

PAROLE CHIAVE

STEREOTIPI, PREGIUDIZI, DIFFERENZE, IMMEDESIMAZIONE, MESSAGGI ED EMOZIONI

ATTIVITÀ

La pubblicità sui media veicola modelli identitari e comportamentali, individuali e collettivi, e contribuisce a fertilizzare o rendere sterile il terreno su cui può crescere una cultura di genere paritaria. Nella comunicazione si reiterano luoghi comuni, parole e frasi fatte, che nascondono un bisogno comunicativo implicito. Si analizzeranno spot, pubblicità, divulgati sia dalla carta stampata che dal web, per far emergere gli eventuali pregiudizi e stereotipi che sottendono alle differenze di genere. Attraverso attività di ricerca e condivisione sarete invitati a riflettere sull'immaginario di femminilità e di mascolinità che viene divulgato mediaticamente. Quest'attività darà lo spunto per esplorare il maschile e il femminile nel proprio vissuto e nella propria fantasia.

Suddividendo i partecipanti in gruppi di lavoro chiedete loro di cimentarsi, nella realizzazione di un proprio messaggio pubblicitario (foto/immagine e slogan), spot o cortometraggio, sulla parità di genere.

CONCLUSIONE

In plenaria, in classe, si condideranno i prodotti realizzati, confrontandosi e riflettendo insieme sui messaggi emersi. Sarà possibile realizzare proiezioni, mostre o altre forme di restituzione dei lavori realizzati a scuola.