

## **Campagna nazionale contro la violenza digitale**

### *Oltre lo schermo, la violenza è reale*

La violenza digitale rappresenta oggi una minaccia crescente nei confronti dei professionisti sanitari, con ripercussioni significative sul benessere psicologico, sulla serenità personale e sulla qualità della vita lavorativa. L'ambiente digitale, infatti, non costituisce uno spazio neutro o privo di conseguenze: insulti, minacce, campagne d'odio, contenuti denigratori e attacchi coordinati online incidono in modo diretto sulla dignità e sulla sicurezza di chi li subisce. In questo contesto nasce la campagna nazionale promossa da FNOVI, con l'obiettivo di richiamare l'attenzione pubblica su un fenomeno sempre più diffuso e troppo spesso sottovalutato.

Secondo l'indagine FNOVI 2026 sull'odio digitale, oltre il 60% dei rispondenti dichiara di aver subito almeno una volta episodi di aggressione online, tra cui insulti, minacce, shit storm e vere e proprie campagne d'odio sui social. Si tratta di un dato che evidenzia con chiarezza come la violenza digitale non possa più essere considerata un fatto occasionale o marginale, ma debba essere riconosciuta come una problematica concreta, strutturata e capace di produrre conseguenze reali sul piano umano e professionale.

La campagna si sviluppa a partire da una convinzione centrale: ciò che avviene online non è meno grave solo perché si manifesta attraverso uno schermo. Proprio per questo il claim scelto, "Oltre lo schermo, la violenza è reale", intende affermare in modo netto che la violenza verbale e simbolica esercitata nel digitale non è una forma attenuata di aggressione, ma una manifestazione concreta di ostilità che può ferire, isolare, intimidire e compromettere la serenità di chi ne è bersaglio.

La campagna si pone diversi obiettivi. In primo luogo, intende contrastare la normalizzazione dell'hate speech, mostrando le conseguenze personali, professionali e sociali dell'odio digitale nei confronti dei medici veterinari. In secondo luogo, mira a tutelare la dignità, l'autorevolezza e la sicurezza dei professionisti, promuovendo un clima di fiducia tra cittadini, professionisti e istituzioni. Un ulteriore obiettivo consiste nell'affermare il ruolo pubblico della FNOVI quale soggetto di riferimento nella tutela

dei professionisti e nella promozione di un dibattito pubblico rispettoso e responsabile. Infine, la campagna intende contribuire alla costruzione di un consenso diffuso a sostegno del rafforzamento delle iniziative legislative e delle tutele normative contro l'odio digitale, offrendo al contempo strumenti comunicativi condivisi per i professionisti e per gli Ordini territoriali.

Il concept della campagna nasce dalla volontà di mettere in discussione alcune frasi ricorrenti con cui la violenza online viene spesso ridimensionata o banalizzata, come “è solo un commento”, “era una battuta” o “succede a tutti”. Queste espressioni rappresentano bene il processo di normalizzazione attraverso il quale comportamenti aggressivi e denigratori vengono percepiti come accettabili, inevitabili o perfino irrilevanti. La campagna interviene proprio su questo meccanismo culturale, ribaltandone il significato e restituendo il giusto peso a parole e comportamenti che, pur collocandosi nello spazio digitale, producono effetti concreti nella vita reale. In questa prospettiva, il claim “Oltre lo schermo, la violenza è reale” sintetizza il messaggio complessivo dell'iniziativa e ne orienta tutta la costruzione narrativa.

Pur nascendo in un contesto legato alle professioni sanitarie, la campagna è pensata per rivolgersi anche a un pubblico più ampio e generalista. L'odio digitale, infatti, non colpisce una sola categoria, ma attraversa generazioni, ambiti professionali e contesti sociali differenti. Per questo motivo la campagna si propone di trasformare una problematica apparentemente settoriale in un tema di responsabilità collettiva, capace di coinvolgere l'intera società in una riflessione più ampia sulla qualità del linguaggio, sul rispetto della persona e sulla necessità di difendere la dignità anche negli spazi digitali.

La strategia di comunicazione si articola in una serie di azioni coordinate. La prima riguarda la realizzazione di una campagna social strutturata attraverso la pubblicazione periodica e programmata di contenuti multisoggetto derivati dalla campagna principale. Questi contenuti saranno diffusi con cadenza regolare sui principali canali digitali di FNOVI e avranno la funzione di veicolare il messaggio di sensibilizzazione e informazione in maniera costante. Ogni pubblicazione sarà concepita per rafforzare la visibilità della campagna, arricchirne il significato e favorire un processo di immedesimazione da parte del pubblico. La continuità della diffusione consentirà di

costruire un racconto progressivo, capace di mantenere viva l'attenzione, amplificare l'impatto del messaggio e consolidare la riconoscibilità dell'iniziativa nel tempo.

Accanto alla campagna social ordinaria, è prevista la realizzazione di caroselli informativi volti a offrire strumenti di comprensione e orientamento. Una prima linea di contenuti sarà dedicata a spiegare in modo chiaro e accessibile che cosa si intenda per diffamazione online, come essa si configuri e quali comportamenti possano rientrare in questa fattispecie. L'obiettivo è aumentare la consapevolezza sul fenomeno, aiutando a distinguere tra critica legittima e contenuti lesivi della reputazione, e fornendo un primo inquadramento del tema nell'ambito della comunicazione digitale.

Una seconda linea di caroselli sarà invece finalizzata a fornire indicazioni operative per gestire in modo consapevole e sicuro situazioni di insulti, minacce e comportamenti denigratori online. Il contenuto illustrerà le principali azioni da intraprendere, come la conservazione delle prove, la segnalazione alle piattaforme e il ricorso alle autorità competenti. In questo modo, la campagna non si limiterà a denunciare il problema, ma offrirà anche strumenti concreti per affrontarlo con lucidità, metodo e maggiore sicurezza digitale.

Un ulteriore sviluppo della campagna è rappresentato dalla produzione di reel. Una prima serie di video sarà costruita attorno a testimonianze reali di persone vittime di violenza online, con l'obiettivo di rendere visibile l'impatto emotivo e sociale delle parole nel digitale. I video avranno una struttura narrativa breve, della durata massima di sessanta secondi, e si apriranno con commenti reali ricevuti dalle vittime, per poi svilupparsi attraverso un racconto diretto o un'intervista con voce fuori campo. Ogni episodio si concluderà con un messaggio di sensibilizzazione e una call to action. La serie potrà articolarsi in più puntate, ognuna centrata su un aspetto specifico dell'esperienza della vittima, come la normalizzazione della violenza, l'isolamento, il ruolo degli spettatori o la richiesta di aiuto.

Parallelamente, è prevista la realizzazione di una serie di reel informativi con il coinvolgimento di professionisti dell'ambito legale, psicologico e digitale. Questi contenuti, brevi e dal taglio chiaro e diretto, avranno la finalità di tradurre temi complessi in indicazioni pratiche facilmente comprensibili. I reel potranno affrontare questioni

come la raccolta delle prove, la segnalazione dei contenuti, la tutela legale, la gestione emotiva delle conseguenze dell'odio online, gli errori da evitare e i diritti delle vittime. Nel loro insieme, questi contenuti concorreranno a costruire una rubrica informativa riconoscibile, accessibile e immediatamente fruibile.

La campagna prevede inoltre un'azione comunicativa specifica basata sull'utilizzo di commenti negativi realmente presenti online. Negli spazi digitali, infatti, il confronto degenera spesso in attacco personale, e proprio per questo FNOVI intende selezionare alcuni commenti effettivamente pubblicati in rete e metterli in relazione diretta con la campagna. L'obiettivo è dare dimostrazione concreta della violenza contenuta in certe espressioni, mostrando come ciò che viene spesso derubricato a semplice ironia, sfogo o opinione possa invece configurarsi come un atto aggressivo e lesivo. Questa azione mira a sensibilizzare il pubblico e a contribuire al miglioramento del tono del dibattito pubblico, restituendo piena evidenza alla gravità di alcune parole.

A supporto dell'intera iniziativa è prevista anche la realizzazione di un mini-sito web dedicato alla campagna. Il sito sarà concepito come una piattaforma informativa in grado di offrire contenuti chiari, completi e facilmente accessibili sulle azioni da intraprendere per tutelarsi dalla violenza digitale. Oltre a rafforzare la comprensione e la rilevanza dell'iniziativa, il mini-sito costituirà uno spazio di approfondimento stabile, utile a raccogliere materiali, indicazioni e strumenti a disposizione dei professionisti e dei cittadini.

Il documento presenta anche ulteriori proposte di sviluppo della campagna. Tra queste rientra la realizzazione di una campagna out of home, da collocare in un punto strategico di Roma oppure da diffondere attraverso un mezzo mobile. L'obiettivo di questa azione è garantire ampia visibilità al messaggio, sensibilizzare l'opinione pubblica e rafforzare la presenza della campagna sul territorio, portando il tema della violenza digitale anche negli spazi della comunicazione urbana e della vita quotidiana.

Un'ulteriore proposta riguarda la realizzazione di un flyer informativo di due pagine da distribuire agli Ordini provinciali. Questo materiale sarà pensato come uno strumento sintetico e immediato, capace di fornire indicazioni pratiche sulle azioni da intraprendere per tutelarsi dalla violenza online e, nello stesso tempo, di rafforzare la consapevolezza

sull'importanza della campagna. Il flyer potrà così diventare un supporto operativo utile alla diffusione locale del messaggio e alla promozione di comportamenti più informati e consapevoli.

Nel suo complesso, la campagna si configura come un progetto di comunicazione, sensibilizzazione e tutela che intende affermare un principio essenziale: la violenza digitale non è un problema secondario, né un effetto inevitabile dell'esposizione online, ma una forma reale di aggressione che richiede riconoscimento, strumenti di difesa e una risposta culturale e istituzionale adeguata. Attraverso il claim "Oltre lo schermo, la violenza è reale", FNOVI ribadisce la necessità di superare ogni banalizzazione del fenomeno e di promuovere una nuova consapevolezza collettiva, fondata sul rispetto della persona, sulla tutela della dignità professionale e sulla responsabilità condivisa nella costruzione di spazi digitali più sicuri e civili.