

DIVERSITY MEDIA REPORT INTRATTENIMENTO 2023 – Abstract risultati

Metodologia

Il Diversity Media Report Intrattenimento si occupa dell'analisi quali-quantitativa dei prodotti che rientrano all'interno delle categorie relative a Film, Serie Tv italiane, Serie tv straniera e Serie Kids, Programmi tv, Programmi radio, Podcast e mondo digitale (creator e prodotti digital). Lo studio è condotto rispetto a sei aree tematiche differenti: età e generazioni, genere, identità di genere e orientamento sessuale e affettivo, aspetto fisico, etnia e disabilità.

Se il Diversity Media Watch è l'organo principale di monitoraggio dei prodotti audiovisivi diffusi nel mercato nazionale, le fasi di ricerca e di analisi vedono anche il coinvolgimento di due ulteriori organi: il Comitato Scientifico e Security Check Committee, entrambi composti da esperte ed esperti in comunicazione e delle sei differenti aree di interesse dell'analisi. Il coinvolgimento di più professionisti e professioniste ha l'obiettivo di rendere il processo il più scientifico e partecipato possibile, anche per dare accesso anche alle differenti voci che popolano le comunità stesse.

Il Comitato Scientifico, un organo che esiste dalle origini e aggiornato annualmente, è composto da un gruppo di docenti di più discipline, ricercatrici e ricercatori di alcuni dei principali atenei italiani, ed ha il doppio compito di vagliare e confermare le schede di analisi realizzate dalla Fondazione Diversity. Coinvolge e supervisiona, con il team della Fondazione, il lavoro degli studenti e delle studentesse nella prima fase di compilazione delle schede nell'analisi dei prodotti. Attualmente il Comitato scientifico è composto da: Roberto Baiocco, Università Sapienza di Roma; Fabio Corbisiero, Università Federico II di Napoli; Marilisa D'Amico, Università degli Studi di Milano; Fiorenza Deriu, Università Sapienza di Roma; Luca Rollè, Università degli Studi di Torino; Giovanna Vingelli, Università degli Studi di Reggio Calabria.

Il Security Check Committee, introdotto nel 2023, è composto da Paolo di Lorenzo, Marina Pierri, Marina Cuollo, Susanna Owusu Twumwah, Leila Belhadj Mohamed. Il suo compito è revisionare i prodotti emersi dalla prima fase di analisi per far emergere aspetti positivi e eventuali criticità, in un'ottica qualitativa e funzionale alla rappresentazione sia delle singole tematiche della diversity che del valore intersezionale di cui essa è portatrice.

Campione di analisi

Gli esiti e i risultati del DMR Intrattenimento fanno riferimento esclusivamente al campione analizzato, derivante dalle segnalazioni ricevute da pubblico, broadcaster e professioniste/i del settore e dal team interno. Le segnalazioni pubbliche rappresentano la fonte principale di raccolta dei prodotti analizzati. Delle oltre 10.000 segnalazioni arrivate tra inizio dicembre e inizio febbraio 2023, dopo un primo lavoro di scrematura delle numerose segnalazioni multiple dei medesimi prodotti, si è arrivati a un campione di poco più di 500 prodotti singoli.

Di questi, è significativo il dato relativo alla percentuale delle segnalazioni divise per categorie. I social, infatti, rappresentato il canale dal maggiore interesse e dal maggiore impatto sul pubblico con il 57% delle segnalazioni. Questo dato si compone sia della categoria dei Creator, che rappresentano il 49% delle segnalazioni totali, sia della categoria dei prodotti digital, con l'8%.

Film, programmi, serie tv e kids hanno raccolto il 14% delle segnalazioni totali. Scorporando questo dato nelle singole categorie abbiamo, in ordine decrescente, le Serie tv straniera (6%), le Serie tv italiane (3%), i Film (3%), le Serie tv kids (2%) e i Programmi tv (1%). Se infatti il pubblico ha spesso sottoposto alla nostra attenzione sufficienti prodotti per ogni categoria, questo è successo quest'anno in misura minore per alcuni prodotti dell'intrattenimento, dove il DMW e le segnalazioni dei

broadcaster hanno compensato queste mancanze. Il Personaggio dell'anno si colloca al secondo posto come categoria per numero di segnalazioni, con il 16%, seguita dai podcast, con il 10%.

Nel 2023 l'analisi è stata resa possibile grazie al sostegno ricevuto dai membri del nostro Comitato Scientifico. Hanno infatti partecipato all'analisi le studentesse e gli studenti provenienti dal Laboratorio di ricerca sociale del Corso di Laurea in "Statistica Economia e Società" della Sapienza Università di Roma, condotto dalla prof.ssa Fiorenza Deriu - Sociologa metodologa; dal corso Audiovisual Media Policies New Challen. Cultural Industries dell'Università Cattolica di Milano, condotto dalla prof.ssa Rosa Barotsi; dai corsi dell'Università della Svizzera Italiana, grazie alla collaborazione del Prof. Luca Visconti; dai corsi dell'Università di Reggio Calabria, grazie alla collaborazione delle Prof.sse Giovanna Vingelli e Marta Picardi; dai corsi dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, grazie alla collaborazione del Prof. Fabio Corbisiero e del suo dipartimento.

Diversity Media Report 2023 – Highlights

- ***Nel panorama italiano la diffusione tematica della diversità è molto frammentata. Alcune aree sono presenti maggiormente e in migliore qualità (genere, età e generazioni), mentre altre sono gravemente assenti o trattate in maniera peggiore (aspetto fisico, etnia)***

In alcune categorie oggetto del nostro approfondimento 2023, e nello specifico in **Miglior programma TV, Miglior Film e Miglior Serie TV italiana**, abbiamo riscontrato un **andamento a macchia di leopardo per quanto riguarda la presenza di determinate aree della DE&I**. In particolare, aspetto fisico ed etnia sono le grandi assenti del panorama italiano, mentre l'area relativa alla comunità LGBT+ e al genere sembrano essere le aree più affermate in tutte e tre queste categorie. L'altra area molto presente, in particolare in Programmi TV e Serie TV Italiane, è quella delle generazioni.

Un dato questo che si può imputare a una bassa sensibilità o reattività del settore a queste due tematiche (etnia; aspetto fisico) e/o a una scarsa presenza di persone delle comunità coinvolte nei processi offscreen. Mentre il pubblico sembra più ricettivo: nel Diversity Media Representation Impact l'etnia è il quarto tema più familiare al campione rappresentativo, dopo status socioeconomico, età e generazioni e disabilità, a dimostrare che questi ultimi sono più sentiti perché più familiari al pubblico. Sempre su disabilità rileviamo uno scollamento fra temi vicini all'audience e presenza nei prodotti analizzati, in particolare nei Programmi TV: un altro argomento molto ingaggiante e vicino al pubblico che non trova piena rappresentazione nei media.

Focus on

L'aspetto fisico rappresenta il tema meno e contemporaneamente peggio trattato. Ha raggiunto le peggiori performance rispetto alla correttezza del linguaggio, la centralità del tema e nel Test di Vito Russo. La sensibilità sul tema appare molto bassa, anche a livello di pubblico, seppur le discriminazioni e gli stereotipi legati a questo particolare topic siano più trasversali e intersezionali di quanto sia percepito.

- ***La qualità dimostrata dalle categorie digitali e dal mondo radio e podcast è mediamente superiore alle altre categorie, e restituisce un quadro di due mondi altamente in dialogo fra loro, sia nella ricezione del pubblico (che nel fruire uno è influenzato dall'altro) sia nella composizione delle redazioni che li realizzano***

Dall'analisi qualitativa è emerso un **quadro positivo rispetto alla salute generale di alcune categorie specifiche**, quadro rafforzato anche dai pareri del Security Check per i prodotti delle categorie: **Miglior Podcast, Miglior Programma Radio e mondo digitale (Creator dell'anno e Miglior prodotto digital)**. Questi mezzi sembrano particolarmente capaci di intercettare voci e professionalità dalle comunità sottorappresentate e inserirle in contesti più corporate e strutturati

(programmi radio e podcast) o di trovare le chiavi e i linguaggi giusti per diventare, anche solo sporadicamente, mainstream sulla rete, dove alcuni singoli contenuti di attivismo tout-court hanno collezionato decine, se non centinaia, di migliaia di visualizzazioni. Non è un caso che molti nomi che negli ultimi anni abbiamo monitorato all'interno delle categorie digitali siano stati poi coinvolti nelle redazioni di programmi radio e podcast (es. Carlotta Vagnoli ora all'interno della redazione de Il Mondo Nuovo). Un'indicazione della permeabilità dei sistemi e dei settori che ci auguriamo di ritrovare in futuro su un numero sempre crescente di categorie.

- ***Serie kids il fiore all'occhiello del quadro italiano, mentre le serie tv straniere si riconfermano a un livello di maturità che traccia il percorso da seguire. Sia per gli aspetti legati all'on che all'off-screen***

Nel panorama seriale si riconfermano alcuni trend che vediamo in atto ormai da anni: la superiorità qualitativa delle serie rivolte a un pubblico kids (< 14 da nostro regolamento) e delle produzioni seriali straniere. Le Serie Kids raggiungono i miglior punteggi quando si parla di approfondimento del tema e correttezza di linguaggio, mentre le Serie TV Straniere hanno i miglior punteggi in termini di centralità delle tematiche. **Importante notare che su sei serie kids nominate quattro sono produzioni italiane: Di4ari, Lampadino & Caramella, Unlockdown e Super Benny. Una nota di merito che siamo felici di sottolineare.**

- ***Da determinati indicatori di analisi possiamo rintracciare un dialogo ancora molto superficiale con la diversity in alcune categorie di analisi. Tematiche e membri delle comunità sono inserite in cornici non ancora mature e che tendono al sensazionalismo, in particolare nel mondo televisivo***

La nostra analisi si sviluppa tenendo conto di alcune macroaree di valutazione. Fra queste c'è uno studio della qualità dei personaggi che conduciamo facendo riferimento al Test di Vito Russo; uno studio sulla correttezza del linguaggio, che conduciamo seguendo alcuni KPI chiave (uso di un linguaggio inclusivo; assenza di stereotipi e immagini sbagliate ecc..) e infine un affondo per capire il livello di approfondimento delle tematiche.

Dall'analisi relative alle 5 aree oggetto del nostro approfondimento 2023 (Miglior Film; Serie Tv Italiane; Serie Tv Straniere; Programma TV) è emerso che le migliori performance e punteggi si concentrano nella sezione dedicata al test di Vito Russo, quindi all'analisi dei personaggi (loro presenza e ruolo nella trama). I risultati più bassi sono stati invece raggiunti nell'approfondimento e nella correttezza del linguaggio.

Questo può far intendere che pur se iniziano a essere inseriti personaggi **o ospiti appartenenti ad aree sottorappresentate la loro presenza non è sempre garanzia di un trattamento corretto, ma indica piuttosto un livello di maturità ancora basso ed epidermico**. Questo trova riscontro sia in alcuni commenti espressi dal nostro Security Check che, in particolare rispetto alla categoria Programma TV, ha sottolineato casi di narrazioni sensazionalistiche e dibattiti con toni che viravano all'hate speech, sia nella nostra analisi, dove i programmi tv hanno raggiunto la worst performance rispetto all'approfondimento del tema.

- ***Il gap fra TV lineare e piattaforme streaming (OTT)***

Dall'analisi qualitativa condotta da Diversity sul campione individuato (categorie Film, Serie e Programmi), è emerso che **mediamente le piattaforme streaming e i canali Sky presentano una performance superiore rispetto a quelle lineari**. Un dato che può essere rilevante incrociare con quanto rilevato dal Diversity Media Representation Impact condotto da Fondazione Diversity e 2B Research. Lì è emerso che i target meno "sensibili" ai temi della diversity sono i pubblici esclusivi della TV lineare, segno che le piattaforme OTT hanno in generale allargato lo spettro della rappresentabilità di certi temi. Una differenza su scala socioeconomica (disponibilità fra contenuti

free e a pagamento) che potrebbe svantaggiare a livello di conoscenza e approfondimento di tematiche cruciali chi non ha la necessaria disponibilità economica: un invito alle emittenti free a incrementare ancora di più il proprio impegno su questi argomenti.

Inoltre, fra la percezione dell'impegno dei broadcaster rispetto ai temi DE&I e l'effettiva presenza di contenuti a riguardo risulta un forte scollamento. Se andiamo a confrontare le percentuali di quante volte è stato associato l'aggettivo "Inclusivo" ai diversi canali e piattaforme alle risposte successive, ci rendiamo conto che non c'è un reale riscontro: questo può far supporre che il pubblico associ un significato molto vago al termine "Inclusivo" e che subentri un effetto alone, un bias cognitivo per il quale la percezione di un tratto è influenzata dalla percezione di uno o più altri tratti dell'individuo o dell'oggetto.

- ***Il target di fruizione: esiste un rischio concreto che l'offerta si basi su stereotipi legati all'età, al genere e allo status socioeconomico, presumendo quindi alcune caratteristiche del pubblico che portano alla costruzione di offerte biased (a volte, ad esempio, sottovalutandolo e proponendogli temi e narrazioni ritenute più "adatte" di altre).***

Questo elemento emerge chiaro nel confronto tra l'offerta collegata ad un palinsesto (canali lineari) e quella priva di orari di riferimento (streaming/piattaforme) che in media contengono prodotti più inclusivi; inoltre è rafforzato dall'abitudine molto presente nel panorama italiano, sia dell'informazione (TG) che dell'intrattenimento (Programmi TV) di **trattare le tematiche prevalentemente da fonti politiche, di attualità e di cronaca nera**, e utilizzando **narrazioni volutamente polarizzanti, tese alla realizzazione di dibattiti e alla trasformazione costante di raffronti di opinioni** che si trasformano, là dove non ci sia una conduzione presente e consapevole, in un vuoto e violento terreno di scontro.

Se da un lato rileviamo la costruzione di un palinsesto che cerca di assecondare le presunte abitudini dei diversi target, dando vita quindi a un'offerta che si può configurare come *biased* bisogna tenere conto che **solo il 9% del campione intervistato nel Diversity Media Representation Impact ha dichiarato di essere utilizzatore esclusivo di tv lineare**. Questo vuol dire che la restante dieta mediatica della maggior parte della popolazione è già composta ed esposta a piattaforme che hanno dimostrato un'inclinazione più forte nel trattare di DE&I e a farlo in maniera migliore. Non tenendo conto di questo dato **la televisione lineare rischia di mantenere un'immagine falsata del suo pubblico, faticando quindi ad intercettarne le nuove esigenze e richieste**.

Diversity Media Awards, le nomination – Una panoramica

Miglior Film Italiano

A livello di tematiche la categoria Miglior Film si concentra in prevalenza su tematiche che riguardano il genere, l'identità di genere e la comunità LGBT+ (il 56% delle segnalazioni ricevute dal pubblico). Segnaliamo in particolare uno spazio, mai visto prima, dato al racconto personale di percorsi di transizione (*L'Immensità; Le favolose*) e ai diritti della comunità LGBT+ (*Il Filo invisibile*) e, più in generale, al racconto di fatti e personaggi miliari della storia LGBT+ italiana (*Le favolose; Il Signore delle formiche*).

La seconda tematica maggiormente riscontrata all'interno di questa categoria è quella relativa alle Disabilità visibili e invisibili, presente nel 37% delle produzioni. Un plauso a produzioni di stampo documentario come *La Timidezza delle Chiome*, alla cui lunga lavorazione ha fatto seguito un prodotto di alta qualità, e a prodotti più leggeri come *Io e Spotty*, che, seppur usandolo come spunto narrativo, porta sullo schermo un tema fondamentale come la salute mentale.

I dati che maggiormente preoccupano invece sono quelli relativo al tema dell'aspetto fisico e dell'etnia, grandi assenti del panorama.

Miglior serie tv straniera

La categoria che si riconferma come la più capace, insieme a quella kids, di coprire le aree della nostra analisi, con un'unica eccezione nella copertura dell'area aspetto fisico. Mancanza significativa e che riconferma, a livello di quadro generale, una scarsa consapevolezza dell'impatto del tema.

I temi della diversity risultano presentissimi soprattutto all'interno dei prodotti rivolti a un target teen (*Heartbreak High; Ms. Marvel*). Questo è un elemento positivo perché rivela una forte attenzione alla sensibilizzazione delle generazioni più giovani; allo stesso tempo, il rischio è che la diversità continui a venir vista come un tema che interessa soltanto loro e che faticano di più a raggiungere il resto del pubblico. Le serie tv straniere sono poi quelle ad aver ottenuto i miglior punteggi nella costruzione dei propri personaggi (Test di Vito Russo) e nella centralità del tema. Ritroviamo infatti serie corali capaci di potenti ritratti (*I may destroy you; Ragazze Vincenti; The Umbrella Academy*) e dove la rappresentazione della DE&I non risponde a logiche di puro tokenismo, ma fa parte integrante del DNA degli show (*Willow*).

Migliore serie tv italiana

Anche qui troviamo, come per la categoria Miglior Film, alcuni passi avanti in specifiche aree e una quasi totale assenza di trattazione di altre. Uno sviluppo a macchia di leopardo, poco coerente, che dimostra da un lato la poca maturità rispetto ad argomenti che forse non trovano ancora una mobilitazione sociale e di opinione pubblica forte e condivisa; dall'altro l'ancora bassa apertura del mondo dell'offscreen a determinate professionalità e background che possano arricchire il settore produttivo audiovisivo.

Abbiamo rilevato una buona presenza di prodotti legati al tema delle disabilità visibili e invisibili (*Prisma; 5 minuti prima*); dell'identità di genere e orientamento sessuale e affettivo (*Prisma; 5 minuti prima; Blocco 181*). Ottima la prova di *Circeo*, che trasporta uno dei più significativi fatti di cronaca e società della seconda metà del Novecento italiano nel linguaggio della serialità. È invece preoccupante la lacuna nella rappresentazione della tematica etnica e delle seconde generazioni italiane. Se infatti è vero che sono presenti differenti produzioni che toccano il tema (6 nel campione in analisi), si rilevano importanti criticità nel modo in cui questo viene affrontato. Grande assente anche l'aspetto fisico, tematica affrontata con un focus specifico quasi praticamente solo da *SKAM 5*, che ci parla di ipoplasi peniena.

Miglior serie kids

I prodotti appartenenti alla categoria serie kids analizzati, oltre ad affrontare in modo piuttosto equo tutte le sei aree (Etnia, Disabilità ed Età e generazioni leggermente prevalenti), hanno il grande merito di dare spazio anche alla tematica dell'aspetto fisico (*Dead End: paranormal park; Super Benny*), fortemente sottorappresentata nelle altre categorie. Vengono portati diversi personaggi grassi sullo schermo, facendo leva anche sull'intersezionalità.

Un altro punto fondamentale è quello della rappresentazione della disabilità, di neurodivergenza e autismo in particolare (*Daniel Tiger; Dead End: paranormal park*). Grande attenzione alla costruzione stessa del prodotto, come in *Lampadino & Caramella nel MagiRegno degli Zampa*, una serie interamente disegnata e creata in ottica accessibile e apposta per persone con disabilità, in grado di unire sottotitoli e LIS insieme all'audiodescrizione.

Dal taglio pre teen, e in questo ricalcano alcuni dei punti che ritroviamo in alcune serie tv straniere, serie come *Di4ri* e *Unlockdown* che parlano, per esempio, di disabilità (dislessia) e orientamento sessuale e affettivo con un registro corretto, ma chiaro e leggero.

Miglior programma tv

Il panorama dei programmi tv italiani presenta quindi diverse sfide all'attivo da dover affrontare. Dalla nostra analisi e dal confronto con il Security Check abbiamo individuato alcuni prodotti capaci di trattare in maniera positiva i temi DE&I, legandoli anche a format e narrazioni che esulano dal più canonico contenitore televisivo.

Nell'offerta Rai e RaiPlay troviamo tre titoli. I primi due, *Tonica* e *D-Side – Il lato diverso delle cose*, hanno dato vita a un racconto intersezionale e capace di intercettare tante voci differenti, ciascuno con i propri registri e target di riferimento ma entrambi con un occhio rivolto all'ecosistema dell'attivismo digitale e

delle comunità sottorappresentate. Molto interessante anche *Offside Racism*, serie di interviste nel mondo delle squadre giovanili delle società della Lega Serie A che esplorano il tema del razzismo. Un tema urgente e costante, cartina tornasole di un sentimento diffuso e radicato anche al di fuori di ciò che avviene negli stadi.

Un altro approccio alla DE&I, più virato all'intrattenimento, è emerso in programmi come *The Voice Senior*, *Quelle Brave Ragazze* e *Trasformazioni Incredibili*. Una tendenza che ci teniamo a sottolineare perché esula dai soliti contenitori puramente sociali e/o pedagogici dove spesso sono confinate alcune tematiche. Questi tre format risultano efficaci nel momento in cui portano sullo schermo la DE&I anche indirettamente, inserendola in dinamiche di gaming e show.

Miglior podcast

Rispetto a quanto emerso dal nostro campione di analisi e dal confronto con il Security Check, i podcast si presentano come una delle categorie con la qualità media più alta.

La natura del mezzo, che predilige e favorisce anche su richiesta del pubblico un'impostazione verticale e di approfondimento, ben si adatta per esempio al coinvolgimento di comunità marginalizzate e all'approfondimento di argomenti che in altri contenitori mediatici potrebbero risultare appiattiti o poco sviluppati. Non è un caso quindi che podcast legati a temi quali disabilità ed etnia, che in altre categorie hanno ottenuto risultati più bassi, qui siano stati affrontati in maniera giudicata corretta e ottimale (*Fuori Norma; Get Under My Skin; Storia del Mio Nome*).

Un'altra peculiarità della categoria è l'adozione di un approccio intersezionale, che non si pone in conflitto rispetto a quanto rilevato sulla verticalità, ma anzi lo rafforza nella misura in cui ciascun episodio sa coinvolgere figure e voci competenti su diverse tematiche intrinsecamente legate fra loro (*Maschiacci; Questione di famiglia; Piacere mio – La storia del sesso*).

Miglior programma radio

Nei programmi radio analizzati troviamo diversi filoni e format che si legano alla DE&I, alcuni in maniera più strutturata, altri legandosi all'attualità o a ricorrenze stringenti.

Ha un approccio più verticale, per esempio, *Tre soldi*, uno spazio nella sera di Radio3 dedicato all'audio-documentario. Puntante che sono percorsi sonori che raccontano la realtà di oggi e di ieri con il linguaggio della testimonianza diretta e che proprio da essa trae la sua forza, specie quando coinvolgono gruppi sottorappresentati. Ospiti e voci delle comunità risuonano anche all'interno de *I Miracolati*, programma condotto da Fabio Canino e LaLaura nella mattina di Radio Capital che si presenta come un prodotto sereno e di racconto, in cui l'ospite e la sua soggettività non vengono confinati negli schemi di conduttori che puntano ad un'eccessiva semplificazione, ma trovano terreno fertile di dialogo e approfondimento.

Troviamo poi una sensibilità alla rappresentazione corretta delle tematiche DE&I in prodotti come *Il mondo nuovo*, programma generalista che sa aprire il dialogo con le comunità sottorappresentate; *Storie di rinascita*, che attraverso storie che sovvertono lo status quo sa fare un racconto rispettoso e corretto anche della diversità; *Tutta la città ne parla*, programma di approfondimento quotidiano che sa intercettare tematiche urgenti e attuali del dibattito pubblico dimostrando grande attenzione e rispetto per diversi argomenti importanti per il nostro tempo.

Si riconferma infine capace di unire il suo taglio molto mainstream e giovanile a tematiche urgenti e profonde *Say Waad?*, il programma condotto da Michele 'Wad' Caporosso, dove ritroviamo interviste di ospiti spesso attivi sulle tematiche della DE&I. Un programma dal vasto raggio d'azione che fa informazione senza sedersi in cattedra, con un occhio di riguardo per le generazioni più giovani e le loro istanze.

Creator dell'anno

La categoria Creator dell'anno ha al suo interno moltissimi approcci differenti rispetto alla trattazione della DE&I. I toni, i registri e le tipologie di contenuti non sono univoci e anche all'interno degli stessi profili si possono trovare contenuti molto diversi. Alcuni più di informazione, altri più di intrattenimento, a

seconda delle abitudini di ciascun o ciascuna creator. Risulta quindi efficace, se c'è accountability del e della creator sul tema, veicolare messaggi positivi anche attraverso format comici o che riguardano topic quotidiani (lifestyle, food & makeup). Un trend trasversale, che abbiamo rilevato, per esempio, in profili legati sia all'area etnica (*Momoka Banana, Aida Diouf Mbengue*) che disabilità (*Nadia Lauricella*).

L'altro registro prevalente è invece quello più squisitamente informativo, che attraverso carousel, infografiche e dirette permette di volta in volta di affrontare argomenti specifici e verticali. Una tipologia di attivismo digitale che è ormai assodata e apprezzata da pubblici sempre più trasversali, più o meno sensibilizzati, e che rappresenta un'importante fetta della nostra analisi. Moltissimi i profili segnalati per le questioni di genere e identità di genere (*Francesca Bubba, Carolina Capria - L'ha scritto una femmina, Jessica Giorgia Senesi*), con un'attenzione particolare, che riportiamo, a temi come maternità, violenza ostetrica e omogenitorialità.

Miglior prodotto digital

L'altra categoria del mondo digitale è quella del Miglior prodotto digital, in cui rientrano singoli contenuti che hanno saputo intercettare temi particolarmente attuali e urgenti unendo una chiarezza espositiva a un buon riscontro a livello di diffusione. Il panorama di riferimento è molto simile a quello tratteggiato per la categoria creator, con, spesso, una sovrapposizione di aree e nomi segnalati. In un campione potenzialmente infinito sono emersi sei prodotti che spaziano fra moltissimi temi. Dalla salute mentale e stress post traumatico (*Ariman Scriba, Race Based traumatic stress*) alla lotta alla diet culture (*Eva Stai Zitta, Diet Culture, ripassino smart*); dai registri di genere ai seggi elettorali (*Generazione Magazine, I registri di genere ai seggi*) all'abilismo (*Sofia Righetti, Aggressioni verbali e abilismo*); sino a trattare alcuni stereotipi di rappresentazione come la crip face (*LunnyLunnyLunny, Cosa significa crip face*) e il colorismo (*Le regole del diritto perfetto, Parliamo di colorismo*).

Glossario

DIVERSITY

Significa riconoscere che tutte le persone hanno identità peculiari. L'etnia, l'orientamento sessuale, il genere, l'identità di genere, la disabilità, lo status socioeconomico, l'aspetto fisico, il credo religioso sono solo alcune delle caratteristiche che possono rendere unica una persona.

EQUITY

Il termine equità viene spesso usato come sinonimo di uguaglianza, ma se ne distingue per un dato fondamentale. Mentre l'uguaglianza è un sistema in cui a ogni individuo vengono concesse le stesse opportunità a prescindere dalle circostanze, l'equità assegna le risorse in base alle esigenze e le possibilità degli individui.

INCLUSION

Con inclusion indichiamo la messa in pratica di quanto condiviso in letteratura: conoscere, sostenere, rispettare e valorizzare tutte le persone e i gruppi sottorappresentati.

PIATTAFORME OTT

Con l'acronimo ott, o over-the-top, vengono indicate tutte quelle media company che offrono servizi e contenuti direttamente via Internet, bypassando cioè sistemi di distribuzione tradizionali

BIASED

Che è frutto di bias. I bias sono delle distorsioni del giudizio, degli errori in cui incorriamo quando applichiamo gli automatismi e i meccanismi mentali utili alla nostra comprensione della realtà.