

gender
media
education

EMERGE



PUBBLICITÀ E STEREOTIPI DI GENERE NEL TEMPO ANALIZZATI ATTRAVERSO VIDEO E PADLET

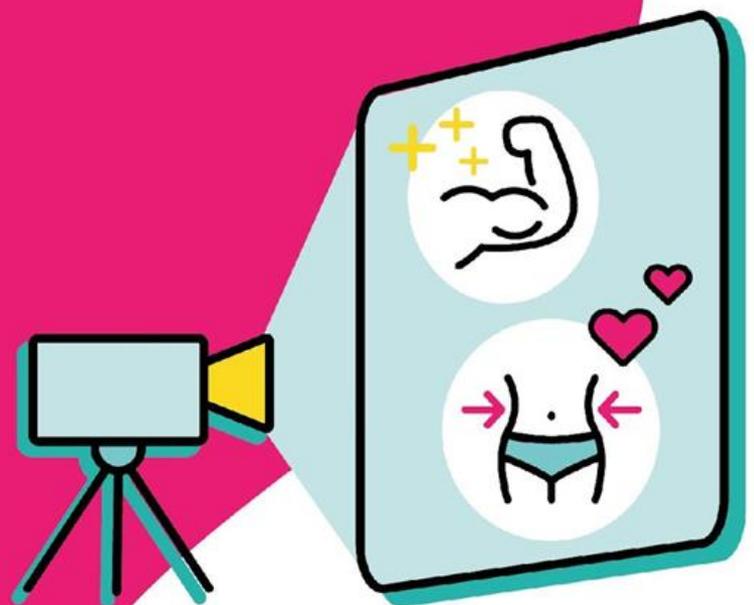
Toolkit per la media education sulle
questioni di genere nei media e nella
cultura pop

Autori / Collaboratori:

Daniela Sortino, Paola Macaluso, Dario
Ferrigno, Marina Sajeva, Valentina
Bonsangue, Carmen Rotolo, Graziella
Lazzara

Supervisione:

Gianna Cappello, Università di Palermo



Attraverso un confronto tra gli spot pubblicitari degli anni '90 e quelli contemporanei, questa proposta guida gli studenti a comprendere la permanenza e/o i cambiamenti degli stereotipi di genere nella comunicazione mediale e a identificarli. Gli studenti collaborano poi alla creazione di proprie produzioni medialie per riflettere su una diversa rappresentazione di genere nei media e per valutarle.

OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

- comprendere e utilizzare i concetti di stereotipo, pregiudizio, rappresentazione di genere, cultura pop
- Riflettere sui propri pregiudizi
- Identificare gli stereotipi di genere nelle produzioni medialie di diverse epoche
- analizzare un prodotto audiovisivo/mediale utilizzando il [modello di analisi delle 6 dimensioni della media education](#)
- approcciare in modo critico le produzioni medialie
- creare una produzione mediale contro gli stereotipi di genere
- valutare un prodotto mediale

CAPACITÀ E COMPETENZE DEGLI STUDENTI

Nella fase introduttiva e di analisi gli studenti:

- acquisiscono familiarità con i concetti chiave
- osservano e distinguono le rappresentazioni di genere nelle pubblicità di diverse epoche
- effettuano un'analisi guidata di uno spot secondo il modello delle 6 dimensioni della media education
- identificano negli spot proposti cosa viene raccontato e come viene raccontato sulle rappresentazioni di genere

Nella fase creativa gli studenti:

- cercano spot pubblicitari contemporanei da analizzare
- creano un prodotto mediale per analizzare gli spot selezionati e giustificano le proprie scelte

Come attività di debriefing e valutazione gli studenti:

- presentano i propri prodotti all'insegnante e ai compagni di classe
- riflettono sui concetti chiave
- si valutano da soli o tra pari (attraverso rubriche e post su Jamboard/Padlet/Lino.it)



Discipline coinvolte

Italiano, Lingue straniere, Arte, Tecnologia, Educazione civica, Storia e scienze sociali



Grado scolastico

Scuola secondaria di I grado – Biennio della secondaria di II grado



Tempo

8 ore. A seconda delle conoscenze pregresse degli studenti e del contesto di apprendimento, le unità possono essere ridotte a 4 ore.

METODOLOGIE DIDATTICHE

- Lezione partecipativa
- Apprendimento basato su progetti
- Apprendimento collaborativo
- Learning by doing
- Problem solving
- Casi studio
- Brainstorming
- Presentazioni
- Lavori di gruppo
- Analisi testuale
- Analisi comparativa
- Revisione tra pari
- Public speaking

CONOSCENZE E COMPETENZE PREGRESSE

Conoscenze

- Vari linguaggi: linguaggi verbali e non verbali (visivi, sonori, linguaggio del viso e del corpo, elementi paratestuali...)
- Elementi di analisi del testo
- Il modello di comunicazione di Jakobson

Competenze

- Riconoscere i fattori della comunicazione
- Differenziare il significato denotativo da quello connotativo
- Differenziare il testo dal discorso/ideologia
- Contestualizzazione
- Editing multimediale
- Competenze digitali

RUOLO DEGLI STUDENTI

- Gli studenti fanno un brainstorming degli stereotipi di genere e si esercitano a identificarli nelle pubblicità di diversi periodi storici.
- Successivamente, divisi in gruppi, gli studenti scelgono gli spot da analizzare per analogia e per contrasto, e realizzano una produzione mediale che condividono sotto forma di video o di Padlet.

RISORSE

- [Donne e pubblicità a metà del 20° secolo \(ITA\)](#)
- [L'evoluzione dei pregiudizi di genere nella pubblicità \(ITA\)](#)
- [Il modello delle 6 dimensioni della media education](#)
- [Donne e pubblicità a metà del 20° secolo \(ENG\)](#)
- [L'evoluzione dei pregiudizi di genere nella pubblicità \(ENG\)](#)
- [Il modello delle 6 dimensioni della media education \(ENG\)](#)

STRUMENTI TECNICI

- Lavagna digitale, notebook o dispositivi personali come tablet o smartphone, internet.
- Spazio di lavoro Google: Meet, Form, Drive, Classroom, Jamboard
- Applicazioni PowerPoint e web per presentazioni, valutazioni e condivisioni: Padlet, Canva, Prezi, Linoit, Keynote, Wakelet, Mentimeter

SINTESI DELLO SCENARIO DI APPRENDIMENTO

Per rompere il ghiaccio, l'insegnante pone agli studenti alcune domande per coinvolgerli nell'argomento. Poi gli studenti guardano i filmati pubblicitari e condividono le loro intuizioni.

Vengono introdotti il modello di analisi a 6 dimensioni dei prodotti mediali e i concetti chiave dei potenziali stereotipi nella rappresentazione di genere nei media. Gli studenti sono guidati a identificare esempi di stereotipi e pregiudizi di genere in spot pubblicitari di diversi periodi seguendo il modello di analisi.

Vengono introdotti una sintesi dell'analisi testuale e i concetti di denotazione e connotazione (a seconda del grado). Vengono presentati alcuni spot pubblicitari e gli studenti lavorano alla loro analisi testuale con domande guidate.

Gli studenti lavorano in team per selezionare spot pubblicitari contemporanei e creare i loro prodotti mediali da una prospettiva critica.

Come fase finale, i gruppi di lavoro presentano i loro prodotti alla classe, riflettono sui concetti chiave, condividono le loro scoperte per promuovere una corretta o migliore rappresentazione di genere nei media e valutano le produzioni degli altri gruppi.

FOCALIZZAZIONE DELL'ATTENZIONE / EVENTO SCATENANTE

Risorse online sulle questioni di genere nella pubblicità

[Moda e pubblicità in Italia 1850-1950 \(ITA\)](#)

[Evoluzione della donna nella pubblicità \(ITA\)](#)

[Women and advertising \(ENG\)](#)

[Evolution of gender bias in advertising \(ENG\)](#)

STRUTTURA DELLO SCENARIO DI APPRENDIMENTO

Introduzione

Gli studenti sono invitati a guardare un video sulle questioni di genere nella pubblicità e a citare esempi di pubblicità significativa nella loro esperienza.

Attività

1. Presentazione dei concetti chiave sulla rappresentazione di genere e sui media, esplorazione dei prodotti mediali e brainstorming sulle preconcoscenze dell'analisi del testo;
2. Esplorazione e analisi di esempi alla ricerca di possibili rappresentazioni stereotipate e distorte, riflessione individuale e restituzione;
3. Produzione creativa e collaborativa; condivisione dei lavori di gruppo e di metodi e strumenti per la produzione digitale;
4. Valutazione (anche tra pari) e riflessione critica sui prodotti creativi.

Conclusione

Auto-riflessione, acquisizione di consapevolezza dell'influenza dei media sulla nostra percezione del mondo e delle implicazioni delle rappresentazioni di genere nei media, attivazione di capacità critiche per la decostruzione di eventuali stereotipi e pregiudizi.

RIFLESSIONE

Strumenti e domande per incoraggiare la riflessione:

- Google Form, Jamboard, Padlet
- Modello a 6 dimensioni di analisi critica dei prodotti mediali
- Le Cinque W
- Domande aperte
- Modelli di autovalutazione dello studente - Vedere le appendici dell'unità 4.

VALUTAZIONE

Valutazione quantitativa per valutare l'acquisizione di contenuti e concetti da parte degli studenti (modulo online, Quizziz, Socrative,...)

Valutazione qualitativa per rilevare il grado di consapevolezza e padronanza dei processi di sviluppo del prodotto (Jamboard, Padlet, Linoit, Mentimeter...)

Autovalutazione finale dei processi e dei prodotti mediali (rubriche, modulo online, Jamboard, discussioni...).

DIFFUSIONE

Diffusione delle produzioni mediali degli studenti attraverso:

- mostre o concorsi scolastici
- sito web della scuola
- social media scolastici
- etichette con QRCode per il feedback

Struttura dello scenario di apprendimento



UNITÀ 1



DURATA: 2 ore

PUBBLICITÀ E GENERE: UNA RELAZIONE COMPLICATA

Attività principali

- Guardare i video
- Agli studenti vengono richiesti esempi di pubblicità significativa nella loro esperienza
- Introduzione ai concetti chiave: rappresentazione del genere, cultura pop, stereotipo, pregiudizio, discriminazione
- Presentazione del modello di analisi a 6 dimensioni della media education
- identificazione dei concetti chiave e analisi guidata degli spot secondo il modello di analisi



UNITÀ 2



DURATA: 2 ore

LO SPOT RACCONTA...

Attività principali

- Sintesi delle preconcoscenze dell'analisi del testo e dei concetti di denotazione e connotazione (a seconda del grado scolastico)
- Guardare i video
- Analisi testuale degli spot selezionati sulla base delle domande-guida



UNITÀ 3



DURATA: 2,5 ore

SMANTELLARE GLI STEREOTIPI DI GENERE NELLA PUBBLICITÀ

Ricerca, selezione e produzione

Attività principali

- Ricercare spot recenti sugli stereotipi di genere
- Effettuare una selezione ragionata
- Creare un prodotto mediale (presentazione digitale, Padlet, digital storytelling) da una prospettiva critica
- Motivare le scelte



UNITÀ 4



DURATA: 1,5 ore

CONDIVIDERE, RIFLETTERE E VALUTARE

Attività principali

- Presentazione dei risultati di ciascun gruppo
- Riflessione sui concetti chiave
- Auto-riflessione sui propri pregiudizi
- Valutazione tra pari

UNITÀ N° 1 Pubblicità e genere: una relazione complicata

DURATA: 2 ore

Descrizione

L'unità affronta i concetti chiave della rappresentazione di genere nella pubblicità attraverso il modello di analisi delle 6 dimensioni e l'identificazione e l'analisi guidata di spot pubblicitari riguardanti le questioni di genere.

Obiettivi specifici

- Comprendere i concetti di rappresentazione di genere, cultura pop, stereotipo, pregiudizio, discriminazione
- Identificare gli stereotipi di genere nelle produzioni medialiali
- Analizzare, in modo guidato, un prodotto audiovisivo/mediale utilizzando il modello delle 6 dimensioni

Valutazione

Valutazione formativa: agli studenti viene chiesto di indagare la permanenza e/o i cambiamenti degli stereotipi di genere nella comunicazione di massa, confrontando esempi passati e presenti attraverso una discussione o una tabella comparativa.

Strumenti tecnici

Lavagna digitale, video di YouTube, spazio di lavoro o archivio condiviso online, applicazioni web per il lavoro collaborativo, quaderni o dispositivi personali.

INTRODUZIONE

Durata: 30 minuti

Metodi didattici: presentazione video, brainstorming, discussione.

Istruzioni agli studenti: l'insegnante mostra pagine web e video di YouTube sulla rappresentazione delle donne nella pubblicità

[Moda e pubblicità in Italia 1850-1950 \(ITA\)](#)

[Evoluzione della donna nella pubblicità \(ITA\)](#)

[Women and advertising \(ENG\)](#)

[Evolution of gender bias in advertising \(ENG\)](#)

L'insegnante invita gli studenti a riflettere sulle categorie, i linguaggi e le rappresentazioni della pubblicità

Citate una pubblicità che vi ha colpito e specificate:

- a chi è rivolta?
- che messaggio trasmette?
- che linguaggio usa?

L'insegnante raccoglie le risposte degli studenti su una lavagna digitale per discuterle

Risorse didattiche:

scheda digitale

pagine web e video di YouTube

[Moda e pubblicità in Italia 1850-1950 \(ITA\)](#)

[Evoluzione della donna nella pubblicità \(ITA\)](#)

[Women and advertising \(ENG\)](#)

[Evolution of gender bias in advertising \(ENG\)](#)

ATTIVITÀ 1

Durata: 30 minuti

Metodi didattici Apprendimento basato su progetti e brainstorming

Istruzioni per gli studenti:

L'insegnante mostra il modello di analisi delle 6 dimensioni dei prodotti medialiali. Agli studenti viene chiesto di applicarlo all'analisi dei prodotti medialiali nelle attività successive.

L'insegnante presenta i concetti chiave: rappresentazione del genere, cultura pop, stereotipo, pregiudizio, discriminazione. Agli studenti viene chiesto di riflettere e contribuire a definire questi concetti in una risorsa condivisa.

Risorse didattiche:

[le 6 dimensioni della media education](#), lavagna digitale, Jamboard / Padlet / Linoit, per raccogliere le risposte degli studenti; riferimenti al corso online eMerge o al dizionario (digitale) per verificare le definizioni delle parole

UNITÀ N° 1

ATTIVITÀ 2

Esplorazione e analisi guidata

Durata: 40 minuti

Metodi didattici: Presentazione video, imparare facendo, studio di casi, lavoro di gruppo.

Istruzioni agli studenti: l'insegnante mostra tre video di YouTube sulla pubblicità. Poi gli studenti vengono raggruppati in base allo spot da analizzare e guidati ad applicare il modello delle 6 dimensioni, identificando la rappresentazione di genere e gli eventuali stereotipi in esso presenti.

Risorse didattiche:

Video di YouTube:

- [10 spot storici degli anni '90](#)
- [pubblicità sessista dei giocattoli](#)
- [Pubblicità Valfrutta, non sessista](#)

Strumenti:

- Google Drive, Dropbox, Jamboard, Padlet

Domande guida del modello a 6 dimensioni dell'analisi critica dei prodotti medial

1. Categoria: A quale medium o genere appartiene?
2. Mittente/Produttore: Chi sta comunicando e perché? Chi è l'emittente e quali sono le sue intenzioni?
3. Destinatari: Chi è il pubblico di riferimento?
4. Tecnologie: Come funziona la tecnologia? Che cosa permette questo tipo di tecnologia? Come viene utilizzata?
5. Linguaggio: Come viene formulato il messaggio dei media? Che tipo di linguaggio viene utilizzato?
6. Rappresentazione: Come i testi medial presentano i loro argomenti? Che tipo di rappresentazioni o stereotipi ci sono?

CONCLUSIONE

Condivisione, valutazione e feedback

Durata: 20 min

Metodi didattici: valutazione qualitativa, feedback, lavoro di gruppo.

Istruzioni agli studenti: un portavoce per ogni gruppo presenta l'analisi svolta; ogni gruppo riceve un feedback dall'insegnante.

Risorse didattiche: Lavagna digitale, spazio di lavoro online condiviso: Drive, Dropbox, Padlet, Wakelet

Classificazione e feedback

Durata: 20 min

Metodi didattici: valutazione, feedback, lavoro di gruppo.

Istruzioni per gli studenti: agli studenti viene chiesto di selezionare e scrivere in una tabella a due colonne quali spot pubblicitari rafforzano gli stereotipi di genere e quali no; segue il feedback finale dell'insegnante.

Risorse didattiche:

Lavagna digitale, spazio di lavoro online condiviso, tabella a due colonne (Google Doc),

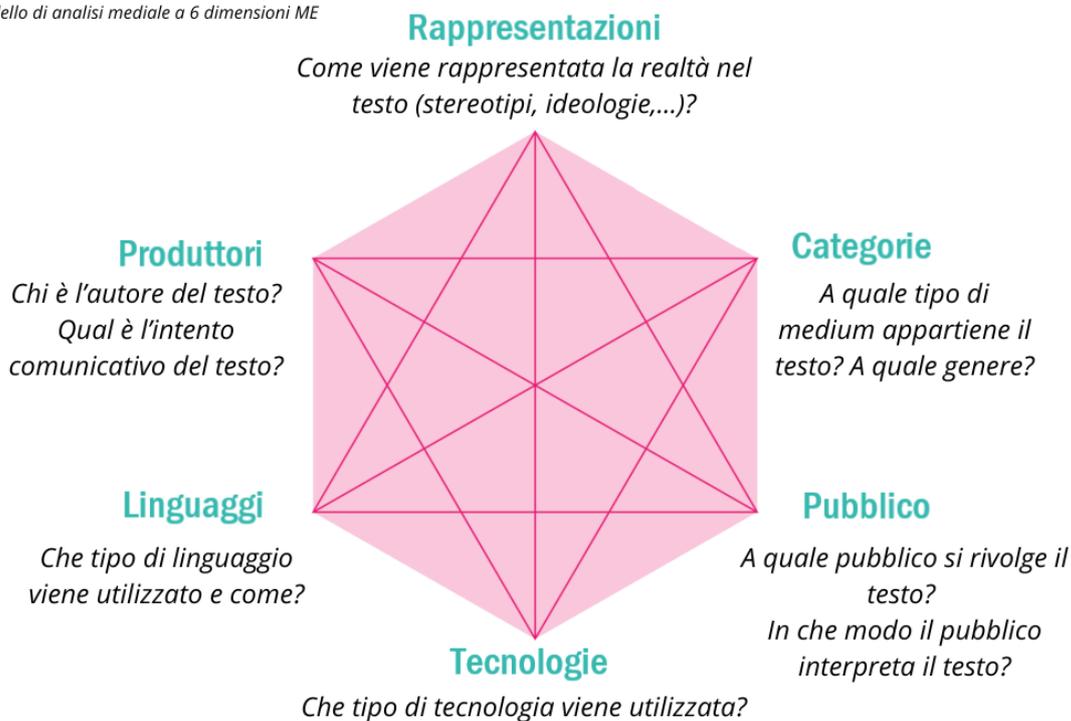
Video di YouTube:

- [10 spot storici degli anni '90](#)
- [pubblicità sessista dei giocattoli](#)
- [Pubblicità Valfrutta, non sessista](#)

APPENDICI

Il modello a 6 dimensioni della media education

Modello di analisi mediale a 6 dimensioni ME



APPENDICI

Esempi di rappresentazione del genere nei media
<http://bit.ly/3iFsgtF>



Tabella di classificazione degli spot

Rafforzare gli stereotipi di genere	Smantellare gli stereotipi di genere

UNITÀ N° 2 La pubblicità racconta...

DURATA: 2 ore

Descrizione

L'Unità 2 mira a sviluppare le capacità di analisi critica: l'insegnante mostra video di spot pubblicitari in cui gli studenti devono individuare "cosa ci dice ciascuno" e "come ce lo dice", quindi si esercitano in attività di analisi del testo.

Obiettivi specifici

- Identificare gli stereotipi di genere nelle produzioni medialie come gli spot pubblicitari
- Approcciare in modo critico le produzioni medialie

Valutazione

Agli studenti viene chiesto di analizzare uno spot pubblicitario da un punto di vista denotativo e connotativo e di sviluppare una valutazione critica degli stereotipi positivi e/o negativi in esso presenti.

Strumenti tecnici

Lavagna digitale, video di YouTube, spazio di lavoro o archivio condiviso online, applicazioni web per il lavoro collaborativo, notebook o dispositivi personali.

INTRODUZIONE

Durata: 30 minuti

Metodi didattici: brainstorming sulle preconoscenze dell'analisi del testo e sul significato di denotazione e connotazione.

Istruzioni per gli studenti: agli studenti viene chiesto di fare un brainstorming su questi concetti.

Risorse didattiche: Lavagna digitale, Mentimeter, raccolta di esempi di denotazione e connotazione (vedi appendici).

ATTIVITÀ

Durata: 30 minuti

Metodi didattici: Presentazione video, discussione, riflessione, apprendimento attraverso la pratica.

Istruzioni per gli studenti: gli insegnanti invitano gli studenti a guardare la *pubblicità di Chanel n.5* due volte. La seconda volta viene chiesto agli studenti di identificare la storia dello spot.

Risorse didattiche:

- [Chanel n.5 commerciale](#)

Durata: 40 minuti

Metodi didattici: Presentazione di video, discussione, analisi, lavoro di gruppo, riflessione, apprendimento collaborativo, learning by doing.

Istruzioni agli studenti: Gli studenti devono scegliere uno degli spot selezionati e analizzarlo in base a domande guidate.

Risorse didattiche:

- [Chanel n.5 commerciale](#)
- [Armani uomo](#)
- [Armani donna](#)

ATTIVITÀ (2/2)

Domande guida per l'analisi della pubblicità

1. **Denotazione:** Identificare tutto ciò che si vede nello spot (le ambientazioni, il linguaggio del corpo, l'uso del bianco e nero e/o del colore e delle luci, i tipi di inquadratura, la composizione, il ritmo del montaggio, ecc.) e ciò che si sente (musica, effetti sonori, dialoghi, uso di pause e/o silenzi, ecc.)
2. **Connotazione:** Identificare le connotazioni degli elementi testuali identificati a livello denotativo. Ad esempio, riflettete sul modo in cui i colori, le luci e l'assemblaggio dei materiali creano una particolare atmosfera o influenzano emotivamente lo spettatore. Che tipo di significati sono evocati dal modo in cui i personaggi sono vestiti, dalla musica e dagli effetti sonori o dalle ambientazioni?

CONCLUSIONE

Durata: 20 min

Metodi didattici: Valutazione, riflessione

Istruzioni per gli studenti: agli studenti viene chiesto di identificare i valori e gli stereotipi presenti nello stesso spot.

Risorse didattiche: valutazione qualitativa attraverso

Domande guida

Valori e stereotipi: Identificate i valori e le ideologie rappresentati nel testo ed esprimete il vostro giudizio. Che tipo di associazioni con qualità positive o negative o stereotipi potete fare dopo aver esaminato il testo a livello denotativo e connotativo?

APPENDICI

Modelli di analisi letteraria e mappe mentali
<http://bit.ly/3OZC3Hc>



Definizioni ed esempi di denotazione e connotazione
<http://bit.ly/3EZmwCN>



UNITÀ N° 3 Smantellare gli stereotipi di genere nella pubblicità

DURATA: 2,5 ore

Descrizione

In questa unità gli studenti sono coinvolti in lavori di gruppo per la produzione di video da una prospettiva critica.

Obiettivi specifici

- Identificare gli stereotipi di genere nelle produzioni medialti
- Approcciare in modo critico le produzioni medialti
- Creare una produzione mediale e motivare le scelte in relazione alla rappresentazione del genere e alla decostruzione degli stereotipi

Valutazione

Rubriche per la valutazione qualitativa di:

- Lavoro di gruppo
- Prodotti medialti secondo i criteri di design, contenuto, completezza, coerenza, presentazione

Strumenti tecnici

- Software per presentazioni: PowerPoint o Canva, Emaze, Prezi, Genial.ly

INTRODUZIONE

Durata: 20 minuti (in classe o a casa)

Metodi didattici lavoro di gruppo, apprendimento basato su progetti, apprendimento collaborativo, apprendimento attraverso la pratica.

Istruzioni per gli studenti: i gruppi di studenti devono cercare online pubblicità recenti, identificare gli stereotipi di genere e fare una selezione ragionata (da 2 a 5) di spot per analizzare le questioni di genere.

Risorse didattiche: motori di ricerca online, modelli di analisi letteraria e mappe (vedi appendici, facoltativo), esempi di rappresentazione di genere nella pubblicità (vedi appendici, facoltativo).

ATTIVITÀ

Durata: circa 120 minuti (in classe o a casa)

Metodi didattici: Lavoro di gruppo, apprendimento collaborativo, imparare facendo, analisi testuale, analisi comparativa.

Istruzioni agli studenti: ai gruppi viene chiesto di creare un prodotto mediale (presentazione, video, digital storytelling...), analizzando le rappresentazioni di genere e gli stereotipi trovati e motivando le loro scelte.

Risorse didattiche: software per presentazioni online

CONCLUSIONE

Durata: 10 minuti (in classe o a casa)

Metodi didattici: Lavoro di gruppo, apprendimento collaborativo, imparare facendo, analisi testuale, analisi comparativa.

Istruzioni agli studenti: ai gruppi di studenti viene chiesto di creare un Google Doc come "scheda informativa" del prodotto mediale con un titolo, un "riassunto in un Tweet", autori, classe, scuola, data, cinque parole chiave come tag da associare, ringraziamenti, biblio e sitografia (opzionale).

Risorse didattiche: Google Doc

APPENDICI

Modelli di analisi letteraria e mappe mentali

<http://bit.ly/3OZC3Hc>

Esempi di rappresentazione di genere nella pubblicità

<http://bit.ly/3VVAQDb>



UNITÀ N° 4 Condividere, riflettere e valutare

DURATA: 1,5 ore

Descrizione

Nell'unità finale, gli studenti sono guidati a riflettere sul percorso seguito e a valutare le attività svolte.

Obiettivi specifici

- Valutare gli stereotipi di genere nella cultura popolare
- Valutazione tra pari dei prodotti finali

Valutazione

- Valutazione tra pari della produzione mediale

Strumenti tecnici

- Repository condiviso online, lavagna digitale, dispositivi personali

INTRODUZIONE

Durata: 10 minuti *(in classe o a casa)*

Metodi didattici: Lavoro di gruppo, apprendimento basato su progetti

Istruzioni per gli studenti: ai gruppi di studenti viene chiesto di caricare il loro prodotto multimediale e il file dei ringraziamenti su un archivio condiviso online.

Risorse didattiche: Drive, Dropbox, Padlet, Wakelet, Classroom

ATTIVITÀ

Durata: 80 minuti *(o più, a seconda del numero di lavori degli studenti)*

Metodi didattici: Parlare in pubblico, presentazione, revisione tra pari, riflessione.

Istruzioni per gli studenti: Presentazione del prodotto mediale all'insegnante e ai compagni, riflessione sui concetti chiave.

Risorse didattiche: lavagna digitale, repository su cloud, rubriche

CONCLUSIONE

Durata: 30 minuti

Metodi didattici: Autovalutazione, Valutazione tra pari, Riflessione, Parlare in pubblico.

Istruzioni per gli studenti: agli studenti viene chiesto di valutare il prodotto delle altre squadre e di autovalutare il proprio.

Risorse didattiche: archivio condiviso online, rubriche

- Rubistar: strumento gratuito per aiutare gli insegnanti a creare rubriche di qualità <http://rubistar.4teachers.org/index.php>

APPENDICI

Strumento per la creazione di rubriche

<http://rubistar.4teachers.org/index.php>

Esempi di modelli di autovalutazione dello studente

[http://www.communication4all.co.uk/AFL/Think About.pdf](http://www.communication4all.co.uk/AFL/Think%20About.pdf)

<https://edtech4beginnerscom.files.wordpress.com/2018/04/lesson-reflection-questions.pdf>

Esempi di produzione mediale

[Analisi pubblicità sessiste](#)

[Analisi pubblicità contenenti stereotipi di genere](#)

[Analisi spot Chante-Clair](#)

[Analisi spot e stereotipi](#)

[Sintesi analisi produzione mediale](#)

[Analisi degli stereotipi di genere attraverso gli Spot Pubblicitari](#)