

WORKSHOP VII

**BUONE PRATICHE IN
COMUNICAZIONE**



WORKSHOP VII

Buone pratiche in comunicazione

7.1 Introduzione

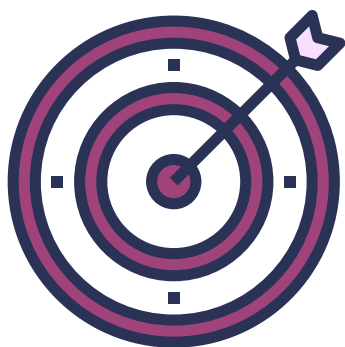
Con l'ausilio di esempi positivi e negativi e di campagne di comunicazione, i partecipanti avranno l'opportunità di comprendere le diverse dinamiche alla base degli stereotipi di genere in comunicazione. Il workshop proporrà campagne di epoche diverse, sviluppate per diversi mezzi di comunicazione (giornali, TV, social media), al fine di fornire un'ampia panoramica.

I partecipanti saranno invitati a riflettere sul possibile utilizzo degli stereotipi di genere e su come possono influenzare la percezione delle persone. Verranno esaminati spot di prodotti, pubblicità e campagne social: alcuni sono stati premiati per la loro sensibilità, mentre altri sono stati percepiti negativamente dai consumatori. Attraverso le attività proposte, ragazze e ragazzi svilupperanno diverse chiavi di lettura e spunti di riflessione e aumenteranno la propria consapevolezza riguardo agli stereotipi di genere e alle loro dinamiche nel campo della comunicazione.

Questo workshop include quattro attività, per una durata totale di 2 ore, divise nelle seguenti fasi: reader (30 minuti), user (30 minuti), critic (30 minuti) e evaluator (30 minuti). E' indirizzato a giovani da 12 ai 17 anni e può essere realizzato in presenza ma anche online.

Obiettivi:

- Catturare nozioni chiave sintetiche relative alla questione di genere nella comunicazione
- Imparare a riconoscere gli stereotipi di genere
- Raffinare la capacità di riconoscere e decostruire stereotipi / pregiudizi di genere attivi in comunicazione
- Ragionamento sull'impatto sociale degli stereotipi di genere nella comunicazione di massa



7.2 Icone e stereotipi



Fase Reader



30 minuti

Strumenti

- PC
- Proiettore
- Connessione Internet

OFFLINE



Attività relativa
all'opzione
"in presenza"

L'insegnante / educatore mostra l'immagine relativa alla campagna "Wo / Man" di L'Oréal Paris, prodotti cosmetici e per la cura della persona (2016), incentrata sugli stereotipi di genere.



Nella campagna di comunicazione L'Oréal Paris, puoi vedere un uomo e una donna con sfondi diversi. Le icone rappresentano gli stereotipi di genere normalmente associati rispettivamente a donne e uomini.

L'INSEGNANTE / EDUCATORE CHIEDE AI PARTECIPANTI DI DESCRIVERE CIÒ CHE VEDONO:



TRACCIA PER INSEGNANTE / EDUCATORE:

- Che tipo di sfondo abbiamo per la donna? E per l'uomo?
- Perché questi oggetti e colori specifici sono legati rispettivamente alle donne e agli uomini?
- Sei d'accordo con queste associazioni?
- Pensi che alcuni oggetti potrebbero essere condivisi dai due generi (es. Molti parrucchieri sono uomini)?
- Non è limitante identificare una donna o un uomo solo con alcuni lavori o interessi specifici?
- Perché la nostra società tende a fare queste associazioni?

QUINDI OFFRE UNA BREVE INTRODUZIONE SU COSA SONO GLI STEREOTIPI DI GENERE.

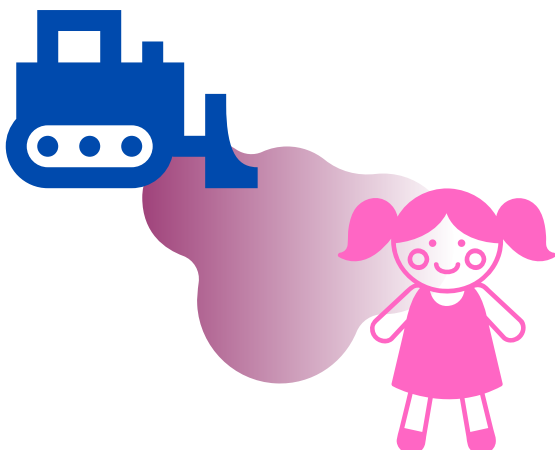
TRACCIA PER INSEGNANTE / EDUCATORE:

Per capire quali sono le buone pratiche di comunicazione su questo tema, dobbiamo partire dal concetto di **stereotipo**.

Lo stereotipo è un'idea preconcepita, ricorrente e convenzionale, un insieme rigido di convinzioni trasmesse socialmente all'interno di una cultura di riferimento, su quali sono e devono essere comportamenti, ruoli, occupazioni, tratti, aspetto fisico di una persona, in relazione alla sua appartenenza di genere. Gli stereotipi rischiano di limitare le opportunità delle persone riguardo a quali sono le loro aspirazioni e opportunità sociali e individuali e possono contribuire alla creazione di discriminazioni di genere. Ad esempio: donne che fanno i lavori domestici e uomini che guardano lo sport in TV, donne che si prendono cura dei bambini e uomini che vanno a lavorare, ecc.



L'INSEGNANTE / EDUCATORE FA RIFLETTERE I PARTECIPANTI SUGLI STEREOTIPI.



TRACCIA PER INSEGNANTE / EDUCATORE:

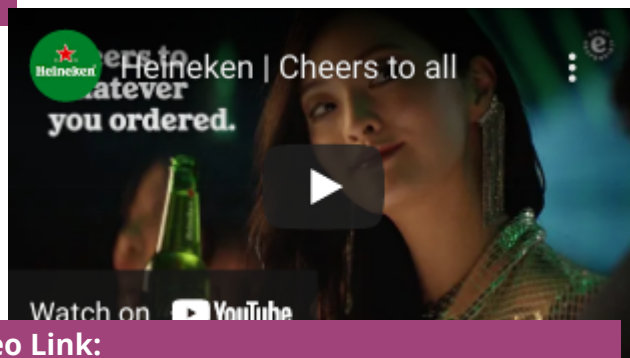
Probabilmente sin da quando eri bambino, hai sperimentato stereotipi di genere. Per esempio:

- colore blu per i maschi e rosa per le femmine
- i ragazzi giocano con i trattori e le ragazze con le bambole
- la mamma pulisce la casa e il papà usa il trapano

L'insegnante / educatore chiede ai partecipanti di fare alcuni ulteriori esempi.

PROMEMORIA PER INSEGNANTE / EDUCATORE

Lycia, accusata di aver proposto una pubblicità sessista, si è scusata dicendo "Non era nostra intenzione offendere nessuno, anzi volevamo suscitare l'effetto opposto: ironizzare leggermente sui cliché e sugli stereotipi di genere, solo per esorcizzarli". Se c'è ancora tempo, l'insegnante / educatore mostra il seguente video:



Video Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=dD6r53DWxwk>

PER INCORAGGIARE IL DIBATTITO TRA I PARTECIPANTI PUÒ UTILIZZARE LE SEGUENTI DOMANDE.

TRACCIA PER INSEGNANTE / EDUCATORE:



- Cosa ti colpisce di più in questo spot?
 - Che tipo di messaggio intende trasmettere?
- Pensi che questo tipo di comunicazione sia efficace?

In questo spot la discriminazione sta nel fatto che i camerieri danno per scontato che la birra (stereotipo maschile) sia da uomo e che il cocktail (soprattutto se rosa) sia da donna (così come l'insalata è per le donne e l'hamburger è per gli uomini), quando in realtà non è assolutamente vero. Lo scopo è far capire ai partecipanti che questa pubblicità è un esempio di come possiamo invertire gli stereotipi, per deriderli e diffondere nuovi concetti.



Fase Reader



15 minuti

Strumenti

- PC
- Connessione Internet
- Piattaforma Online per condividere lo schermo

ONLINE



**Attività relativa
all'opzione "online"**

L'insegnante / educatore condivide il proprio schermo con i partecipanti e mostra l'immagine relativa alla campagna "Wo / MaN" di Lycia, prodotti cosmetici e per la cura della persona (2016), incentrata sugli stereotipi di genere.

Quindi segue le istruzioni dell'attività in presenza. Per facilitare un'implementazione efficace, i partecipanti possono disattivare il microfono e aprirlo solo quando vogliono dire qualcosa.

Anche al fine di mostrare il video, l'insegnante / educatore condivide il proprio schermo con i partecipanti e poi segue le istruzioni dell'attività faccia a faccia.

7.3 Buone pratiche ed errori comuni



Fase User



30 minuti

Strumenti

- PC e proiettore
- Connessione Internet

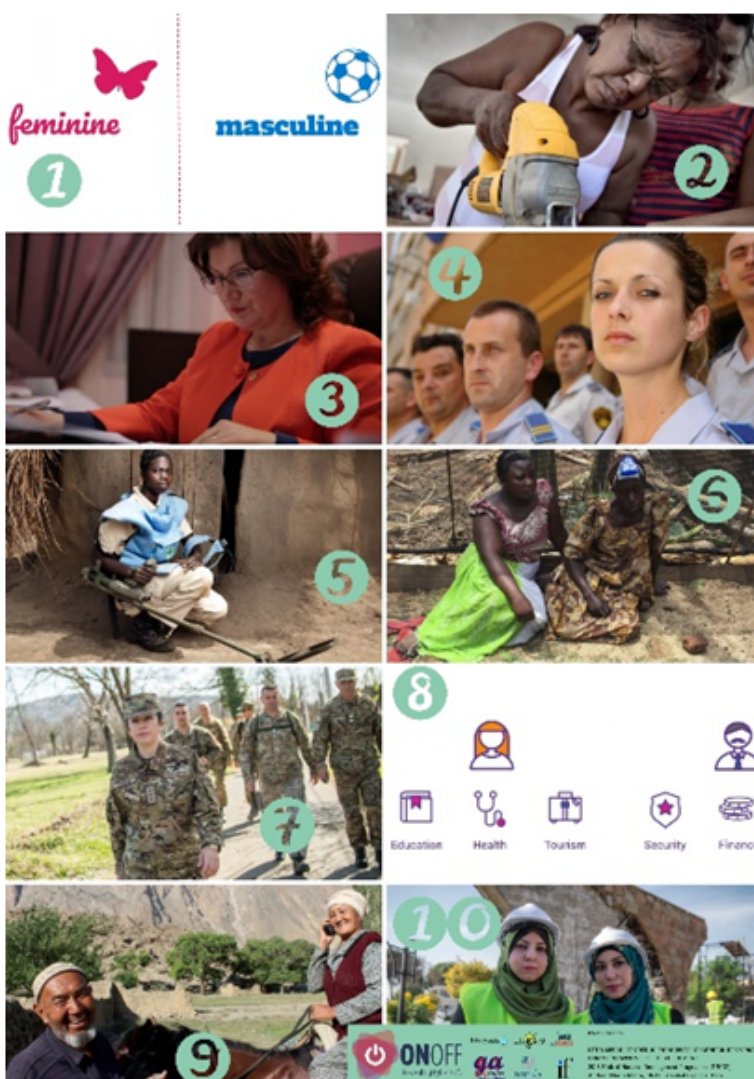
OFFLINE



Attività relativa
all'opzione
"in presenza"

L'insegnante / educatore mostra la serie di immagini denominate "Buoni e cattivi esempi" sulle buone e cattive pratiche nella comunicazione.

Tutte le immagini sono tratte dal rapporto dell'UNDP (Programma delle Nazioni Unite per lo sviluppo) "Let's speak Gender. 10 principles of gender-responsive communications for development" (2018) (ovvero "Parliamo di Genere. 10 principi di comunicazione sensibile al genere per lo sviluppo"). Questo rapporto si è concentrato su come la comunicazione può rafforzare o sovvertire le disuguaglianze di genere. L'obiettivo è eliminare la discriminazione basata sul genere e gli stereotipi di genere in tutti i settori della vita. I partecipanti vedono solo la serie di immagini (che sono numerate da 1 a 10), mentre l'insegnante / educatore ha un foglio aggiuntivo con input sul motivo per cui le immagini possono essere considerate esempi buoni o cattivi. L'insegnante / educatore chiede ai partecipanti di dividere le immagini in due categorie: esempi positivi ed errori comuni. Quindi, per ogni immagine, l'insegnante / educatore chiede ai partecipanti di alzare la mano per votare se, secondo i partecipanti, si basano su stereotipi e / o discriminazioni o meno. Inoltre, chiede loro di motivare il motivo per cui hanno scelto un'opzione invece dell'altra. Quindi spiega se si tratta effettivamente di un esempio positivo o negativo e perché. Quando tutte le immagini sono state classificate come buone pratiche o errori comuni, l'insegnante / educatore incoraggia il dibattito tra i partecipanti con le seguenti domande.





Traccia per insegnante / educatore:



- Quali elementi determinano che un'immagine sia un esempio positivo o negativo?
- Se una donna viene ritratta mentre sta cucendo, è sempre sbagliato?
- Come ci si sente a vedere la signora svolgere un'attività considerata tipicamente maschile (Foto n. 2)? È strano?
- Sei più sorpreso quando vedi i buoni esempi (stereotipi invertiti) o i cattivi esempi (con stereotipi)?
- Quale immagine ti fa riflettere di più?



Fase User



30 minuti

Strumenti

- PC
- Connessione Internet
- Piattaforma Online per condividere lo schermo

ONLINE





Attività relativa
all'opzione "online"

L'insegnante / educatore condivide il proprio schermo con i partecipanti e mostra la serie di immagini sulle buone e cattive pratiche nella comunicazione. Quindi segue le istruzioni dell'attività faccia a faccia. Per facilitare un'implementazione efficace, i partecipanti possono disattivare il microfono e aprirlo solo quando vogliono dire qualcosa.



7.4 Cambia il tuo punto di vista

**Fase Critic**  **30 minuti**

Strumenti

- PC
- Proiettore
- Connessione Internet



**Attività relativa
all'opzione
"in presenza"**

L'insegnante / educatore mostra l'immagine "Budweiser 1", ovvero una pubblicità sulla birra e chiede ai partecipanti di commentarla.

Traccia per insegnante / educatore:

- Cosa viene mostrato in questa foto?
- Quando la vedi, come ti senti?
- Percepisci qualcosa di "sbagliato" o "disuguale"?

Quindi l'insegnante / educatore mostra l'immagine "Budweiser 2", che mostra la prima immagine insieme a un'altra pubblicità della stessa azienda. Entrambi ritraggono una donna, ma in situazioni diverse.

1



2



Adesso si chiede ai partecipanti di approfondire il dibattito.



Traccia per insegnante / educatore:

- Cosa viene mostrato nella seconda immagine?
- Come sono ritratti la donna e l'uomo?
- Quali sono le idee alla base della rappresentazione dei due generi nella prima immagine? E nella seconda?
- Ora percepisci qualche stereotipo in una delle foto? Hai provato lo stesso quando hai visto la prima foto per la prima volta?
- Se la tua percezione è cambiata quando hai visto la seconda foto, cosa significa?

L'obiettivo è far riflettere i partecipanti sul fatto che spesso siamo così abituati agli stereotipi da non percepirli come tali. Solo quando troviamo modi diversi e più equi per rappresentare le donne e gli uomini e la loro relazione, notiamo una discriminazione di cui non ci rendevamo conto prima.

Queste due immagini fanno parte di una campagna realizzata da Budweiser nel 2019 per reinventare alcune delle sue pubblicità sessiste pubblicate negli anni '50 e '60 per ritrarre le donne in una luce più positiva, indipendente e contemporanea. Nella prima immagine una donna sta versando una birra al marito mentre lavora ed è stata trasformata in un'immagine in cui la stessa coppia sta compiendo un trasloco insieme.

L'azienda spiega: "Il nostro Paese e la nostra cultura si sono evoluti nel tempo e la pubblicità dovrebbe riflettere questo. Questo è il motivo per cui quest'anno, in onore della Giornata internazionale della donna, stiamo reinventando le nostre pubblicità del passato per rappresentare meglio l'equilibrio e l'empowerment".



Fase Critic



30 minuti

Strumenti

- PC
- Connessione Internet




**Attività relativa
all'opzione "online"**

L'insegnante / educatore condivide il proprio schermo con i partecipanti e mostra l'immagine "Budweiser 1" e poi "Budweiser 2".


Quindi segue le istruzioni dell'attività faccia a faccia.

Per facilitare un'implementazione efficace, i partecipanti possono disattivare il microfono e aprirlo solo quando vogliono dire qualcosa.

7.5 #LikeAGirl



Fase Evaluator



30 minuti

Strumenti

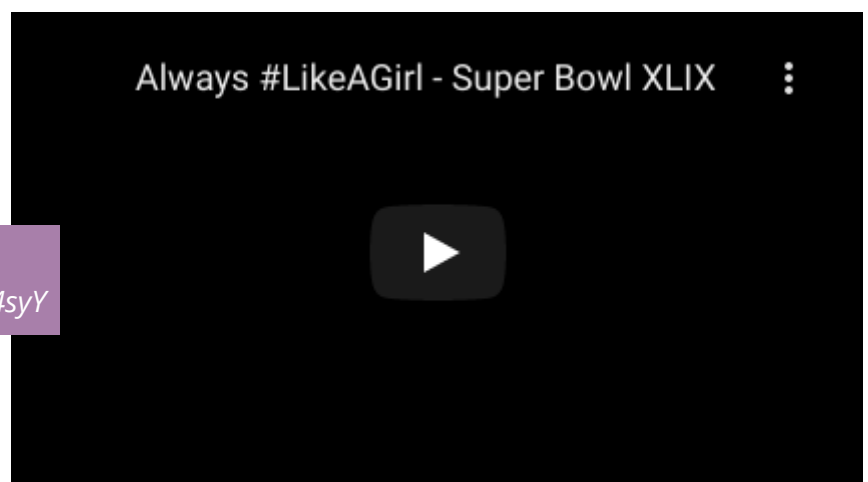
- PC
- Proiettore
- Connessione Internet



L'insegnante / educatore chiede ai partecipanti di "correre come una ragazza", "combattere come una ragazza", "lanciare come una ragazza". Quindi, mostra il video:

Video Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=ylxA3o84syY>



Questo video ha vinto i Facebook Studio Awards che premia il miglior lavoro creativo su Facebook. È la campagna di comunicazione “#LikeAGirl”. Il video è realizzato dall'agenzia Leo Burnett per Always, brand di prodotti per l'igiene femminile. Il video mostra dei giovani, comprese delle ragazze, a cui viene chiesto di "correre come una ragazza", "combattere come una ragazza", "lanciare come una ragazza". E tutti lo fanno in modo goffo e impacciato. Anche alle bambine più piccole viene chiesto di fare lo stesso e quando lo fanno, sono più naturali.

L'idea di Lauren Greenfield, la documentarista che ha sviluppato l'idea, era di dimostrare che durante la pubertà le ragazze tendono a perdere fiducia. Anni di esposizione alla comunicazione diretta e indiretta basata su stereotipi di genere influenzano la loro percezione di ciò che significa "come una ragazza". Siamo infatti invasi da messaggi che diffondono differenze di genere, come ad esempio che leadership, potere e forza sono per gli uomini, non per le donne.

Questi stereotipi si cristallizzano inevitabilmente nelle percezioni di sé delle ragazze e influenzano i loro comportamenti. Alla fine del video, l'insegnante / educatore incoraggia un dibattito.

Traccia per insegnante / educatore:

- Come ti sei comportato quando ti ho chiesto di "correre come una ragazza", "combattere come una ragazza", "lanciare come una ragazza"?
- Come si comportano le persone nel video?
- Esistono due tipi principali di comportamento: chi fa cosa? Qual è la differenza tra i due gruppi?
- Perché le ragazze più grandi corrono, combattono e lanciano in modo goffo e impacciato mentre le bambine più piccole sono più naturali?
- Perché c'è questo cambiamento di percezione durante la loro crescita?

Se hai tempo, puoi anche fare la seguente domanda:

- Perché il bambino, a un certo punto, dice che quel comportamento insulta le ragazze, ma non sua sorella?

Qui vogliamo che i partecipanti capiscano che a volte non abbiamo la percezione che accettare o diffondere stereotipi di genere sia un'offesa verso l'intero genere e quindi a tutti coloro che vi appartengono. Pertanto, per capire se una frase o un comportamento è discriminatorio e offensivo, non dovremmo pensarci in termini generali, ma dovremmo invece applicarlo a qualcuno che amiamo (nostra madre, nostra sorella, la nostra ragazza) e pensare a come ci sentiamo.

Quindi l'insegnante / educatore pone alcune domande finali ai partecipanti.

Traccia per insegnante / educatore:

- Nelle ultime due ore è cambiato qualcosa nel tuo modo di vedere la comunicazione?
- Come pensi che questo possa influenzare la tua vita quotidiana?
- Pensi che in futuro sarai più propenso a prestare attenzione se una pubblicità nasconde degli stereotipi?



Fase Evaluator



25 minuti

Strumenti

- PC
- Connessione Internet



**Attività relativa
all'opzione "online"**

L'insegnante / educatore segue le istruzioni dell'attività in presenza. Condivide il proprio schermo con i partecipanti per mostrare il video. Per facilitare un'implementazione efficace, i partecipanti possono disattivare il microfono e aprirlo solo quando vogliono dire qualcosa.