Call2Nature

WP4 Attività connesse
Campagna online inclusiva

NUMERO DI RIFERIMENTO DEL PROGETTO:
2022-1-IT03-KA220-YOU-000085032

Co-funded by the European Union

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.

L'idea delle attività connesse è quella di integrare i moduli sviluppati, nonché di rispecchiare il manuale del WP3 per fornire ai formatori e ai giovani materiale per abbracciare il mondo digitale come strumento utile nel mondo fisico.

Queste "attività" possono essere un adattamento del WP3 al mondo digitale e riflettere sul modo in cui il mondo non virtuale possa conoscere meglio quello digitale come metodo per promuovere la natura e cambiare i nostri atteggiamenti.

Area di competenza	Il Networker verde		
Argomento	*Campagna online inclusiva*		
Competenze trasversali	□ LAVORO DI GRUPPO ☐ **PENSIERO CRITICO** □ RACCOLTA FONDI	☐ **EMPATIA E RISPETTO** □ BIODIVERSITA' □ OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE	□ SPIRITO DI INIZIATIVA □ LEADERSHIP □ INNOVAZIONE
Nome dell'attività	**Esplorare campagne online inclusive**		
Risultati dell'apprendimento	• Comprendere l'importanza di una rappresentanza inclusiva nelle campagne online • Analizzare le strategie utilizzate dalle aziende per rappresentare le minoranze in modo responsabilizzante. • Sviluppare capacità di pensiero critico discutendo l'impatto di tali campagne sulla società. • Migliorare la consapevolezza della diversità e dell'inclusione nel marketing e nella pubblicità.		

Co-funded by the European Union

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.

Metodologie usate	• Dialogo e discussione • Apprendimento tra pari • Campagna online
Descrizione	**Fase 1: Introduzione (10 minuti).** Inizia con una discussione sull'importanza di una rappresentanza inclusiva nelle campagne online. **Fase 2: guarda lo spot pubblicitario di Apple (5 minuti)** **Passaggio 3: discussione (20 minuti)** • In che modo la campagna di Apple rappresenta la diversità e l'inclusione? • Pensi che la rappresentazione delle minoranze nella campagna dia potere? Perché o perché no? • Quali elementi visivi o messaggi specifici della campagna contribuiscono alla sua inclusività? • In che modo la campagna di Apple sfida gli stereotipi o le rappresentazioni tradizionali dei gruppi minoritari? • Che impatto pensi che questa campagna potrebbe avere sugli spettatori, in particolare su quelli appartenenti alle comunità minoritarie? • Riesci a identificare eventuali critiche o carenze dell'approccio di Apple nel rappresentare la diversità in questa campagna? • Come trasmette Apple il suo messaggio di inclusività? • In che modo questa campagna è in sintonia con l'identità e i valori del marchio Apple? **Fase 5: fornire agli studenti il contesto dello spot pubblicitario della Pepsi (5 minuti)** Andato in onda poco dopo l'omicidio di George Floyd. Lo spot imita la protesta di Baton Rouge: famosa fotografia di Ieshia Evans che affronta la polizia e viene arrestata.

Co-funded by the European Union

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.

	Passaggio 5: guardare lo spot pubblicitario della Pepsi (5 minuti) **Fase 6: discussione (20 minuti)** • Qual è il messaggio o il tema centrale dello spot pubblicitario della Pepsi? • Come descrive lo spot il rapporto tra manifestanti e forze dell'ordine? • Quale simbolismo è presente nella scena in cui Kendall Jenner offre una Pepsi agli agenti di polizia? • Pensi che lo spot rappresenti accuratamente le dinamiche delle proteste nella vita reale e le interazioni con le forze dell'ordine? Perché o perché no? • Che ruolo gioca il sostegno delle celebrità nello spot? • In che modo i diversi segmenti di pubblico potrebbero interpretare lo spot pubblicitario in base alle proprie prospettive ed esperienze? • Lo spot banalizza o semplifica questioni sociali complesse come la brutalità e l'attivismo della polizia? Perché o perché no? • Come pensi che i membri del movimento Black Lives Matter potrebbero rispondere a questo spot? • Riesci a identificare eventuali conseguenze o critiche al messaggio dello spot pubblicitario? • Secondo te, cosa avrebbe potuto fare di diverso Pepsi per creare una pubblicità più rispettosa ed efficace attorno al tema dell'attivismo sociale? **Fase 7:** Discutere il ruolo dei consumatori nel contrastare le narrazioni dannose e nel sostenere una rappresentazione positiva.
Materiali obbligatori	Proiettore o schermo per visualizzare gli spot pubblicitari: Campagna Apple:

Co-funded by the European Union

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.

	https://www.youtube.com/watch?v=8sX9IEHWRJ8 Campagna Pepsi https://www.youtube.com/watch?v=uwvAgDCOdU4
Attività di valutazione / riflessione	Incoraggiare gli studenti a riflettere sull'importanza di sfidare le narrazioni dannose e promuovere l'inclusività nella pubblicità e nei media.
Risorse utili	

Co-funded by the European Union

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.

Call2Nature

NUMERO DI RIFERIMENTO DEL PROGETTO: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085032

Un progetto implementato da:

Co-funded by the European Union

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.