.

Questa attitudine talvolta sfocia in iniziative pubbliche atte a bloccare o rendere difficile la pratica della fede islamica

La stampa occidentale invece di condannare vigorosamente questa islamofobia, continua a parlare delle vittime e della loro religione, contribuendo in questo modo a rinforzare il sentimento di odio e di incomprensione nell'animo dei credenti.

Gli esperti del CCDH, utilizzando gli strumenti di segnalazione delle piattaforme stesse, hanno analizzato 530 post che presentano contenuti inquietanti, bigotti e disumanizzanti, in cui si prendono di mira le persone musulmane attraverso caricature razziste, cospirazioni e false dichiarazioni. Questi post sono stati visti almeno **25 milioni di volte**.



Instagram, TikTok e Twitter hanno permesso agli utenti di usare hashtag come #deathtoislam, #islamiscancer e #raghead (un termine offensivo per una persona che indossa un turbante, una kefia, ecc.). I contenuti diffusi utilizzando questo tipo di hashtag hanno ricevuto almeno 1,3 milioni di reazioni.

L'odio anti-Islam sui social

Tabella comparativa

PIATTAFORME	CONTENUTI	POST RIMOSI	ACCOUNT CANCELLATI	AZIONI INTRAPRESE
FACEBOOK	125	7 (5,6%)	0 (0%)	7 (5,6%)
INSTAGRAM	227	12 (5,3%)	20 (8,8%)	32 (14,1)
TIKTOK	50	12 (24%)	6 (12%)	18 (36%)
TWITTER	105	3 (2,9%)	0 (0%)	3 (2,9%)
YOUTUBE	23	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
TOTALI	530	34 (6,4%)	26 (4,9%)	60 (11,3%)

Dati: Centro per la lotta all'odio digitale

OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA

L'obiettivo del progetto MEET è quello di prevenire l'Islamofobia e creare una società europea libera da discriminazioni in cui nessuno è lasciato indietro a causa del genere e della religione, attraverso due modalità:

1. L'empowerment degli attori chiave, a livello locale, per favorire una cultura di tolleranza e rispetto.
2. La promozione di una narrazione positiva che coinvolga le nuove generazioni e sconfigga i pregiudizi nei confronti della comunità islamica in generale ma soprattutto nei confronti di donne e ragazze musulmane.



EFFICACIA NEL RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI

Il progetto MEET è co-finanziato dal Programma Diritti, Uguaglianza e Cittadinanza dell'Unione Europea e coinvolge 9 partner presenti in 6 paesi europei (Italia, Francia, Belgio, Polonia, Ungheria, Bulgaria):

- **Fondazione L'Albero della Vita Onlus (coordinatore) – Italia**
- Pistes Solidaires – Francia
- Pour la Solidarité – Belgio
- Subjective Values Foundation – Ungheria
- Polish Migration Forum – Polonia
- Progetto Aisha – Italia
- Partners Bulgaria Foundation – Bulgaria
- Lab 80 Film – Italia
- FEMYSO, Forum of European Muslim Youth and Student – Belgio

FRAME UTILIZZATI

Nel progetto vengono rilevati due frame:

1. **Sensibilizzazione:** la campagna mira a sensibilizzare la popolazione sulle discriminazioni che subiscono quotidianamente le comunità musulmane.
1. **Informazione:** come si evince il fine è quello di informare la popolazione sui pericoli che potrebbero colpire la comunità musulmana in seguito a discorsi e crimini d'odio.

HATE SPEECH

Il tema dell'Hate Speech è centrale e rilevante nel progetto: infatti attraverso i social media i discorsi d'odio vengono amplificati da utenti che sfruttano l'anonimato e l'uso di *fake news* per lanciare accuse e offese contro le comunità musulmane e diffondere timori verso la società civile non musulmana.



TEMA FOCUS

La campagna è incentrata sul tema dell'Islamofobia e la sua prevenzione: un fenomeno complesso e sempre più diffuso in Italia.

EFFETTI DESIDERATI

La campagna adopera un linguaggio chiaro, semplice e concreto per spiegare il concetto di Islamofobia e le conseguenze recate ai singoli individui e alla comunità. Infatti essa è:

1. **Realistica:** pertinente ad un tema concreto.
2. **Chiara:** viene utilizzato un linguaggio semplice per delineare un problema complesso.
3. **Veritiera:** viene trattato una tematica reale e all'ordine del giorno.

COME SI POTREBBE MIGLIORARE LA CAMPAGNA?

Nonostante la campagna sia semplice e ben strutturata, presenta alcune lacune, infatti si potrebbe attuare qualche suggerimento al fine di migliorarla:

1. Mettere in luce quali effetti deleteri, psicologici e fisici, potrebbero subire le persone musulmane bersagliate dall'odio in rete e come potrebbe risentirne la comunità.
2. Lanciare messaggi sui social network: sebbene la campagna si sia prefissata di promuovere una narrazione positiva al fine di coinvolgere nuove generazioni, si dovrebbe proporre qualche iniziativa social visto come le nuove generazioni siano interessate a tutto ciò che concerne il mondo virtuale attraverso messaggi brevi ed istantanei.
3. Fornire dati concreti sulle persone vittimizzate: infatti non sono evidenziati veri e propri numeri o percentuali, al fine di mettere a conoscenza la popolazione su quante persone musulmane siano effettivamente discriminate.

PIANI D'AZIONE

Le attività principali che verranno realizzate nei prossimi due anni grazie al progetto sono:

- Creazione di Osservatori Locali sull'Islamofobia che hanno il compito di monitorare episodi di razzismo e discriminazione e proporre piani di azione alle autorità locali.
- Workshop di videomaking ed educazione al dibattito per creare un gruppo di giovani Equity Defenders.
- Attività di Advocacy verso le istituzioni europee per garantire l'effettiva applicazione della legislazione esistente.
- La diffusione di una campagna di contro narrazione per contrastare l'Islamofobia contro ragazze e donne musulmane.

Sitografia

meet-project.alberodellavita.org

luce.lanazione.it

ilmanifesto.it

www.un.org

confronti.net