



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	<i>Campagna online inclusiva</i>			
Competenze trasversali	<input type="checkbox"/> LAVORO DI GRUPPO <input checked="" type="checkbox"/> PENSIERO CRITICO <input type="checkbox"/> RACCOLTA FONDI	<input type="checkbox"/> EMPATIA E RISPETTO <input type="checkbox"/> BIODIVERSITA' <input type="checkbox"/> OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE	<input type="checkbox"/> SPIRITO DI INIZIATIVA <input type="checkbox"/> LEADERSHIP <input type="checkbox"/> INNOVAZIONE	
Nome dell'attività	Esplorare campagne online inclusive			
Risultati dell'apprendimento	<ul style="list-style-type: none">• 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.			



Metodologie usate	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogo e discussione • Apprendimento tra pari • Campagna online
Descrizione <p>Fase 1: Introduzione (10 minuti). Inizia con una discussione sull'importanza di una rappresentanza inclusiva nelle campagne online.</p> <p>Fase 2: guarda lo spot pubblicitario di Apple (5 minuti)</p> <p>Passaggio 3: discussione (20 minuti)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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? <p>Fase 5: fornire agli studenti il contesto dello spot pubblicitario della Pepsi (5 minuti)</p> <p>Andato in onda poco dopo l'omicidio di George Floyd. Lo spot imita la protesta di Baton Rouge: famosa fotografia di leshia Evans che affronta la polizia e viene arrestata.</p>	



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

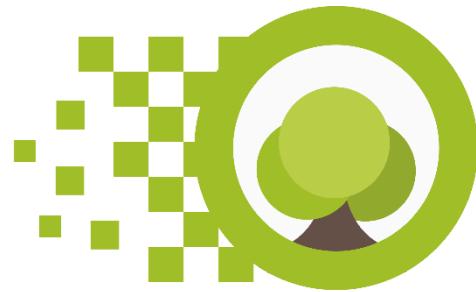
Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.



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.

	<p>https://www.youtube.com/watch?v=8sX9IEHWRJ8</p> <p>Campagna Pepsi</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=uwvAgDCOdU4</p>
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	



Call2Nature

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

Un progetto implementato da:



**Co-funded by
the European Union**