

AZIONE N. 34	Azioni di comunicazione, sensibilizzazione e informazione sullo stigma sessuale e di genere attraverso il Web				
	A1	A2	A3	A4	A5
Area Tematica	✓				✓
Obiettivo/i	Promuovere una cultura che valorizzi e includa le differenze abbracciando il principio di pari opportunità.				
Azione	<p>A) Creazione di contenuti sulle pagine social delle piattaforme Facebook, Instagram, Twitter e LinkedIn.</p> <p>B) Pubblicazione della Newsletter mensile dedicata alle tematiche attinenti alle discriminazioni di genere, alla violenza maschile contro le donne e collegate all'omofobia, alla transfobia e i pregiudizi omo/bi/transfobici.</p>				
Destinatari diretti	Comunità universitaria				
Responsabili Istituzionali	Direttrice del Centro SInAPSi; Responsabile Scientifica della Sezione Anti-Discriminazione e Cultura delle Differenze di SInAPSi.				
Risorse Umane	Staff della Sezione Anti-Discriminazione e Cultura delle Differenze: 1 Psicoterapeuta, 4 Psicologhe e 1 Borsista (120 ore mensili risorse umane e 8 ore responsabile sezione)				
Risorse Finanziarie					
Outcome	Sensibilizzazione della comunità studentesca e degli stakeholder esterni				
Indicatori di risultato	I1= n.ro di contatti raggiunti negli eventi di sensibilizzazione e formazione organizzati coinvolgendo la comunità studentesca e stakeholder esterni.				
Timing	2022	2023		2024	
Target	I1= +10% rispetto al numero di contatti del 2021	I1= +20% rispetto al numero di contatti del 2021		I1= +30% rispetto al numero di contatti del 2021	

STATO DI AVANZAMENTO

Luglio 2022

Il numero di contatti raggiunti attraverso le pagine social e la newsletter della Sezione è, nel complesso, in costante aumento e l'incremento si attesta per il momento intorno al 3%. Tuttavia si

stima che con l'avvio del nuovo anno accademico e la ripresa delle differenti azioni portate avanti dalla Sezione l'obiettivo di crescita verrà raggiunto.

Dicembre 2022

Il numero di contatti raggiunti attraverso le pagine social e la newsletter della Sezione non rispetta le previsioni di incremento rispetto al 2021. Infatti, a fine dicembre 2022, si attesta a poco meno del 5%. In particolare si osserva un trend positivo di costante crescita sulle pagine Instagram e Facebook e nei contatti della Newsletter della Sezione, che rappresentano i canali che meglio si adattano al carattere divulgativo dei contenuti proposti. In leggero calo i contatti raggiunti tramite i profili Twitter e LinkedIn. Si segnala inoltre che, essendo stato creato molti anni addietro in occasione di collaborazioni ormai concluse, il gruppo "Mai più odio di genere" è stato chiuso in data 15/09/2022 e non essendovi più attività di condivisione connesse ad esso, naturalmente le interazioni sono in decremento.

Dicembre 2023

Il numero di contatti raggiunti attraverso le pagine social e la newsletter della Sezione non rispetta le previsioni di incremento rispetto al 2021. Al contrario, si registra un **decremento del 17,7%** (dagli 8271 contatti del 2021 ai 6799 del 2023) riconducibile alla chiusura del gruppo Facebook "Mai più odio di genere" (15/09/2022) e allo stand-by dei profili Twitter e LinkedIn per i quali si sta valutando la chiusura, dal momento che le due piattaforme matchano meno con il carattere divulgativo ed interattivo dei contenuti promossi dalla Sezione. I contatti raggiunti con questi profili (1137), pertanto, non vengono più presi in considerazione per la rendicontazione. Inoltre si segnala anche un mancato aggiornamento degli iscritti e delle iscritte alla newsletter a causa dell'adeguamento dell'informativa sulla privacy, che ha quindi causato una battuta d'arresto nella divulgazione della newsletter. Per quanto riguarda Facebook ed Instagram, invece, il trend continua ad essere positivo.