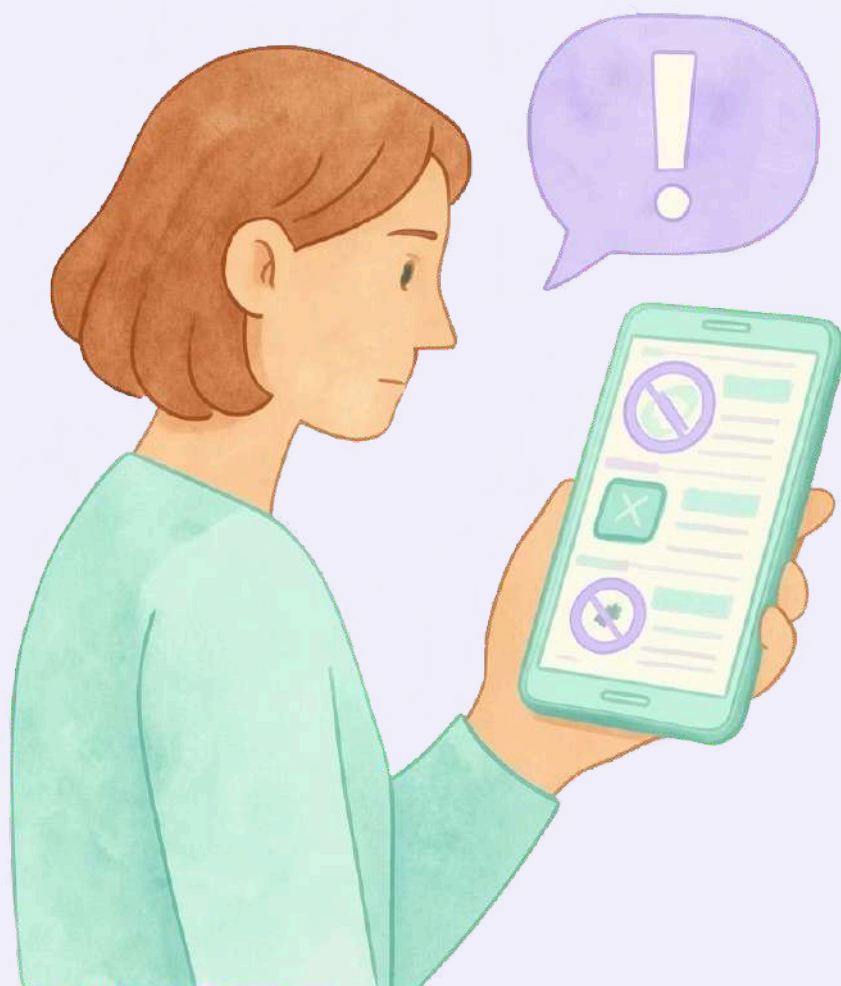




Progetto FRAME Health

Programma di gestione dell'infodemia e alfabetizzazione sanitaria della comunità (CIMP)



Modulo 1–Disinformazione, Infodemia e dinamiche dei social media

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.





Questo modulo introduce i partecipanti a come la disinformazione e le infodemie si diffondono negli ambienti online e a come le dinamiche dei social media – inclusi algoritmi, camere dell’eco e coinvolgimento emotivo – amplificano narrazioni false. Fornisce ai partecipanti competenze di pensiero critico, fact-checking e comunicazione etica per navigare in modo responsabile negli spazi digitali e migliorare l’alfabetizzazione sanitaria.

Obiettivi di apprendimento



Comprendere i meccanismi della disinformazione e delle infodemie legate alla salute



Individuare, verificare e contrastare la disinformazione e la misinformation



Comprendere come algoritmi, camere dell’eco e coinvolgimento emotivo diffondono narrazioni false



Sviluppare una comunicazione online responsabile e strategie etiche per i social media

Risultati attesi

Miglioramento delle competenze per individuare la disinformazione e navigare online in modo più sicuro

Rafforzamento dell’alfabetizzazione digitale e delle competenze di verifica dei media

Indice

1	PAGINA 1	1. Comprendere l'infodemia
2	PAGINA 4	2. Dinamiche dei social media e bias cognitivi
3	PAGINA 5	3. Strumenti di fact-checking e verifica
4	PAGINA 9	4. Comunicazione grafica e uso responsabile dei social media
5	PAGINA 11	5. Casi di studio
6	PAGINA 15	6. Esercizio pratico - Creare una campagna contro la disinformazione sanitaria

1. Comprendere l'infodemia

L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) definisce l'infodemia come un'eccessiva quantità di informazioni – compresi contenuti falsi o fuorvianti – che si diffondono rapidamente durante una crisi, rendendo difficile per le persone trovare indicazioni affidabili e fonti attendibili. Nell'era digitale, le informazioni viaggiano più velocemente che mai attraverso i social media, le app di messaggistica, i video online e gli influencer. Durante le emergenze sanitarie, questo può creare confusione, paura, sfiducia e comportamenti dannosi.

Non tutte le informazioni problematiche sono uguali. La **misinformazione** si riferisce a informazioni false condivise senza l'intenzione di causare danni, spesso da persone che credono sinceramente che siano vere. La **disinformazione**, invece, è costituita da informazioni false o manipolate create e diffuse deliberatamente per ingannare, influenzare le opinioni, generare paura o creare sfiducia verso le istituzioni, i professionisti sanitari o gruppi specifici. In alcuni casi, le campagne di disinformazione possono anche essere legate a interessi politici, profitto finanziario o tentativi di manipolare il dibattito pubblico.

Esiste anche la **malinformazione**, che consiste nel condividere informazioni vere in modo fuorviante o dannoso, spesso togliendo i fatti dal loro contesto o usando informazioni private per creare paura o ostilità. Le **voci di corridoio** e le **teorie del complotto** sono un'altra parte importante dell'ambiente dell'infodemia. Le voci di corridoio di solito emergono in situazioni di incertezza, quando le persone cercano di spiegare gli eventi senza informazioni verificate. Le teorie del complotto, invece, spesso suggeriscono che gruppi o istituzioni potenti stiano nascondendo segretamente "la verità" al pubblico. Le infodemie di solito si sviluppano quando incertezza, paura, reazioni emotive e condivisione rapida delle informazioni si combinano. Le piattaforme di social media amplificano questo processo perché i contenuti emotivi o controversi spesso ricevono più attenzione, reazioni e condivisioni rispetto alle informazioni calme e basate sulle evidenze. Anche gli algoritmi tendono a privilegiare i contenuti che generano coinvolgimento, il che significa che i messaggi scioccanti o polarizzanti possono diffondersi molto più rapidamente delle informazioni verificate. Anche la ripetizione gioca un ruolo importante: quando le persone vedono lo stesso messaggio molte volte, possono iniziare a crederci anche senza prove.

Secondo l'APA (apa.org), le persone hanno maggiori probabilità di credere a dichiarazioni false che fanno appello a emozioni come la paura e l'indignazione. Hanno anche maggiori probabilità di credere alla disinformazione che dipinge gli avversari in una luce negativa rispetto alla disinformazione negativa sul proprio ingroup. Infine, le persone sono più propense a credere a informazioni ripetute, anche quando contraddicono le loro conoscenze pregresse.

L'impatto sulla salute pubblica può essere grave. Informazioni false o fuorvianti possono scoraggiare le persone dal cercare assistenza medica, ridurre la fiducia nei professionisti e nelle istituzioni sanitarie, aumentare l'esitazione vaccinale o incoraggiare trattamenti non sicuri e l'automedicazione. Durante la pandemia di COVID-19, ad esempio, affermazioni fuorvianti sui vaccini, cure miracolose o "verità nascoste" si sono diffuse ampiamente in tutta Europa e hanno contribuito a confusione, paura e sfiducia in molte comunità. In alcuni casi, le persone hanno ritardato il ricorso alle cure d'emergenza o hanno seguito pericolosi consigli online invece di consultare professionisti sanitari.

L'alfabetizzazione sanitaria, quindi, comprende non solo la comprensione delle informazioni sulla salute, ma anche l'apprendimento di come valutarle criticamente prima di crederle, condividerle o agire di conseguenza.

Come possiamo individuare disinformazione, malinformazione, voci e teorie del complotto?

Individuare informazioni fuorvianti non è sempre facile, soprattutto online, dove i contenuti si diffondono rapidamente e le reazioni emotive spesso precedono il pensiero critico. Tuttavia, ci sono alcuni segnali comuni che possono aiutare le persone a valutare le informazioni con maggiore attenzione.

La disinformazione è spesso condivisa da persone che credono sinceramente che sia vera. Per individuarla, è importante controllare la fonte originale, la data di pubblicazione e se le stesse informazioni compaiono su piattaforme sanitarie o di informazione affidabili. Se un'affermazione appare solo sui social media o sulle app di messaggistica, è necessaria cautela.

La malinformazione può essere più difficile da riconoscere perché può contenere informazioni reali usate in modo fuorviante o dannoso. Ciò accade spesso quando fatti, foto o informazioni private vengono estratti dal loro contesto per creare paura, rabbia o ostilità. Controllare il contesto completo di una storia è quindi essenziale.

Le voci di corridoio si diffondono di solito durante periodi di incertezza o crisi, quando le persone cercano spiegazioni. Spesso si basano su frasi come “qualcuno ha detto”, “ho sentito” o “ci stanno nascondendo questo”, senza prove chiare o fonti identificabili.

Le teorie del complotto presentano spesso eventi complessi come il risultato di azioni segrete da parte di gruppi o istituzioni potenti. Spesso sostengono che governi, scienziati, giornalisti o medici stiano “nascondendo la verità”. Queste narrazioni si basano di solito più sul sospetto e sull’emozione che su prove verificabili e spesso rifiutano automaticamente le fonti ufficiali.

Alcune domande pratiche possono aiutare a identificare informazioni problematiche:

- | | |
|--|--|
| → Chi ha creato questo contenuto e perché? | → La fonte è chiaramente identificata e affidabile? |
| → Ci sono prove, oppure solo opinioni ed emozioni? | → Le informazioni sono confermate da più fonti affidabili? |
| → Il messaggio cerca di provocare paura, indignazione o urgenza? | → Il contenuto incoraggia a diffidare di tutte le istituzioni o degli esperti? |

Una buona abitudine è fermarsi prima di condividere. In molti casi, dedicare alcuni minuti a verificare le informazioni attraverso fonti affidabili può impedire la diffusione di affermazioni dannose o fuorvianti.

Esempio di disinformazione: nel link qui sotto troverai un materiale di BBC Bitesize Other Side of the Story – un esempio reale che mostra come la disinformazione possa diffondersi rapidamente online. Il materiale spiega come affermazioni false o fuorvianti – spesso presentate come notizie o condivise tramite i social media – possano distorcere i fatti, influenzare le opinioni e causare confusione. Evidenzia l’importanza di controllare la fonte originale, verificare le prove e considerare l’altro lato della storia prima di credere o condividere informazioni.

Davvero schiacciare le nocche provoca l’artrite?

<https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/z6rrp9q>

2. Dinamiche dei social media e bias cognitivi

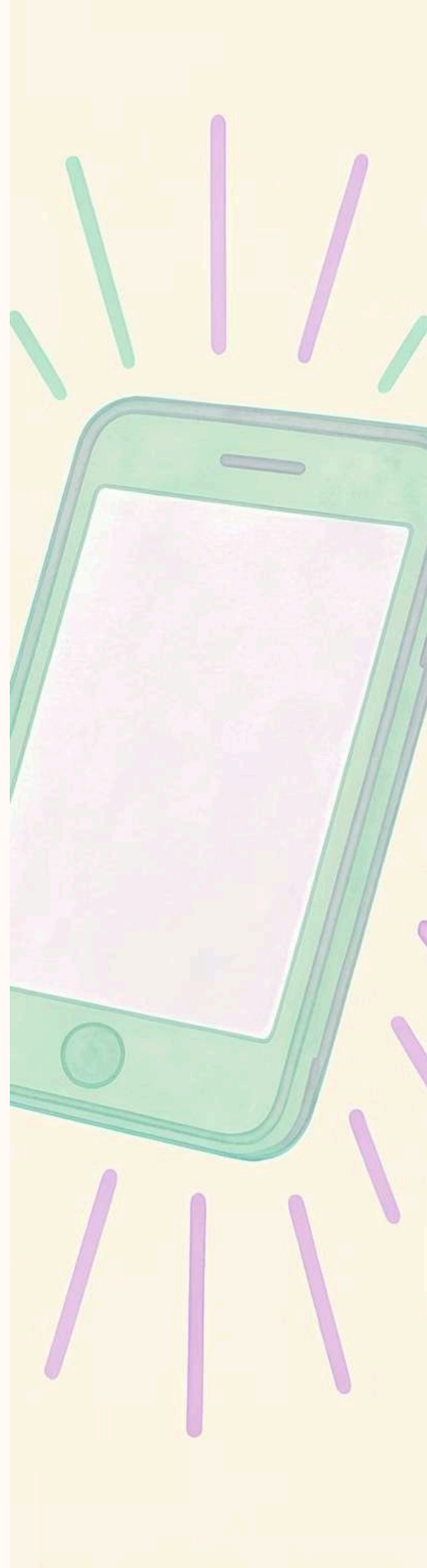
Le false informazioni si diffondono in modo diverso sui social media rispetto alla televisione, alla radio o ai giornali. I mezzi di informazione tradizionali di solito verificano i fatti e correggono gli errori. Sui social media, chiunque può condividere informazioni istantaneamente, anche se sono errate, consentendo alle false affermazioni di diffondersi rapidamente. I social media inoltre raggruppano le persone con altre che condividono le stesse idee. Queste “echo chamber” ripetono le stesse idee e rendono più difficile per le persone vedere informazioni accurate o correzioni.

Le piattaforme dei social media sono progettate per massimizzare l'attenzione e il coinvolgimento. I loro algoritmi tendono a privilegiare i contenuti che generano forti reazioni emotive come paura, rabbia, indignazione o sorpresa. Di conseguenza, le informazioni fuorvianti o sensazionalistiche si diffondono spesso più rapidamente di una comunicazione calma e basata sulle prove. Le persone sono anche più propense a interagire con contenuti che confermano le loro convinzioni esistenti, creando ambienti in cui le stesse opinioni e narrazioni vengono costantemente rafforzate.

Questo processo è strettamente collegato a ciò che vengono chiamati bias cognitivi – scorciatoie mentali che influenzano il modo in cui le persone interpretano le informazioni e prendono decisioni.

Un esempio comune è il bias di conferma, in cui le persone tendono a credere e condividere informazioni che supportano ciò che pensano già, ignorando invece le prove contrarie. Un altro è il bias di autorità, in cui le persone si fidano delle informazioni semplicemente perché provengono da qualcuno percepito come influente o autorevole, come celebrità, influencer o figure pubbliche, anche quando non sono esperti.

Anche l'effetto di verità illusoria svolge un ruolo importante online. Quando le persone vedono ripetutamente la stessa affermazione – anche se è falsa – possono iniziare a percepirla come vera semplicemente perché sembra familiare. Allo stesso modo, l'euristica della disponibilità porta le persone a giudicare rischi o situazioni in base a esempi memorabili o emotivi che hanno visto di recente online, invece che in base a reali evidenze statistiche.







Esempio: Se qualcuno guarda diversi video che affermano che i vaccini sono pericolosi, gli algoritmi dei social media potrebbero continuare a suggerire contenuti simili. Con il tempo, l'esposizione ripetuta può creare l'impressione che queste opinioni siano più diffuse o credibili di quanto lo siano davvero.

Comprendere come interagiscono algoritmi, emozioni e bias cognitivi è essenziale per riconoscere perché la disinformazione si diffonde così efficacemente online e perché il pensiero critico è una parte importante della alfabetizzazione sanitaria.

3. Fact-Checking e Strumenti di Verifica

Riesci a identificare i segnali di un falso account sui social media?

Quando scorri i social media, prenditi un momento per pensare a **chi ha scritto il post e perché**. Alcuni account cercano di influenzare le opinioni, spingere un messaggio politico, **o fare soldi ottenendo il maggior numero possibile di clic**.

<p>Controlla i badge di verifica</p> <p>Una spunta blu o un badge "verificato" su piattaforme come Facebook, Instagram o X (Twitter) di solito significa che l'account appartiene davvero a una figura pubblica o a un'organizzazione.</p> 	<p>Osserva attentamente il nome dell'account</p> <p>Se contiene molti numeri o lettere casuali, potrebbe non appartenere a una persona reale.</p> 	<p>Fai attenzione agli errori di ortografia o ai titoli esagerati</p> <p>I post in MAIUSCOLO, con molti punti esclamativi o con un linguaggio drammatico sono spesso pensati per attirare l'attenzione piuttosto che per condividere fatti.</p>
<p>Controlla il link del sito web (URL)</p> <p>Errori di ortografia, simboli extra o indirizzi web strani possono essere segnali di fonti inaffidabili.</p> 	<p>Metti in dubbio immagini e foto</p> <p>Le immagini possono essere usate fuori contesto o modificate. Una ricerca inversa delle immagini può mostrare da dove proviene originariamente un'immagine.</p> 	<p>Verifica se altre fonti giornalistiche affidabili stanno riportando la stessa notizia</p> <p>Se solo un account ne sta parlando, sii cauto.</p>
<p>Diffida delle reazioni emotive</p> <p>I post che ti fanno sentire arrabbiato, spaventato o scioccato spesso sono pensati per spingerti a condividere rapidamente senza riflettere.</p>		

Consigli per verificare ciò che è reale e ciò che non lo è

Immagini

Cerca attentamente nelle immagini qualsiasi cosa insolita – ombre strane, volti sfocati o dettagli mancanti. Le immagini vengono spesso riutilizzate o presentate fuori contesto.

Google Ricerca
immagini inversa

<https://images.google.com>

TinEye

<https://tineye.com>

Carica l'immagine o incolla il link per vedere dove appare anche online.

Video

I video possono essere modificati o alterati per fuorviare. Guardarli fotogramma per fotogramma può aiutarti a individuare ciò che non sembra corretto.

Strumento di
verifica video InVID

<https://www.invid-project.eu>

Controlli di
riproduzione di
YouTube – metti in
pausa e rallenta la
riproduzione per
esaminare i dettagli

I video possono essere modificati o alterati per fuorviare. Guardare un video fotogramma per fotogramma può aiutarti a notare ciò che non sembra corretto. Gli strumenti utili includono:

Fai attenzione anche a



Fonte

Chi ha pubblicato la notizia? Controlla i loro post precedenti e la biografia per capire chi sono e perché potrebbero condividerla.



Follower

Quanti follower ha l'account e sembrano reali? Gli account molto recenti con pochi follower possono essere un segnale d'allarme.



Account verificati

L'account ha una spunta blu o un badge di verifica? Molte piattaforme usano questo per confermare che l'account è reale.



Risposta degli altri

Leggi i commenti e le risposte. Altri utenti potrebbero mettere in dubbio la notizia o condividere fonti affidabili che mostrano un altro punto di vista.

Strumenti Aggiuntivi di Fact-Checking e Verifica

Oltre agli strumenti sopra, diverse iniziative europee supportano i cittadini nell'identificare informazioni false o fuorvianti online.

Strumenti di Fact-Checking a Livello UE

EUvsDisinfo

Monitora e analizza le campagne di disinformazione che prendono di mira le società e le istituzioni europee.

<https://euvsdisinfo.eu>

FactCheckEU

Un'iniziativa europea collaborativa di fact-checking che coinvolge giornalisti e ricercatori di diversi paesi.

<https://factcheckeu.info>

Mediawijs

Un'organizzazione belga che promuove l'alfabetizzazione digitale e mediatica attraverso risorse educative pratiche.

<https://www.mediawijs.be>

Esempi Nazionali

Italia

Facta

Piattaforma italiana di fact-checking che analizza notizie virali, affermazioni sui social media e disinformazione.

<https://www.facta.news>

Open Online

Piattaforma italiana di notizie e verifica che affronta la disinformazione e i contenuti manipolati.

<https://www.open.online>

Bulgaria

Factcheck.bg

Iniziativa bulgara di fact-checking focalizzata sulla verifica di affermazioni pubbliche e della disinformazione online.

<https://factcheck.bg>

Come verificare un'affermazione sulla salute – passaggi semplici

Prima di credere o condividere informazioni sulla salute online:

Controlla la fonte

Chi ha pubblicato l'informazione? È un'istituzione riconosciuta, un ospedale o un'organizzazione sanitaria?

Controlla le prove

L'articolo menziona studi scientifici, dati ufficiali o esperti medici?

Confronta con altre fonti

Altre organizzazioni affidabili riportano le stesse informazioni?

Controlla la data

Le informazioni sanitarie datate potrebbero non essere più accurate.

Fai attenzione al linguaggio emotivo

Le affermazioni pensate per creare paura, panico o indignazione sono spesso fuorvianti.

Esempio: Se un post sui social media afferma che un "rimedio naturale cura il cancro" ma nessuna organizzazione sanitaria ufficiale lo conferma, l'informazione non dovrebbe essere considerata affidabile né condivisa.

4. Comunicazione etica e uso responsabile dei social media

I social media vengono spesso utilizzati per condividere informazioni su salute, benessere e consigli medici. Usarli in modo responsabile aiuta a proteggere non solo la nostra salute, ma anche quella degli altri.



Pensa prima di pubblicare

Chiediti: È accurato? È sicuro? Potrebbe causare danni? Anche un consiglio sbagliato dato in buona fede può portare a decisioni rischiose.



Controlla attentamente le informazioni sulla salute

Sii cauto con i post su cure, trattamenti o diete. Usa fonti affidabili come i servizi sanitari nazionali o professionisti medici riconosciuti.



Avoid Fear-Based Messages

La disinformazione sulla salute spesso usa la paura o l'urgenza. **Fai particolarmente attenzione** ai post che promettono "cure miracolose" o che dicono che i medici stanno "nascondendo la verità".



Rispetta la privacy e la riservatezza

Non condividere le storie di salute altrui o diagnosi senza permesso. Rifletti bene prima di condividere online le tue informazioni sulla salute.



Comunica con rispetto

I problemi di salute sono delicati e personali. **Evita di giudicare, dare la colpa o umiliare gli altri** per le loro scelte o condizioni di salute.



Comprendi la tua influenza

Le informazioni sulla salute si diffondono rapidamente. Ciò che condividi può influenzare il modo in cui gli altri gestiscono una malattia, i farmaci o decidono di cercare assistenza medica.



Usa i social media in modo etico

Rendi chiaro quando qualcosa è la tua esperienza personale, non un consiglio medico. **Incoraggia gli altri a consultare professionisti sanitari.**



Contrasta la disinformazione in modo sicuro

Se vedi informazioni sanitarie false, rispondi con calma usando fonti affidabili oppure segnalale alla piattaforma. **Evita discussioni che diffondono confusione.**



Fai pause e proteggi il tuo benessere

Troppo contenuto legato alla salute può aumentare l'ansia. Prendersi del tempo lontano dai social media sostiene la salute mentale ed emotiva.

Comunicazione responsabile sulla salute online – Lista di controllo pratica

Prima di pubblicare o condividere contenuti legati alla salute online, è utile fermarsi e porsi alcune domande pratiche:



Queste informazioni sono accurate e supportate da fonti affidabili?



Questo messaggio potrebbe creare paura o confusione inutili?



Sto condividendo informazioni verificate o solo opinioni?



Le persone vulnerabili potrebbero fraintendere questo contenuto?



Mi fiderei di queste informazioni se riguardassero la mia salute o quella della mia famiglia?

Esempio: Condividere un post non verificato che afferma che un integratore “rafforza l’immunità meglio dei vaccini” può sembrare innocuo, ma può influenzare le persone a evitare il parere medico professionale.

5. Casi di studio



Caso: “endorsement” di medici deepfake

Una recente indagine di Full Fact ha rilevato video deepfake generati dall'IA di medici reali utilizzati per promuovere integratori non comprovati su piattaforme come TikTok e Facebook. I video manipolati sembrano esperti di salute affidabili che raccomandano prodotti che in realtà non hanno mai approvato.

Il prof. David Taylor-Robinson, esperto di disuguaglianze nella salute presso l'Università di Liverpool, è tra coloro la cui immagine è stata manipolata. Ad agosto, è rimasto scioccato nel trovare che TikTok ospitava 14 video alterati che lo ritraevano mentre raccomandava prodotti con benefici non comprovati.

Sebbene Taylor-Robinson sia uno specialista della salute infantile, in un video la sua versione clonata parlava di un presunto effetto collaterale della menopausa chiamato “gamba termometro”. (Fonte dell'informazione: articolo del Guardian https://www.theguardian.com/society/2025/dec/05/ai-deepfakes-of-real-doctors-spreading-health-misinformation-on-social-media?utm_source=chatgpt.com)

Caso: disinformazione sui vaccini COVID-19 nei gruppi Facebook bulgari

Cosa è successo (schema): Durante la campagna di vaccinazione contro il COVID, gruppi e pagine Facebook pubblici bulgari hanno amplificato narrazioni anti-vaccino (incluse teorie del complotto importate e varianti locali). Un aspetto chiave evidenziato dai ricercatori è stata la velocità e la portata della condivisione nei gruppi, insieme alla mancanza di etichettatura/moderazione coerente dei post fuorvianti sui vaccini. (fonte: DesinfoLab <https://www.disinfo.eu/publications/bulgaria%3A-the-wild-wild-east-of-vaccine-disinformation>)

Perché è importante per l'alfabetizzazione sanitaria:

- Le persone possono confondere un alto coinvolgimento (like/condivisioni) con un'elevata credibilità.
- Le dinamiche di gruppo creano camere dell'eco: messaggi ripetuti sembrano “veri” nel tempo, anche senza prove.

Punti didattici:

- “La popolarità non è una prova.”
- Chiediti: chi trae vantaggio se credo/condivido questo?
- Promuovi l'abitudine: “Prima di condividere informazioni sulla salute, controlla una fonte sanitaria affidabile o un fact-check.”

Caso: affermazioni gonfiate sugli effetti collaterali e sui decessi da vaccino

Cosa è successo (esempio di un ciclo affermazione-verifica): Il dibattito pubblico bulgaro includeva dichiarazioni che suggerivano numeri estremamente elevati di gravi complicanze o decessi da vaccino. I fact-checker hanno esaminato tali affermazioni e hanno fatto riferimento ai dati ufficiali dell'Agenzia Bulgara per i Farmaci sulle reazioni avverse segnalate, chiarendo la differenza tra eventi segnalati e causalità confermata.

Perché è importante per la health literacy

Correlazione ≠ causalità

Molte persone non conoscono la differenza tra "Qualcuno ha segnalato un sintomo dopo la vaccinazione" e "Il vaccino ha causato quell'esito".

Conseguenze reali

Fraintendere questo porta a paura, evitamento e ritardo nelle cure.

Punti didattici:

- Spiega in termini semplici: "Le segnalazioni sono segnali da indagare, non prove definitive".
- Incoraggia i "3 controlli":
 - a. C'è una fonte ufficiale?
 - b. L'affermazione è confermata o solo sospettata?
 - c. Più fonti affidabili dicono la stessa cosa?

Caso: narrazioni antivaccinali e vaccinazioni infantili in Italia

Cosa è successo (pattern):

In Italia, le narrazioni antivaccinali sono diventate particolarmente visibili durante i dibattiti sulle vaccinazioni infantili obbligatorie introdotte con il Decreto Lorenzin (2017). Gruppi sui social media, blog e influencer online hanno diffuso affermazioni che collegavano i vaccini ad autismo, infertilità, danni al sistema immunitario o effetti collaterali nascosti a lungo termine, nonostante le prove scientifiche smentissero queste tesi.

Durante e dopo la pandemia di COVID-19, le comunità antivaccinali sono diventate ancora più attive online, soprattutto su Telegram, Facebook e YouTube, dove la disinformazione circolava ampiamente attraverso testimonianze emotive e sfiducia verso le istituzioni.

(Fonte: Istituto Superiore di Sanità italiano – Vaccini e disinformazione <https://www.iss.it/vaccini> ; WHO Europe – Vaccine misinformation <https://www.who.int/europe/news-room>)

Perché è importante per l'alfabetizzazione sanitaria

Emozione vs. evidenza

Molte persone confondono le testimonianze personali emotive con le prove scientifiche.

Esposizione ripetuta

L'esposizione ripetuta ai contenuti antivaccinali può aumentare paura e sfiducia.

Amplificazione algoritmica

Gli algoritmi dei social media tendono ad amplificare i contenuti sanitari controversi.

Punti di insegnamento



Le testimonianze personali non sono una prova scientifica.



Le informazioni affidabili sui vaccini dovrebbero provenire da istituzioni sanitarie e professionisti medici.



Un alto coinvolgimento online non equivale a credibilità.



Prima di condividere informazioni sulla salute, verificate tramite fonti affidabili.

Caso: miti alimentari e cultura del "detox" sui social media

In Italia, piattaforme social come Instagram, TikTok e YouTube hanno promosso sempre più spesso "diete detox", integratori miracolosi e tendenze alimentari restrittive presentate come soluzioni per infiammazione, stanchezza, perdita di peso o per "purificare il corpo".

Influencer senza qualifiche mediche o nutrizionali hanno spesso promosso diete estreme o prodotti usando immagini drammatiche del prima e dopo e un linguaggio emotivo. Alcuni contenuti scoraggiavano i follower dal consultare professionisti della nutrizione e promuovevano invece rapide soluzioni online.

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) e le associazioni dei consumatori hanno ripetutamente espresso preoccupazione per la pubblicità ingannevole legata a prodotti per il benessere e la salute online.

(Fonte: Ministero della Salute italiano – Nutrizione e stili di vita sani <https://www.salute.gov.it> ; European Food Information Council (EUFIC) <https://www.eufic.org> ; AGCM – casi di pubblicità ingannevole <https://www.agcm.it>)

Checklist di una pagina: come riconoscere un video deepfake di un medico

Fermati prima

- Il video fa un'affermazione molto emotiva (paura, urgenza, cura miracolosa)?
- Ti chiede di condividerlo rapidamente o di comprare qualcosa?

Controlla la persona nel video

- Labbra e parlato: le labbra corrispondono esattamente alle parole?
- Volto ed espressioni: le espressioni sembrano rigide o innaturali?
- Occhi: il battito di ciglia è insolito (troppo poco o troppo spesso)?
- Bordi: il volto, i capelli o gli occhiali sembrano sfocati o tremolanti?

Controlla la voce

- La voce sembra robotica, piatta o leggermente strana?
- Il suono è fuori sincrono con la bocca?

Controlla il messaggio

Sii cauto se il "medico":

- Promuove un prodotto, un integratore o una cura miracolosa
- Dice "i medici nascondono questo"
- Incoraggia a smettere di prendere farmaci o a evitare cure mediche
- Dà consigli medici senza menzionare la consultazione di un professionista sanitario

Controlla la fonte

- Chi ha pubblicato il video?
- L'account è verificato?
- Il medico appare su un vero sito di ospedale, università o clinica?

Usa strumenti semplici

- Strumento di verifica video InVID: <https://www.invid-project.eu>
- Riproduzione rallentata (YouTube o i controlli video del telefono)
- Ricerca inversa delle immagini (Google Immagini)

! Regola finale: se non sei sicuro, non condividere. Condividere informazioni sanitarie non verificate può causare danni reali. !



6. Esercizio pratico - Creare una campagna contro la disinformazione sanitaria

I partecipanti lavorano in piccoli gruppi per ideare una semplice campagna di sensibilizzazione che risponda a un esempio reale di disinformazione o misinformazione sanitaria comunemente diffuso online. L'obiettivo è aiutare i corsisti ad applicare il pensiero critico, il fact-checking e le competenze di comunicazione etica in modo pratico e collaborativo.

Passo 1 – Seleziona un esempio di disinformazione

Scegli un esempio: affermazioni anti-vaccino, falsi "rimedi miracolosi", diete detox, video manipolati o deepfake, oppure consigli fuorvianti sulla salute mentale online.

Passo 2 – Identifica il pubblico target

Definisci a chi si rivolge la campagna: adolescenti, persone anziane, genitori, migranti o utenti dei social media.

Passo 3 – Verifica l'affermazione

Controlla usando siti ufficiali di salute, piattaforme di fact-checking e fonti scientifiche. Chiediti: è supportata da prove? Chi ne trae beneficio? Quali sono i rischi?

Passo 4 – Crea la campagna

Realizza un prodotto di sensibilizzazione (post Instagram, script video, infografica, poster o messaggio WhatsApp) usando un linguaggio semplice, fonti affidabili e senza comunicazione basata sulla paura.

Passo 5 – Presenta e discuti

Ogni gruppo presenta il proprio esempio, perché si diffonde, i rischi per la salute pubblica e la propria strategia. La discussione si concentra su chiarezza, accessibilità, credibilità e impatto emotivo.

Modello semplice di campagna

1. Argomento

Quale disinformazione stai affrontando?

2. Pubblico di riferimento

Chi è più esposto a questa disinformazione?

3. Piattaforma

Dove verrebbe condivisa questa campagna? (ad es. Instagram, TikTok, centro comunitario, WhatsApp)

4. Messaggio chiave

Qual è la cosa più importante che le persone dovrebbero capire?

5. Fonte affidabile utilizzata

Quale fonte ufficiale o verificata supporta il vostro messaggio?

Risultati di apprendimento attesi

Attraverso questa attività, i partecipanti sviluppano:

- **Competenze di fact-checking**

Capacità pratica di verificare le affermazioni sulla salute usando fonti affidabili.

- **Comunicazione etica**

Strategie per condividere online informazioni sulla salute in modo responsabile.

- **Consapevolezza della disinformazione**

Comprensione di come i contenuti falsi sulla salute si diffondono online.

- **Sicurezza nella comunicazione sanitaria**

Fiducia nel comunicare informazioni sanitarie affidabili in modi accessibili.



Informazioni sul Progetto

FRAME Health – Programma di Gestione dell’Infodemia nella Comunità (CIMP) è sviluppato nell’ambito del progetto Erasmus+ “FRAME Health” (Progetto n. 2024-2-IT02-KA210-ADU-000280006).

Il progetto si concentra sul rafforzamento della alfabetizzazione sanitaria, sul contrasto alla disinformazione e alle infodemie, e sul sostegno a pratiche di comunicazione sanitaria più inclusive e accessibili in tutta Europa. Attraverso l’educazione basata sulla comunità, l’alfabetizzazione digitale e approcci interculturali, il progetto mira a responsabilizzare educatori per adulti, assistenti sociali, mediatori e comunità locali a orientarsi meglio nelle informazioni sanitarie negli ambienti digitali.

Partner del Progetto

POT Project APS – Italia

Associazione culturale attiva nell’educazione degli adulti, nell’alfabetizzazione mediatica, nella narrazione digitale e nell’inclusione sociale.

Sito web: <https://potproject.it>

BISI – Bulgaria

Organizzazione che opera nei settori dell’alfabetizzazione sanitaria, delle comunità vulnerabili e delle iniziative di inclusione sociale in Bulgaria.

Sito web: <https://b-isi.eu/>

Licenza

Questo documento è distribuito con licenza Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0).

Dettagli della licenza:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

GRAZIE