

B5624 - COMUNICAZIONE E GENERE

a.a. 2023-24

LEZIONI:

- **Modulo 1** prof.ssa **Saveria Capecchi**: **GIOVEDÌ** ore 11-13, aula 1, strada Maggiore 45
- **Modulo 2** prof.ssa **Marzia Vaccari**: **VENERDÌ** ore 11-13, aula 1, strada Maggiore 45

Si segnala che le ultime lezioni sono dedicate alla presentazione di chi ha scelto come modalità d'esame lo svolgimento di una "tesina": **giovedì 9 e venerdì 10 maggio**, è necessario iscriversi al pre-appello su AlmaEsami per validare la prova.

1° modulo prof.ssa Saveria Capecchi

Inizio Giovedì 22 febbraio aula 1, Strada maggiore 45

TEMI AFFRONTATI

- 1) Concetti di "genere", "identità di genere", "pari opportunità", "linguaggio di genere", "violenza di genere", teorie femministe: modello della parità, modello della differenza, teorie postgenere, postfemminismo nei contenuti dei media. Uno sguardo sulle disuguaglianze di genere persistenti nella società in ambito pubblico e privato e l'importanza di **comunicare in ottica di genere** per sconfiggere pregiudizi e stereotipi. La figura ideale della/del **gender media manager** nel mondo del lavoro.

- 2) Risultati dei filoni consolidati di ricerca su “media e genere” (pubblicità, intrattenimento, fiction, informazione, social media). Quali stereotipi di genere persistono nei contenuti dei media?
- 3) Modelli di ruolo e ideali di bellezza femminili e maschili veicolati dai media tradizionali e digitali. La rappresentazione postfemminista del genere femminile e il fenomeno social del Femvertising affossano le proteste femministe? Quali nuovi modelli di maschilità propone la pubblicità?
- 4) La violenza maschile contro le donne: Quali stereotipi di genere vengono riprodotti dalla cronaca nera relativa ai casi di femminicidio e dalle campagne sociali antiviolenza?

2° modulo prof.ssa Marzia Vaccari

Inizio Venerdì 23 febbraio aula 1, Strada Maggiore 45

TEMI AFFRONTATI

Il modulo pone l'attenzione sulle innumerevoli *forme discriminatorie digitalizzate* rilevate negli ultimi anni e vuole approfondire l'analisi specificamente di 1) quelle messe all'opera con i dispositivi della comunicazione e di 2) quelle messe all'opera con avvento dell'intelligenza artificiale (AI).

In fig. 1 un esempio di discriminazione con Google e in fig. 2 con Cercatrice di Rete (Gugla:un motore Gender oriented).

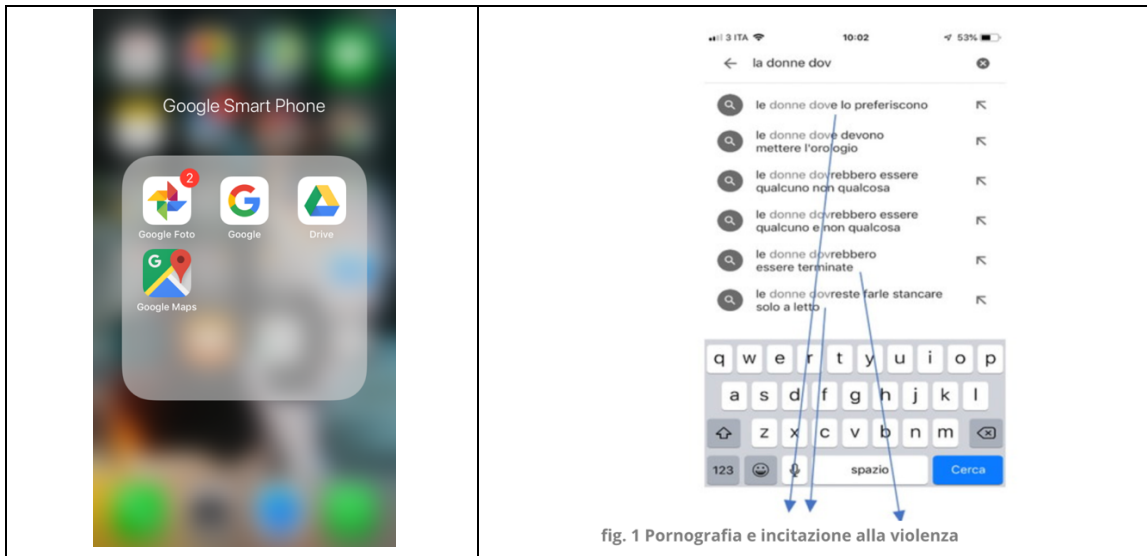


fig. 1 Pornografia e incitazione alla violenza

fig. 1

Gugla, una macchina femminista

Cercatrice di Rete - Negoziare con gli Algoritmi

Inizia la ricerca

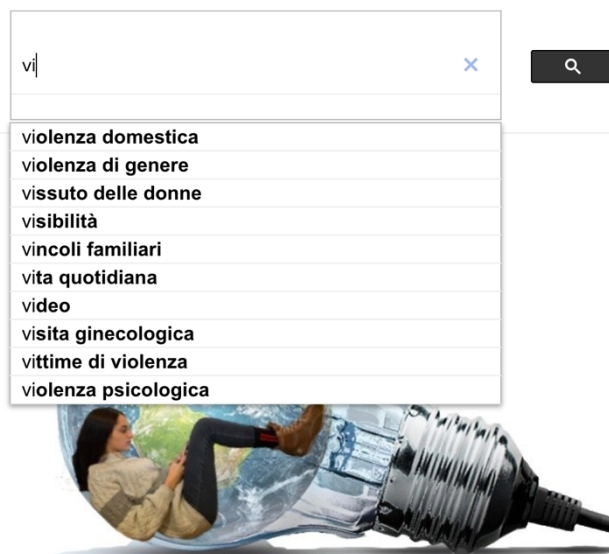


fig. 2

Inoltre affronterà l'immaginario messo in scena dalla Robotica e delle manifestazioni dell'Internet degli oggetti (IoT), in fig. 3 le sembianze dei robot riflettono la visione del mondo di chi li costruisce.



fig n. 3

Argomenti trattati:

1. Teorie della **Rappresentanza** e della **rappresentazione** del *genere* nei media digitali; Quali stereotipi di genere persistono nell'epoca della mediatizzazione introdotta dall'uso pervasivo delle ICT?
2. **Rappresentanza**. La non-neutralità della tecnologia. La maschilizzazione dell'ingegneria informatica e della *siliconizzazione* del mondo. Il giornalismo e le trasformazioni del rapporto tra la redazione, la pubblicazione e le fonti con l'avvento dell'Intelligenza Artificiale e delle AI generative come chatGPT. Il bias algoritmico di genere all'epoca delle identità gender fluid.
3. **Rappresentazione**. Algoritmi. Orizzonte teorico. Netflix e Amazon e gli algoritmi predittivi. Gli algoritmi dell'Intelligenza artificiale: BERT/MUM e le AI generative: Bard/Gemini e chatGPT (chatbot). Il sesso dei robot. L'addestramento delle IA e il mercato dei dati (big data e estrazione di corpus e corpora di testi inclusivi delle diversità/differenze). Questioni di *genere* nei Video giochi e nel Metaverso.
4. **Comunicazione** e **reperibilità** delle informazioni: search engine di Google e dei Social Network. **Cercatrice di genere** un differente motore di ricerca. Gender harassment (molestie). Quale inconscio agisce nelle "ricerche" effettuate dalla maggioranza dell'utenza (pubblico) delle piattaforme online?

TESTI OBBLIGATORI

- 1) Saveria Capecchi ***La comunicazione di genere. Prospettive teoriche e buone pratiche***, Carocci, 2018
- 2) Manolo Farci- Cosimo Marco Scarcelli (a cura di) **Media digitali, genere e sessualità**, Mondadori, 2022, paragrafi: 5, 9, 12, 14, 15, 17, 18.
- 3) Marzia Vaccari ***Appunti di femminismo digitale #1*** 2023 Malatempora editrice.
- 4) Marzia Vaccari ***Appunti di femminismo digitale #2 Algoritmi e Intelligenze Artificiali*** 2023 Amazon Kindle editions.

Altri testi consigliati su GENERE E MEDIA:

(sul sito Capecchi, nei Contenuti utili trovate una bibliografia specifica su GENERE E MEDIA)

- *Questioni di genere*, Raewin Connell (2009, trad. it. Il Mulino 2011, 2° ed.)
- *Le filosofie femministe*, Adriana Cavarero e Franco Restaino (Mondadori 2002)
- *Gender and the media*, Rosalind Gill (Polity, 2007)
- *New Femininities*, a cura di Rosalind Gill e Christina Scharff (Palgrave Macmillan 2011)
- *Lo schermo del potere. Femminismo e regime della visibilità*, Alessandra Gribaldo e Giovanna Zapperi (Ombre corte 2012)
- *Tutt'altro genere d'informazione* (2015, reperibile online)
- *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*, Elisa Giomi e Sveva Magaraggia (il Mulino, 2017)
- *Visioni del femminile* ("Studi culturali" 3/2013)
- *Questioni di genere nel giornalismo italiano* ("Problemi dell'informazione" 3/2015 numero monografico a cura di Milly Buonanno)
- *Il prisma dei generi. Immagini di donne in tv*, a cura di Milly Buonanno (Franco Angeli, 2014)
- *Genere e media: non solo immagini*, a cura di Milly Buonanno, Franca Faccioli (Franco Angeli, 2020)

- *L'amore non uccide. Femminicidio e discorso pubblico: cronaca, tribunali, politiche*, a cura di Pina Lalli (il Mulino 2020)

Altri testi consigliati su ALGORITMI E DISCRIMINAZIONE DI GENERE

- Aurélie Jean, *Nel paese degli algoritmi*, Neri Pozza Editore 2021.
- Evans Claire, *Connessione. Storia femminile di Internet*, Luiss University Press 2020.
- O'Neil Cathy, *Armi di distruzione matematica*, Bompiani, 2017.
- Perez Criado Caroline, *Invisibili*, Einaudi 2020.
- Plant Sadie, *Zero, uno, donne digitali, e tecnocultura* con saggi di Simon Reynolds e Ippolita, Luiss University Press 2021.

MODALITA' D'ESAME

Possono sostenere l'esame solo coloro che l'hanno messo in piano di studio.

Chi fa la tesina (tesina + Power Point) deve iscriversi su Almaesami qualche giorno prima la presentazione in aula.

Due modalità:

1. **Solo per frequentanti**: tesina su un argomento a scelta (da concordare con le rispettive docenti).
2. **Sia per frequentanti che per non frequentanti**: esame scritto con tre domande aperte sui testi obbligatori d'esame.

ARGOMENTI TESINE 1^ modulo

1. **analisi qualitativa di contenuto della rappresentazione di genere**: pubblicità, fiction (**serie televisive**, film), **pubblicità diffuse sui social**, riviste online, programmi d'intrattenimento televisivo, violenza contro le donne e informazione/campagne sociali

2. **analisi qualitativa del pubblico: interviste in profondità** a un gruppo di ragazzi e ragazze su: **socializzazione al genere** (influenza sull'identità di genere da parte di famiglia, scuola, gruppo dei pari, media); **rapporto intrattenuto con il proprio corpo/immagine esteriore** (percezione della propria *body image* e ideali di bellezza veicolati dai media).

ARGOMENTI TESINE 2^a modulo

1. **analisi qualitativa di contenuto** delle manifestazioni della rappresentazione di genere.

Suggerimenti:

- a) **violenza di genere con il digitale, analisi della SERP** dei motori di ricerca: superamento o amplificazione della discriminazione di genere";
 - b) **il bias algoritmico** nel riconoscimento delle immagini, negli assistenti vocali (Alexa, Siri), nelle AI generative e nelle traduzioni automatiche;
 - c) **il genere nell'industria dei video giochi;**
 - d) **l'immaginario trasmesso dall'IoT (Smart Home o Smart Wife?)**
2. **analisi qualitativa del pubblico:** interviste in profondità a un gruppo di ragazzi e ragazze sulla propria **identità digitale** e sulle manifestazioni attese e percepite nella socializzazione al genere nel rapporto intrattenuto con i principali media digitali.

INDICE TESINA 1° e 2° modulo

(10/15 pg. equivalenti a circa 4mila parole)

Introduzione

1. **Capitolo teorico introduttivo relativo all'argomento generale trattato** (riassumere concetti tratti dai testi di Saveria Capecchi, Marzia Vaccari, Manolo Farci-Cosimo Marco Scarcelli sulla base del tema scelto)
2. **Capitolo teorico relativo al tema specifico trattato** (nel quale potete aggiungere citazioni da testi specifici rispetto al tema trattato)
3. **Capitolo relativo alla ricerca svolta**
 - 3.1. Metodologia della ricerca
(descrizione dell'ipotesi di ricerca, dell'oggetto di analisi e della metodologia utilizzata)
 - 3.2. Risultati principali della ricerca (riassunti per punti principali emersi)

Riflessioni conclusive

Bibliografia (in ordine alfabetico per cognome)

Sitografia (link con la data di consultazione tra parentesi)

Paper format

INDEX

Introduction

1. Introductory chapter: general theories of the chosen subject

2. Theoretical overview: chosen theme

3. Research chapter:

3.1. Research Methodology (description of research hypothesis, subject and chosen/used methods)

3.2. Results

Conclusions

Bibliography

Sitography

Metodi qualitativi consigliati per svolgere la ricerca empirica:

- 1) **analisi di contenuto (griglia di items;** ad es. se voglio analizzare delle immagini: descrizione protagonista, del contesto, della comunicazione non verbale e scritta, dei valori veicolati, ecc.)

2) interviste:

strutturate (stesse domande nella stessa sequenza),

semi-strutturate (stessi temi, può cambiare la formulazione delle domande),

in profondità (possono variare sia i temi che la forma delle domande)

3) osservazione partecipante (immersione in ambienti virtuali)