



ama

Progettazione di un servizio per la promozione di un'**educazione sessuale e affettiva** accurata, inclusiva e accessibile tra i pre-adolescenti.

Chiara Gildone
Ilaria Gattiglia
Irene Maria Dragone
Micaela Grosso

ama
ask me anything



Anno accademico 2023/2024

Dipartimento di Architettura e Design
Laurea di Primo Livello
Design e Comunicazione Visiva

Tesi di Laurea Triennale

Dicembre 2024

Relatori

Fabio Guida
Massimiliano Leone

Tesisti

Chiara Gildone
Ilaria Gattiglia
Irene Maria Dragone
Micaela Grosso



Tutto ciò che non hai mai osato chiedere, ora puoi!

Il nuovo modo di fare
educazione sessuale.
Non girarci intorno,
vai al sodo, **AMA ha la
risposta giusta per te!**

Ti è mai venuto un dubbio **imbarazzante**,
una domanda **strana** o un pensiero che ti
è sembrato troppo **"fuori luogo"**?
Su AMA puoi parlare apertamente di cose
che non si dicono ad alta voce, ricevendo
risposte sicure da esperte e medica.
Tutto è anonimo, tutto è accessibile e
nessun argomento è un tabù.

ama

Indice

0.1

Introduzione

1.1 Premessa e contesto del progetto	12
1.2 Obiettivi della tesi	14
1.2.1 Informazioni chiare, adeguate e da fonti sicure	15
1.2.2 Educazione per tutte	16
1.2.3 Risultati Attesi	17

0.2

Analisi del contesto e ricerche preliminari

2.1 Educazione sessuale e affettiva: stato attuale e contesto sociale	20
2.1.1 Differenza tra educazione sessuale ed educazione affettiva	21
2.1.2 Educazione sessuale nel mondo	22
2.1.3 Educazione nelle scuole italiane	25
2.1.4 Evoluzione sociale e culturale dell'Italia	27
2.1.5 Problemi riscontrati	37
2.1.6 La famiglia	38
2.1.7 La pornografia	39
2.2 Benefici sociali dell'educazione sessuale inclusiva	40
2.3 Educazione sessuale e affettiva nell'era digitale	43
2.3.1 Pro	44
2.3.2 Contro	45

0.3

Analisi degli utenti e delle necessità

3.1 Target del progetto	104
3.1.1 Comportamenti e preferenze comunicative	105
3.1.2 Principali preoccupazioni in tema di sessualità e affettività	106
3.2 Inclusività e diversità	107
3.3 Analisi dei questionari	110
3.4 Protopersonas ed empathy map	126

0.4

AMA

4.1 Introduzione al progetto	140
4.2 Concept	142

2.4 Casi studio	47
2.4.1 Casi studi contenutistici	48
2.4.2 Casi studio estetici	68
2.4.3 Casi studio strutturali	70
2.4.4 Casi studio di intrattenimento	76
2.5 Interviste	86
2.5.1 Croce Rossa Italiana	87
2.5.2 Consultorio Giovani	92

4.3 Progetto	144
4.3.1 Posizionamento	145
4.3.2 Ecosistema	148
4.4 Identità	150
4.4.1 TOV	151
4.4.2 Logotipo	152
4.4.3 Color palette	158
4.4 Tipografia	160

7.2 Materiale fisico	240
7.2.1 Fanzine	241
7.2.2 Poster e cartoline	246
7.2.3 Gadget	250
7.3 Social media e web	254
7.3.1 Rubriche social	256
7.3.2 Calendario editoriale	

0.5

Illustrazioni

5.1 Ispirazione	168
5.2 Character design	170
5.2.1 Palette	174
5.2.2 Personaggi	176
5.3 Illustration system	184

0.6

Output

6.1 Piattaforma web	192
6.1.1 User Flow	194
6.1.2 Wireframe	196
6.1.3 Design system	202
6.1.4 Esperienza Utente	206
6.1.5 Interfaccia utente	208
6.1.6 Linee guida	222
6.1.7 Beta test	228
6.1.8 Gestione dei flussi	234

0.7

Campagna di comunicazione

7.1 Strategia di comunicazione	239
---------------------------------------	-----

0.8

Considerazioni finali e prospettive future

8.1 Prospettive future	274
8.2 Incontri scolastici	276
8.3 Ipotesi di collaborazione	278
8.4 Coinvolgimento di volontari e professionisti	280
8.5 Conclusioni	282

0.9

Bibliografia e sitografia

Elenco delle fonti e dei materiali utilizzati per la ricerca, inclusi articoli accademici, saggi, documentari e piattaforme simili analizzate.

284

0.10

Ringraziamenti

Un grazie generale	290
Chiara	292
Ilaria	294
Irene	296
Micaela	298

0.1

Introduzione



1.1 Premessa e contesto del progetto

L'educazione è un pilastro fondamentale della società: è ciò che ci consente di crescere come individui consapevoli e di inserirci con senso critico nel mondo che ci circonda. Non si tratta solo di acquisire nozioni, ma di **sviluppare competenze e valori** che ci guidano nelle scelte quotidiane. Ogni tipo di **educazione**, che sia **scolastica, familiare o sociale**, ha un'influenza diretta sul modo in cui percepiamo noi stessi, gli altri e le nostre relazioni, contribuendo a **modellare la nostra identità e i nostri comportamenti**.

In questo contesto, l'educazione sessuale ha un ruolo cruciale. Una corretta educazione alla sessualità, durante l'età adolescenziale, rappresenta uno **strumento fondamentale di consapevolezza e di protezione**.

Purtroppo, la **mancanza o l'inadeguatezza** di tale educazione, può lasciare i **giovani disinformati**, esponendoli a rischi evitabili e a stereotipi dannosi.

Quando si affronta il tema dell'educazione sessuale, è inevitabile considerare il **retaggio culturale** che ancora oggi ne condiziona la visione.

Nell'immaginario collettivo essa è spesso lontana dall'idea di un processo educativo volto a sensibilizzare i giovani. Infatti, quando si parla di educazione sessuale, non si pensa immediatamente a temi come la salute e la prevenzione, ma piuttosto a **concetti legati all'erotismo, alla pornografia, al kink o alla seduzione**.

La **sessualità**, in questo contesto, continua ad essere un **tabù**,

Introduzione

difficile da trattare senza che emergano **pregiudizi o visioni distorte e sbagliate**.

Sebbene le acque si siano smosse parecchio negli ultimi anni, e finalmente il **concetto di educazione alla sessualità** sia stato in gran parte **sdoganato**, questa ancora si porta appresso un **macigno culturale restrittivo e fortemente limitante**.

L'educazione sessuale nelle scuole viene svolta, ma si parla di un **approccio** spesso puramente **anatomico-biologico**, di formazione per la **prevenzione e contraccezione**, in un formato di **lezione frontale**, dall'alto verso il basso e con una prospettiva di tipo eterocis-normativa.

In un contesto socio-culturale come quello odierno, la

Premessa e contesto del progetto

trasparenza e la comunicazione chiara sono pilastri per la costruzione di un mondo in cui ognuna può sentirsi libere di esprimere se stesse. Questo è un mondo che noi vogliamo contribuire a costruire a partire da un'educazione sessuale aperta, inclusiva e senza giudizi.

L'educazione sessuale deve essere per tutte.



1.2 Obiettivi della tesi

Il progetto si pone come obiettivo quello di **rispondere alle esigenze educative** dell'adolescenza di età compresa tra i 12 e i 15 anni e mira a fornire **informazioni chiare, sicure e scientificamente fondate**, creando un **punto di riferimento affidabile** su temi legati alla sessualità, ai cambiamenti del corpo e alle relazioni affettive. Il progetto vuole offrire uno **spazio sicuro e anonimo** dove la ragazza possano sentirsi liberi di esprimere dubbi e porre domande, ricevendo risposte professionali e accessibili.

L'obiettivo è **favorire una maggiore consapevolezza e serenità nei confronti del proprio corpo e delle proprie emozioni**. Infine, il progetto intende sensibilizzare la giovane sull'importanza di una corretta informazione, accompagnandoli in un percorso di crescita promuovendo un **dialogo aperto e costruttivo** su temi fondamentali per il loro benessere personale e relazionale.



1.2.1 Informazioni chiare, adeguate e da fonti sicure. Nessun tabù.

Nell'era digitale e della costante esposizione ad informazioni, risulta di vitale importanza **prevenire la diffusione della disinformazione e di convinzioni dannose**. Internet è una realtà difficile da limitare o controllare: qualsiasi individuo, in possesso di un dispositivo e di una connessione, è in grado di reperire qualsiasi tipologia di informazione, ma **senza una guida appropriata**, si rischia di essere esposti a **contenuti inappropriati o distorti**.

La sessualità è un tabù: è un argomento che si evita, quando possibile, o si limita al minimo indispensabile. Le informazioni importanti e complesse, che sono essenziali per la crescita, vengono ridotte a **stereotipi**, influenzate da

convinzioni senza basi concrete. **Parlare di sesso imbarazza.** Evitare di parlarne, però, coincide con il trascurare le nostre responsabilità nei confronti delle nuove generazioni. In mancanza di una fonte d'informazione sicura, controllata e adeguata all'età della ragazza, ecco che questa andrà a cercare risposte altrove: perché **le domande le hanno, sono solo troppo in imbarazzo per porle**. **Internet offre accesso immediato** a informazioni sulla sessualità, ma molto spesso esse creano solo confusione e generano insicurezze.

Secondo il Ministero della Salute, l'89% dei ragazzi e l'84% delle ragazze si informa su internet, spesso specchio di un'immagine

distorta e deviata del sesso. Se le fonti delle loro informazioni non sono sicure e controllate, ecco che si crea il rischio di **costruzione di un'idea distorta della sessualità**, irrealisticamente idealistica e dannosa. I rischi maggiori riguardano la **cultura dello stupro**, oggettificante e dettato da ruoli di genere rigidi e ben delineati. La ragazza, attivamente o passivamente, fanno "educazione" sessuale: questo, al giorno d'oggi, è inevitabile. Sta a noi fornirgli gli strumenti giusti in modo che possano informarsi adeguatamente e in maniera sicura.

Il nostro obiettivo è quello di fornire uno **spazio sicuro** per i giovani, in modo che possano **trovare risposte** alle domande che hanno troppa paura di porre.

1.2.2 Educazione per tutte

L'**adolescenza** è il periodo delle **grandi domande su se stessi**: chi si è, chi si vuole essere, come ci si relaziona con l'altra e con il mondo. È una fase cruciale in cui l'autoaffermazione in quanto individui passa attraverso una profonda riflessione interiore, che spesso dovrebbe mettere in discussione gli assunti educativi ereditati dal modello di famiglia tradizionale e dalla eterocis-normatività. Tuttavia, questo percorso non è sempre semplice, soprattutto quando i **modelli proposti dai media e dalla società** sembrano suggerire un'**unica via "corretta"** per vivere la propria sessualità e affettività: quella **binaria, eteronormativa, priva di diversità**.

L'**educazione sessuale e affettiva** deve quindi **rivolgersi a tutti**, includendo e rappresentando

in maniera equa persone queer, gender-queer, diversamente abili o semplicemente diverse. Spesso questi gruppi vengono esclusi dalle narrazioni dominanti, rendendo difficile per chi non si riconosce nelle rappresentazioni tradizionali trovare uno spazio sicuro in cui esplorare e comprendere la propria identità e i propri bisogni. **L'assenza di un'educazione inclusiva perpetra stereotipi, incomprensioni e tabù** che alimentano l'**isolamento** e la **marginalizzazione**.

L'accesso a informazioni corrette e adeguate, specifiche per ogni identità e orientamento, non è un lusso, ma un diritto. Le persone queer e disabili, così come chiunque altro, devono avere la **possibilità di esplorare la propria sessualità in modo sano e sicuro**, senza sentirsi invisibili o fuori posto.

Fornire un'educazione sessuale e affettiva inclusiva significa dare a ogni giovane gli strumenti necessari per **costruire relazioni consapevoli, rispettose e gratificanti**, indipendentemente dalle loro caratteristiche o identità. Solo attraverso un'educazione che rispetti tutte le forme di espressione e di diversità possiamo sperare di creare una società realmente inclusiva, in cui nessuno venga lasciato indietro o fatto sentire inadeguato.

L'**obiettivo** non è solo **informare**, ma creare uno spazio dove ogni individuo possa **sentirsi visto, accolto e compreso**.

1.2.3 Risultati attesi

Il progetto ha come scopo la **creazione di uno spazio sicuro, privo di giudizi e di influenze esterne**: uno spazio in cui poter essere se stessi. Pertanto, ci aspettiamo di poter ritrovare queste caratteristiche sia nella community online della piattaforma digitale, sia nelle attività nelle scuole. Ci aspettiamo che gli attori coinvolti, sia i volontari in presenza che i moderatori sul web, contribuiscano alla **creazione di un ambiente sicuro, rilassato e rispettoso**.

Il progetto vuole **togliere l'imbarazzo** da tematiche intrinseche di tabù e condizionamenti socio-culturali. Non passa inosservato il fatto che la fascia d'età da noi considerata è quella più soggetta a provare vergogna a causa dei cambiamenti sociali e corporei

che attraversa. L'eliminazione di questa componente è una delle nostre priorità.

La realizzazione del **sito web**, in versione mobile, sarà sviluppata fino alla fase di **prototipazione**, per cui esclude, da nostra parte, la programmazione back-end e front-end, che verrà sviluppata successivamente alla sessione di laurea in visione della continuazione del progetto.



0.2

**Analisi del contesto
e ricerche preliminari**



2.1 Educazione sessuale e affettiva: stato attuale e contesto sociale

L'educazione sessuale e affettiva è un argomento che mira a fornire alle persone conoscenze, competenze e valori necessari per **gestire in modo consapevole e responsabile la propria sessualità e le relazioni personali.**



Lo scopo è quello di **promuovere un benessere sessuale e affettivo** che si fondi sul **rispetto di sé e degli altri**, sull'**autodeterminazione** e sulla **consapevolezza delle proprie scelte.**

2.1.1 Differenza tra educazione sessuale ed educazione affettiva

L'**educazione sessuale** e l'**educazione affettiva** sono due **concetti strettamente correlati, ma distinti**, che si occupano di aspetti complementari dello sviluppo umano.

Sebbene distinte nei loro obiettivi principali, educazione sessuale ed educazione affettiva **dovrebbero essere trattate in sinergia.**

L'integrazione di entrambe le dimensioni aiuta a **promuovere il benessere psicofisico** e a **prevenire** non solo **rischi sanitari**, ma anche **situazioni di disagio emotivo** legate a relazioni tossiche o non equilibrate.

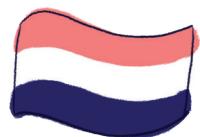
L'**educazione sessuale** è focalizzata principalmente sulle **dimensioni biologiche, sanitarie e relazionali della sessualità**, sulla **salute fisica** e sulla **prevenzione di situazioni indesiderate** come gravidanze precoci e malattie sessualmente trasmissibili.

L'**educazione affettiva**, invece, si concentra sugli **aspetti emotivi e psicologici delle relazioni umane**, mettendo al centro le **emozioni**, i **sentimenti** e la **costruzione di legami sani e rispettosi.**

2.1.2 Educazione sessuale nel mondo

In **molti paesi del mondo**, questa tematica non solo **non viene considerata un tabù**, ma viene **riconosciuta come una componente fondamentale del percorso educativo**.

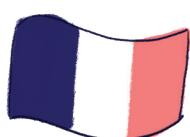
I **Paesi Bassi** sono all'avanguardia nell'educazione sessuale, che **inizia già dalla scuola dell'infanzia**. Il programma "Spring Fever" introduce i bambini a temi come il **rispetto per il proprio corpo e per gli altri**, con un focus sulla **consapevolezza emotiva e sociale**. Durante la **scuola secondaria**, l'educazione sessuale include **discussioni sulla contraccezione**, sulle **malattie sessualmente trasmissibili (MST)**, e sulla **diversità sessuale**. Questo approccio ha portato i Paesi Bassi a registrare tra i più bassi tassi di gravidanze adolescenziali e di MST in Europa.



La **Svezia** è considerata un modello per l'educazione sessuale. Il **programma è obbligatorio dal 1955** e viene introdotto già nella scuola primaria. I temi affrontati sono molto ampi e includono la **biologia della riproduzione**, la **contraccezione**, il **consenso**, le **relazioni** e l'**orientamento sessuale**, oltre a questioni legate alla **parità di genere**. L'**approccio è aperto e inclusivo**, con l'obiettivo di promuovere una **visione positiva della sessualità e della salute sessuale**. Questo approccio interdisciplinare, inoltre, aiuta gli studenti a capire quanto la sessualità sia connessa con i vari aspetti della vita.



In **Francia** l'educazione sessuale a scuola è **obbligatoria dal 2001**, con un **approccio che si evolve con l'età degli studenti**. Nelle scuole elementari si inizia con lezioni su temi come il rispetto reciproco e l'anatomia di base, mentre nelle scuole secondarie si affrontano temi più complessi, come la contraccezione, le MST, il consenso e la parità di genere. Per il governo francese è fondamentale anche integrare la **famiglia**, che viene **coinvolta attivamente nelle istituzioni scolastiche** e nelle attività.



In **Canada** l'educazione sessuale è pensata per essere il più **inclusiva** possibile, sia per quanto riguarda l'**orientamento sessuale**, sia per l'**identità di genere** e la **diversità culturale**. Si pone molta attenzione anche alla **destigmatizzazione dei tabù** e all'**educazione al consenso**, in modo da poter **distruggere i miti e i pregiudizi legati alla sfera sessuale**.



In **Germania**, l'**educazione sessuale è obbligatoria** e fa parte del curriculum scolastico fin dalle scuole elementari. Gli argomenti spaziano dalla biologia alla riproduzione, al rispetto delle diversità sessuali e all'educazione sul consenso. Vengono anche **trattati i rischi legati alle MST e alle gravidanze indesiderate**. L'educazione sessuale in Germania offre anche un importante **approfondimento sull'aspetto legale dell'attività sessuale**, così da fornire ai ragazzi la **consapevolezza dei loro diritti e delle loro responsabilità** riguardo alla sessualità.



In **Norvegia**, viene approfondito molto l'aspetto della **salute mentale e dell'immagine personale**, in correlazione con l'educazione sessuale. Questo tipo di approccio è orientato alla **comprensione del benessere fisico, emotivo e sociale**. In questo modo viene promossa la salute sessuale e una visione positiva di sé stessi e degli altri.



Infine, l'**Australia** merita di essere menzionata per il tipo di approccio. L'educazione sessuale è **affrontata in maniera molto concreta e tangibile**; spesso vengono organizzati **incontri con esperti nel settore** che possono interfacciarsi direttamente con i ragazzi. Questo incentiva gli studenti a **porre domande e sviluppare un pensiero critico personale**, rendendoli in grado di valutare le informazioni in maniera indipendente e compiere decisioni in maniera informata.



L'educare alla sessualità porta notevoli benefici nella crescita e nella consapevolezza dei ragazzi e contribuisce anche nel combattere la disparità di genere. L'Istituto europeo per l'uguaglianza di genere (Eige) fornisce dei dati interessanti assegnando ai diversi **Paesi un punteggio da 0 a 100, relativo alla parità di genere all'interno del paese**.

Da questi dati si può notare come i **primi sei paesi** per parità di genere (Svezia, Spagna, Francia, Irlanda, Austria, Germania) osservino tutti un **programma di educazione sessuale scolastico obbligatorio**.

Allo stesso modo i **paesi in coda** alla classifica (Romania, Ungheria, Cipro, Lituania, Italia, Polonia, Bulgaria) **non osservano alcun tipo di obbligo per quanto riguarda questo tipo di educazione**.



2.1.3 Educazione nelle scuole italiane

L'**educazione sessuale e l'educazione affettiva** sono temi cruciali all'interno del sistema scolastico, in quanto influiscono direttamente sulla salute, il benessere e lo sviluppo dei giovani. Tuttavia, il modo in cui vengono affrontate varia significativamente a livello nazionale e internazionale, influenzato da fattori culturali, religiosi e politici. Sebbene in molti paesi della comunità europea l'educazione sessuale sia obbligatoria nelle scuole, **in Italia** ancora non è così; questo tipo di insegnamento è **lasciato alla discrezione degli istituti o degli insegnanti**. Ciò comporta una notevole **disomogeneità nell'erogazione dei contenuti e delle informazioni**, che spesso dipendono da iniziative di singoli docenti, associazioni esterne o progetti locali.

Questo approccio frammentario è oggetto di **critiche sia da parte di professionisti sanitari** che di educatori, che sottolineano la **necessità di un programma nazionale strutturato e completo**. Le **prime proposte** di introdurre l'educazione sessuale come insegnamento nelle scuole italiane **risalgono al 1975**, ma, ancora al giorno d'oggi, queste vengono bocciate in Parlamento.

Il timore è che, **parlare di sessualità** all3 giovan3, li induca a **praticarla precocemente**. Timore infondato secondo lo studio *"The impact of sex education on the sexual behaviour of young people"*, elaborato nel 2011 dal Department of Economic and Social Affairs delle Nazioni Unite, citato dalla giornalista Alice Politi, nell'uscita del novembre 2023 del Vanity Fair, che rivela l'età

media del primo rapporto. Viene ribadito che, nell'anno scolastico 2016/2017, su 5364 istituti superiori pubblici, **meno di 1400 scuole hanno attivato un percorso educativo alla sessualità e ai comportamenti sicuri**. Il più grande ostacolo a questo tipo di insegnamento nelle scuole italiane, è sicuramente il retaggio culturale estremamente radicato nella società. L'articolo afferma che le **cause politiche, ideologiche e morali frenano l'inserimento dell'educazione sessuale nelle scuole**. Ma gli italiani sono i primi a fare fatica ad accettare l'idea di un'educazione sessuale, soprattutto per quanto riguarda i genitori. Secondo lo studio, si va incontro ad un **ripudio a priori della materia**, lasciato in buona parte della cultura cattolica nella nostra società.

I dati mostrano chiaramente come un'educazione sessuale fin dalla giovane età possa **aiutare ad arginare grandi problemi** come la trasmissione di malattie e gravidanze indesiderate, ma non solo. Intervenire fin dalle scuole elementari permetterebbe ai ragazzi di **prepararsi con anticipo ad affrontare i cambiamenti** a cui andranno incontro, **imparare come comportarsi** e soprattutto cosa aspettarsi. L'educazione all'affettività, inoltre, non dovrebbe conoscere età: i ragazzi dovrebbero essere in grado di **riconoscere i comportamenti sani da quelli tossici, imparare come costruire una relazione** (sentimentale o platonica) **in maniera sana e rispettosa**.

Secondo un sondaggio di Tecnica della Scuola svolto tra il 27 e il 30 maggio 2022, che aveva come

scopo scoprire il sentimento riguardo la possibilità, come da indicazioni nazionali per il curriculum, di effettuare lezioni su temi legati alla sessualità e alla riproduzione a partire dal quinto anno di scuola primaria, ben **7 genitori su 10 si dichiarano contrari**. Le motivazioni sono varie, spesso dettate da **ignoranza in materia** e da **brainwashing mediatico** ("L'educazione va concordata con i genitori altrimenti è pericoloso, possono inculcare nei bambini il gender"), ma le preoccupazioni principali riguardano **motivi religiosi** o la paura dell'**esposizione** dei propri figli **ad una cultura del sesso propria della pornografia**, intrinsecamente erotica e violenta. In uno studio condotto dall'Istituto Superiore di Sanità emerge come l'80% degli adolescenti italiani (su un campione di 16mila) si affidi ad

internet per avere informazioni riguardo alla fertilità e alla riproduzione. Spesso è proprio la **pornografia** stessa a colmare i vuoti educativi dei ragazzi, contribuendo ad **alimentare quell'immagine distorta, intrinsecamente erotica e violenta di sessualità**.

Quindi il **non tornare ai ragazzi un'educazione sessuale sicura e scientificamente accurata genera il risultato opposto** rispetto a quello che auspicano i genitori.

2.1.4 Evoluzione sociale e culturale dell'Italia

Le ripercussioni dell'**assenza di una buona educazione sessuale** non toccano solamente l'ambito sessuale, anzi: questo fenomeno contribuisce a radicare una **serie di stereotipi e miscredenze** negli ambiti più vari.

Parliamo soprattutto di parità di genere, ma anche di cultura patriarcale, tabù religiosi e sociali, violenza ostetrica, discriminazioni per orientamento sessuale e identità di genere, medicalizzazione impropria e molto altro.

Questo ragionamento sulla connessione tra educazione sessuale e discriminazioni sociali lo aveva già effettuato **Pier Paolo Pasolini** nel 1964 con il documentario **"Comizi d'Amore"**, definito da Moravia come "cinema verità". Nel 1963, Pasolini gira l'Italia con cinepresa e microfono, l'**obiettivo** è quello **di scoprire**

le opinioni degli italiani su sessualità amore e altre tematiche, e lo fa parlando di invertiti, di prime volte, prostitute, divorzio, parità di genere, delitto d'onore: **è esplicito e senza filtri**.



Pier Paolo Pasolini Italia, 1964 "Comizi d'Amore"

Nel primo tempo, Ricerche 1 - **Grande fritto misto all'italiana**, la prima persona intervistata fornisce già un buon ritratto del tabù che fa da contorno all'ambito discusso.

Minuto 6:21

Pasolini: "Secondo lei i problemi sessuali vanno trattati esplicitamente oppure è meglio tacerne?"

Intervistato 1: "Per me è meglio tacerne"

Pasolini: "In Italia si tace o se ne parla?"

Intervistato 1: "Se ne parla troppo."

Il solo fatto di **nominare** la parola " **sesso** ", per la maggior parte degli intervistati di quest'inchiesta, **genera** una certa quantità di **imbarazzo** . Buona parte delle **risposte** risultano **evasive e riduttive** , e quasi tutte concordano sulla necessità di tacere questi argomenti. Pasolini insiste su chiedere le motivazioni di ogni risposta che riceve, ma le **argomentazioni risultano principalmente mosse da motivi "religiosi e morali"**, non argomentati, senza spiegare nel dettaglio il ragionamento critico che porta a tali conclusioni.



Ma analizziamo la questione più da vicino:

cosa ne pensavano gli Italiani dell'educazione sessuale nel 1964?

Minuto 26:00

Pasolini: "Lei pensa che qui, dalle vostre parti, sia un grande disonore per una donna arrivare non vergine al matrimonio?"

Intervistato 2: "No, deve essere vergine!"

Pasolini: "E se una ragazza non arriva vergine al matrimonio, che cosa... non si sposa?"

Intervistato 2: " Non si sposa."

Pasolini: "Ah sì? E perché questo?"

Intervistato 2: "Eh, c'è uso così."

Pasolini: "Però un giovanotto va con altre donne."

Intervistato 2: "Sì, sì."

Pasolini: "Perché questa differenza tra gli uomini e le donne?"

Intervistato 2: "Eh, c'è gelosia."
(...)

Pasolini: "Perché lei pensa che voi meridionali siete così gelosi?"

Intervistato 2: "Eh, c'è uso così in questo paese."

Le argomentazioni mosse dal contadino intervistato in questa parte del documentario evidenziano come l'intera cultura del dissenso, la modestia femminile e i marcati ruoli di genere si basino, di fatto, su una **credenza popolare non argomentata e tramandata di generazione in generazione** .

Potremmo parlare di zavorra culturale, un insieme di **credenze popolari** radicate chi sa quanti secoli fa, **basate sull'ignoranza e sull'oppressione dei popoli** .

Una vastità di tabù nati dalla paura dell'ignoto, perché **noi esseri umani rifiutiamo tutto ciò che non conosciamo** . Di fatto, risalire alla motivazione vera e propria non è stato possibile, tutto ciò che è stato ottenuto è **"per ragioni morali", "per ragioni religiose"** o **"perché si usa così",**

nessuna di queste argomentata o ampliata. Un segmento interessante è quello volto ad indagare l'autocoscienza dei pensieri e delle decisioni in merito alla propria autodeterminazione e al conformismo.

Minuto 18:04

Pasolini: "Vorrei sapere se questi principi che regolano la sua vita sono anche, in qualche modo, una repressione o un'inibizione dei suoi istinti sessuali, o non lo sono affatto?"

Intervistata 3: "No, perché dal punto che li ho accettati... non accettati perché me li hanno insegnati, perché li ho conquistati, li ho capiti, li ho apprezzati."

Pasolini: "È sicura che non si tratta di un adattamento?"

Intervistata 3: "Assolutamente no. Per me no."

E ancora:

Pasolini: "Cioè lei non si sente inibito in nessun modo?"

Intervistata 4: "No."

Pasolini: "Né in pratica né in teoria?"

Intervistata 4: "Neanche per sogno."

Eppure, al giorno d'oggi, nessuno farebbe fatica a definire gli **anni 60**, gli anni precedenti ai movimenti sessantottini e alla seconda ondata femminista, come anni **colmi di inibizioni, impostati, rigidi, incasellati**.

Anni in cui il conformismo ebbe la meglio sulla vita delle persone, in cui tutti vestivano in maniera modesta, portavano le stesse pettinature e si atteggiavano a modo. Non facciamo fatica perché oggi è diverso e riusciamo ad osservare la situazione sociale del 1964 con un occhio critico e oggettivo, ma possiamo dire lo stesso del 2024? Noi siamo inibiti? Ci possiamo rendere conto della nostra inibizione e delle influenze del conformismo?

O continuiamo ancora oggi a cercare l'approvazione popolare per il nostro stesso pensiero?

**Minuto 40:14**

Pasolini: "Insomma verso queste persone non normali (omosessuali), che sentimenti provi?"

Intervistato 5: "Io provo... ribrezzo, insomma."

Pasolini: "Provi ribrezzo?"

Intervistato 5: "È giusto, no?"

Gli **anni 60** sono gli anni in cui è **iniziata una profonda rivoluzione sessuale** che è arrivata fino ai giorni nostri, con le moderne conoscenze, convinzioni e abitudini. A partire da quell'epoca, la **sessualità** è passata dall'essere un elemento privato dell'ambito familiare, strettamente segretato e taciuto, ad un **concetto in divenire**, fluido, dai contorni sfumati. Ma cosa ha portato a questo cambiamento? Tante scoperte e invenzioni scientifiche che, anche se non direttamente collegate, hanno portato ad una liberazione importante e fondamentale.

Il primo luogo, negli anni '60 iniziamo a vedere **l'allontanamento della donna dal ruolo di cura**, da custode del focolare domestico, anche grazie all'invenzione di elettrodomestici

che facilitano il lavoro nelle case. **L'affermazione del genere femminile** è stata inevitabile: sempre più donne iniziano a lavorare, a prendere la patente, a studiare e ad esprimere la loro identità, in parte anche grazie a **movimenti di lotta politica**, come il movimento hippy e i femminismi degli anni '70. Questo è il momento in cui inizia la **messaggio in discussione dei ruoli di genere della società**, portando ad un mutamento che è ancora oggi in atto. In secondo luogo, abbiamo le scoperte scientifiche in ambito sessuale, come **l'invenzione e la commercializzazione di massa della pillola anticoncezionale** (in Europa dal 1961) e **del preservativo**, i quali rappresentano la liberazione dei corpi da gravidanze indesiderate e malattie sessualmente trasmissibili.

Questo punto segna la svolta che svincola il concetto di sessualità dalla riproduttività. Anche la **legge e i dibattiti politici** hanno avuto un ruolo fondamentale nella rivoluzione sessuale di quegli anni. Nel **1968** si ottiene **abrogazione dei reati di adulterio e concubinato** (art. 559 e 560), nel **1970** la **legge sul divorzio** (art. 898), **dieci anni più tardi** quella sull'**aborto** (art. 194). Sono tutte piccole conquiste dei movimenti popolari, della **presa di coscienza personale e della liberazione dei corpi dai ruoli di genere**. Queste nuove leggi forniscono sempre più libertà e opportunità e costituiscono delle pietre miliari nella rivoluzione sessuale degli ultimi sessant'anni. Per queste conquiste dobbiamo ringraziare gli intellettuali protagonisti del dibattito pubblico

dell'epoca, tra cui lo stesso **Pasolini**, ma anche altre celebri personalità come **Oriana Fallaci**, **Adele Faccio** ed **Emma Bonino**, e ancora casi di cronaca celebri come quello di **Franca Viola** e il **rifiuto del matrimonio riparatore**.

Un altro aspetto fondamentale sono le **malattie sessualmente trasmissibili**: nell'annuario statistico italiano del 1960 dell'Istituto centrale di statistica, in particolare nella sezione 3 "Sanità e assistenza sociale" a pag 58, osserviamo, tra le varie cause di morte degli italiani nell'anno 1958, la totale assenza di un raggruppamento per le malattie sessualmente trasmissibili. Queste non sono del tutto assenti dall'annuario, dato che vengono nominate a pagina 66 sifilide e sifilide da baliatico, ma mancano

diciture su gonorrea e herpes, che in quegli anni hanno contagiato numerosissimi italiani. La **diminuzione dei contagi di IST** in Italia è stata possibile grazie alle **campagne di prevenzione**, che mettevano al primo posto l'importanza del parlare di queste malattie per evitarle e ridurle.

Per concludere, possiamo dire che gli ingredienti fondamentali della rivoluzione sessuale sono stati la **consapevolezza e l'autodeterminazione** che si sono **contrapposti all'abitudine di limitare questi argomenti ad un ambito puramente privato**. Questi ingredienti si trovano alla base del concetto di educazione alla sessualità e all'affettività.

Cosa è cambiato oggi?

Un elemento che è rimasto costante dal documentario del 1964 ad oggi è il **rifiuto a priori delle risorse formative su tali tematiche**. Gli Italiani, sia ora che allora, non si esprimono mai favorevoli alla creazione di progetti che portino la discussione sessuale su un piano chiaro e accessibile. Nel sondaggio che abbiamo effettuato nella fase di ricerca del target, abbiamo riscontrato alcuni dati che, in un primo momento ci hanno portato a provare una certa delusione.

Alla domanda **"Ti piacerebbe se ci fosse uno spazio su internet dove poter porre domande sul sesso, sull'amore e sulle relazioni, senza pregiudizi e in anonimato?"** solo il **20%** ha dato una **risposta positiva** (Sarebbe molto bello e lo utilizzerei), la maggioranza, il 51,7%,

si è dichiarata neutra (Sarebbe interessante ma non so se lo utilizzerei), mentre ben il 28,3% si è detto non convinto dall'iniziativa (Non mi convince).

Nonostante un primo momento di sconforto, considerando la paura di non trovare una buona accoglienza per il nostro progetto, è subentrata un'analisi critica della situazione. Considerando soprattutto la domanda successiva **"Ti piacerebbe se su questo spazio online potessi scorrere all'interno di una community tutte le domande che fanno gli altri utenti in maniera anonima?"**, in cui le risposte registrate come "No, non mi interessa" sono quasi tre volte in meno rispetto a quelle favorevoli. Se il campione analizzato fosse davvero risultato disinteressato

al progetto, allora avremmo riscontrato una maggiore percentuale di disinteresse anche in questa sezione. Analizzando il documentario, ecco che è emersa la **somiglianza nelle risposte registrate dal nostro questionario e dalle interviste agli italiani nel 1964**.



Minuto 6:34

Pasolini: "Ti piacerebbe vedere un film che ti spiegasse queste cose?"

Intervistato 2: "A me no."

Pasolini: "Perché?"

Intervistato 2: "Perché non mi piace."

Gli intervistati nel documentario **accolgono più di buon grado la realizzazione di film pornografici o spettacoli erotici piuttosto che un film educativo scientificamente accurato.** Persino alcune donne, pur riconoscendo la controversia di tale posizione, si ritrovano maggiormente favorevoli a questo tipo di intrattenimento.

**Minuto 7:17**

Pasolini: "Cosa ne pensa di questo ragazzo che va a vedere spettacoli poco decenti?"

Intervistata 3: "Ch'è furbo!"

Pasolini: "Ma tu li approvi questi spettacoli?"

Intervistata 3: "Be', come donna non dovrei approvarli, ma... se fossi un uomo li approverei."

Questo perché **la curiosità in materia c'è**, ma i tabù sociali e religiosi sono talmente forti da rendere l'**educazione qualcosa di malvagio, perverso e distorto**, mentre la pornografia e l'erotismo sono definiti come "un'esigenza". Allo stesso modo, nel nostro questionario gli utenti si trovano non inclini all'utilizzo di tale spazio su internet per porre domande in maniera attiva, ma tutto cambia quando si chiede loro se sarebbero interessati a **vedere le domande poste da altri utenti**, quindi a fare un **utilizzo passivo della piattaforma**.

Si può parlare, in entrambi i casi, di una sorta di **voyeurism**.

Sia sessanta anni fa che oggi viene evidenziata la curiosità in materia, ma rimane una grande **difficoltà nell'accettazione di**

approcciarsi alla sessualità in maniera educativa.

Gli italiani vedono e vedevano la sessualità come qualcosa da **imparare, sì, ma di nascosto, senza farlo sapere in giro.**

Analizzare la situazione di 60 anni fa è essenziale per comprendere come **i tabù e le disuguaglianze del passato influenzino ancora oggi il nostro approccio alla sessualità e alle relazioni.**

Un confronto tra il contesto storico e quello attuale rivela quanto **l'educazione sessuale** sia stata a lungo **ostacolata da credenze culturali, religiose e patriarcali**, e come questi retaggi abbiano contribuito a creare sia stereotipi che disinformazione.

Studiando l'atteggiamento verso la sessualità negli anni '60, come mostrato nel documentario Comizi d'Amore di Pier Paolo Pasolini, possiamo vedere come norme sociali rigide e pregiudizi ostacolassero l'apertura e l'educazione su questi temi.

Questa analisi è fondamentale per

i progetti moderni di educazione sessuale perché permette di identificare e affrontare con maggiore consapevolezza i pregiudizi ancora presenti, adattando le iniziative alle resistenze culturali che possono persistere. Capire le radici storiche di tali atteggiamenti ci aiuta a costruire **progetti** più efficaci e inclusivi, che **rispondano alle reali necessità delle persone e promuovano un cambiamento duraturo.** Inoltre, riconoscere l'evoluzione avvenuta ci motiva a continuare a sviluppare percorsi educativi che favoriscano il rispetto e la consapevolezza, così da costruire una **società sempre più libera da tabù e pregiudizi.**

L'educazione sessuale è fondamentale per costruire una **società informata, sicura e rispettosa delle diversità.**

Negli ultimi 60 anni, il suo sviluppo ha portato numerosi benefici: ha contribuito a **ridurre gravidanze indesiderate e malattie sessualmente trasmissibili**, e ha aperto il dialogo su temi delicati come consenso, identità di genere e orientamento sessuale. Questo ha **migliorato la salute e il benessere delle persone**, permettendo loro di vivere la propria sessualità in modo responsabile e libero da pregiudizi.

L'evoluzione dell'educazione sessuale ci insegna che non solo promuove la sicurezza fisica, ma è anche fondamentale per costruire una **cultura di uguaglianza e rispetto**, capace di **sfidare stereotipi e discriminazioni.**

2.1.5 Problemi riscontrati

L'assenza di educazione sessuale e affettiva nelle scuole, però, lascia un **vuoto formativo** che i ragazzi cercano di colmare in modo autonomo. Secondo un'indagine nazionale del 2018 del Ministero della Salute sulla Salute sessuale e riproduttiva degli adolescenti circa **l'89% dei ragazzi e l'84% delle ragazze cerca questo tipo di informazioni su Internet, esponendosi così a vari rischi.** Questo studio ha evidenziato come le fonti istituzionali, come la scuola o i consultori, siano spesso poco utilizzate, con il **29% dei maschi e il 16% delle femmine che non conoscono nemmeno l'esistenza dei consultori.**

In primo luogo, l'assenza di informazioni strutturate, porta molti ragazzi a **cercare risposte in fonti non attendibili**, con il rischio

di assimilare informazioni errate o distorte riguardo alla sessualità, alla contraccezione e alle malattie sessualmente trasmissibili. Questo può contribuire ad una **disinformazione generalizzata** e alla **perpetuazione di miti legati alla sfera sessuale.**

Un altro tipo di problema rilevante è **l'aumento del rischio di gravidanze indesiderate** tra gli adolescenti, specialmente in contesti dove la contraccezione non viene discussa apertamente o è considerata un tabù. Senza un'educazione sessuale opportuna, i giovani rischiano di non sviluppare una corretta consapevolezza riguardo ai propri diritti e al concetto di consenso, rendendoli **vulnerabili a situazioni di abuso o coercizione.** Un'altra conseguenza riguarda il **rafforzamento di stereotipi di**

genere e pregiudizi legati all'orientamento sessuale, così come una **visione distorta delle relazioni affettive**, che alimenta dinamiche di disuguaglianza e di discriminazione. Questa carenza, inoltre, può influire negativamente sullo sviluppo dell'autostima e della consapevolezza del proprio corpo, portando difficoltà nella costruzione di un'identità sessuale e relazionale sana.

2.1.6 La famiglia

In Italia, come riportato nell'articolo precedentemente citato, la **visione della sessualità è profondamente influenzata da fattori culturali, religiosi e sociali** che variano a seconda delle generazioni e delle aree geografiche. Mentre le nuove generazioni sono generalmente più aperte e progressiste, le radici cattoliche del paese continuano a influenzare in maniera significativa le opinioni su temi legati alla sfera sessuale.

Secondo lo studio, la **visione della sessualità** in Italia è stata storicamente **legata alla morale cattolica**, con un forte accento sulla castità e sull'importanza della sessualità all'interno del matrimonio. La visione della sessualità era centrata sulla **procreazione e sull'unità coniugale tradizionale**.

Questo ha portato ad una certa stigmatizzazione dei rapporti prematrimoniali, della contraccezione e, più recentemente, dei diritti LGBTQIA+.

La famiglia rimane uno degli attori più influenti nella formazione delle idee sulla sessualità. In molte famiglie italiane, **i genitori spesso faticano ad affrontare apertamente argomenti legati alla sessualità**, considerandoli inappropriati e imbarazzanti.

Secondo un'indagine nazionale del Ministero della Salute pubblicata nel 2019, **la famiglia è un contesto in cui difficilmente si affrontano temi come la sessualità**, le infezioni sessualmente trasmissibili o la contraccezione, spesso per **l'imbarazzo che si genera sia nella giovinezza che nei genitori**.

La paura di essere giudicati o fraintesi può spingere i ragazzi ad evitare il discorso, preferendo cercare informazioni altrove, magari attraverso amici o il web. Inoltre, esiste una **mancanza di modelli di dialogo aperto e informale tra genitori e figli su questi temi** e questo contribuisce a creare un silenzio dannoso.

2.1.7 La pornografia

In **Italia**, la mancanza di un'educazione sessuale strutturata, sia a scuola che in famiglia, spinge molti giovani a cercare informazioni altrove, alimentando l'uso della **pornografia come principale fonte di informazione alla sessualità**. Secondo gli studi della criminologa e ricercatrice presso la Middlesex University di Londra Elena Martellozzo e della Polizia Postale, si è scoperto che **tra i 14 e i 17 anni**, circa il **44% degli adolescenti italiani consuma pornografia**, che spesso contribuisce alla **creazione di un ideale di sessualità distorto e non conforme alla realtà**.

La pornografia, infatti, è in grossa parte responsabile del perpetuarsi dell'idea di sessualità ed erotismo come violenza e sottomissione. Viene dimostrato, infatti, che chi

consuma regolarmente questo tipo di contenuti è **più propenso ad avere atteggiamenti sessisti e aggressivi**.

Questo fenomeno è il risultato di un vuoto educativo che lascia i giovani senza strumenti adeguati per comprendere in modo sano la propria sessualità.



2.2 Benefici sociali dell'educazione sessuale e affettiva

Educare alla sessualità e all'affettività significa **promuovere la conoscenza e la consapevolezza delle proprie emozioni**, con l'obiettivo di imparare a riconoscerle e gestirle. Un'educazione sessuale e affettiva inclusiva ben strutturata non ha solo effetti positivi sui singoli individui, ma **genera benefici significativi per l'intera società a lungo termine**.



Ricerca Santelli 2018

Un'importante ricerca condotta da Santelli et al. (2018) ha fornito dati significativi su come l'**educazione sessuale inclusiva** possa **influenzare positivamente non solo la salute sessuale dei giovani, ma anche la loro percezione di sé e degli altri**, con conseguenze a lungo termine sulla coesione sociale e sul benessere individuale. Lo studio si è concentrato sull'efficacia dei programmi di educazione sessuale comprensiva implementati in diverse scuole negli Stati Uniti.

Questi programmi si differenziano da quelli tradizionali in quanto trattano non solo la **prevenzione delle malattie sessualmente trasmissibili e delle gravidanze indesiderate**, ma **anche tematiche quali il consenso, le relazioni affettive, l'identità di**

genere e l'orientamento sessuale. La ricerca ha coinvolto un campione rappresentativo di adolescenti, analizzando gli effetti di questi programmi sul comportamento sessuale, sull'autostima e sul benessere psicologico a lungo termine.

Gli adolescenti che hanno partecipato a questi programmi hanno mostrato una **maggiore consapevolezza delle proprie scelte sessuali**, con una **riduzione significativa di comportamenti a rischio**. In particolare, è emerso che i giovani esposti a un'educazione sessuale comprensiva sono **più propensi a ritardare l'inizio dell'attività sessuale e a utilizzare metodi contraccettivi in modo coerente rispetto ai coetanei** che non hanno ricevuto una formazione simile. Questo dato è

particolarmente importante nel contesto della prevenzione sanitaria, poiché contribuisce a **ridurre l'incidenza di gravidanze e la diffusione di malattie sessualmente trasmissibili**.

Uno degli aspetti centrali della ricerca è anche l'**analisi degli effetti psicologici dell'educazione sessuale inclusiva**. Gli adolescenti coinvolti nei programmi che affrontavano tematiche legate all'orientamento sessuale e all'identità di genere hanno dimostrato un **miglioramento dell'autostima e della percezione del proprio corpo**. Questo è particolarmente evidente tra i giovani che appartengono alla comunità LGBTQIA+, per i quali un ambiente scolastico che promuove l'**inclusività e il rispetto delle**

diversità si è rivelato fondamentale per **ridurre sentimenti di isolamento, vergogna e confusione** riguardo alla propria identità.

La ricerca ha evidenziato come un'educazione sessuale che si estenda oltre la dimensione puramente biologica possa favorire il benessere mentale e la crescita emotiva degli adolescenti, fornendo loro strumenti per affrontare con consapevolezza e sicurezza la propria sessualità.

Oltre ai benefici individuali, la ricerca sottolinea come **l'educazione sessuale inclusiva influisca anche sulle dinamiche sociali tra adolescenti.**

I programmi che affrontano temi come il rispetto delle differenze di genere e orientamento sessuale hanno portato a una **diminuzione degli atteggiamenti omofobi e**

sessisti tra gli studenti.

In particolare, i giovani esposti a questi programmi hanno sviluppato una **maggiore empatia e apertura verso le esperienze altrui**, promuovendo così un ambiente scolastico più inclusivo e rispettoso. Questo ha implicazioni sociali rilevanti, in quanto **riduce fenomeni di bullismo e discriminazione**, migliorando la qualità delle relazioni interpersonali tra adolescenti.

I risultati della ricerca, per concludere, evidenziano come un'educazione sessuale ben strutturata non solo migliori il benessere individuale, ma abbia anche **effetti positivi a livello sociale**. Gli adolescenti che crescono in un contesto educativo che promuove il rispetto delle differenze e la comprensione del consenso tendono a sviluppare

relazioni interpersonali più sane e basate sull'uguaglianza.

Questo si traduce in una riduzione delle disuguaglianze di genere e in una maggiore coesione sociale.

2.3 Educazione sessuale ed affettiva nell'era digitale

Negli ultimi decenni, l'avvento di Internet e delle piattaforme digitali ha trasformato radicalmente **l'accesso all'informazione sessuale**, soprattutto per i giovani. Questa accessibilità presenta, però, delle **opportunità**, ma anche dei **rischi**.



2.3.1 Pro

Uno dei principali vantaggi di Internet è l'**accesso immediato** e **diversificato** a qualsiasi tipo di informazione. I giovani, spesso timorosi o imbarazzati nel chiedere ai propri genitori o agli insegnanti informazioni su temi intimi, trovano in Internet uno spazio dove possono esplorare la propria sessualità in modo **anonimo** e **autonomo**. Piattaforme come **Planned Parenthood**, **Scarleteen** e siti di organizzazioni internazionali come **Unesco** offrono **risorse educative affidabili**, aggiornate e orientate alla promozione di comportamenti sessuali sicuri e responsabili. Inoltre, le piattaforme

digitali permettono ai giovani di accedere a contenuti che promuovono una visione positiva e inclusiva alla sessualità.

Ad esempio, i social media sono diventati uno spazio per l'attivismo e la **sensibilizzazione su tematiche LGBTQIA+**, permettendo ai giovani di confrontarsi con storie ed esperienze che non trovano canali educativi formali. Gli **influencer** e i **content creators** che si occupano di salute sessuale e affettiva forniscono un **linguaggio** più **accessibile** e vicino alla cultura giovanile, riducendo la distanza tra l'informazione

accademica e il vissuto quotidiano degli adolescenti.

Un caso emblematico è rappresentato dalla piattaforma **TikTok**, dove professionisti della salute e divulgatori scientifici creano contenuti educativi su sessualità, contraccezione e malattie sessualmente trasmissibili, raggiungendo milioni di giovani in tutto il mondo. Grazie alla **facilità di accesso** a questi contenuti, molti adolescenti hanno la possibilità di informarsi in modo autonomo.



2.3.2 Contro

Nonostante i numerosi vantaggi, l'accesso digitale all'informazione sessuale presenta anche **notevoli rischi**. Uno dei principali è la difficoltà per i giovani di **distinguere le fonti affidabili e i contenuti inaffidabili o distorti**. La mancanza di un filtro critico adeguato può portare a fraintendimenti o a un'informazione inaccurata, con conseguenze negative sulla percezione della sessualità e sulla salute sessuale. Ad esempio, alcuni giovani si affidano alla **pornografia** come principale fonte di informazione sessuale, nonostante essa offra una

rappresentazione distorta e irrealistica della sessualità.

Studi come quello condotto da Peter e Valkenburg (2016) hanno dimostrato che un'esposizione elevata alla pornografia può influenzare negativamente il comportamento sessuale e le aspettative relazionali degli adolescenti, alimentando stereotipi di genere e promuovendo una visione riduttiva delle dinamiche di coppia.

Un altro problema riguarda l'**accesso involontario** a contenuti espliciti o inappropriati. Secondo una ricerca condotta da Ofcom

(2020), molti adolescenti sono esposti a contenuti pornografici già a partire dai 13 anni, spesso senza la supervisione o il supporto necessario per interpretare correttamente tali informazioni. Questo può generare confusione e ansia rispetto alla propria sessualità, specialmente se non accompagnato da un'educazione sessuale formale che aiuti a contestualizzare tali esperienze.

Inoltre, l'iper accesso all'informazione sessuale digitale ha anche un impatto importante sulla **socializzazione** e sulle **dinamiche interpersonali**.



L'utilizzo di app di incontri come **Tinder** e **Grindr**, molto popolari tra i giovani, ha reso più immediato e facile l'incontro con potenziali partner, ma ha anche sollevato preoccupazioni riguardo alla **superficialità delle relazioni e al rischio di comportamenti sessuali non sicuri**.

Uno studio di Hobbs et al. (2017) ha evidenziato come l'uso frequente di queste app sia associato a una maggiore incidenza di incontri occasionali e, in alcuni casi, a una **riduzione dell'uso del preservativo**, con potenziali rischi per la salute sessuale.

Per concludere si può dire che le piattaforme digitali offrono la possibilità di **recuperare informazioni in modo autonomo e veloce**.

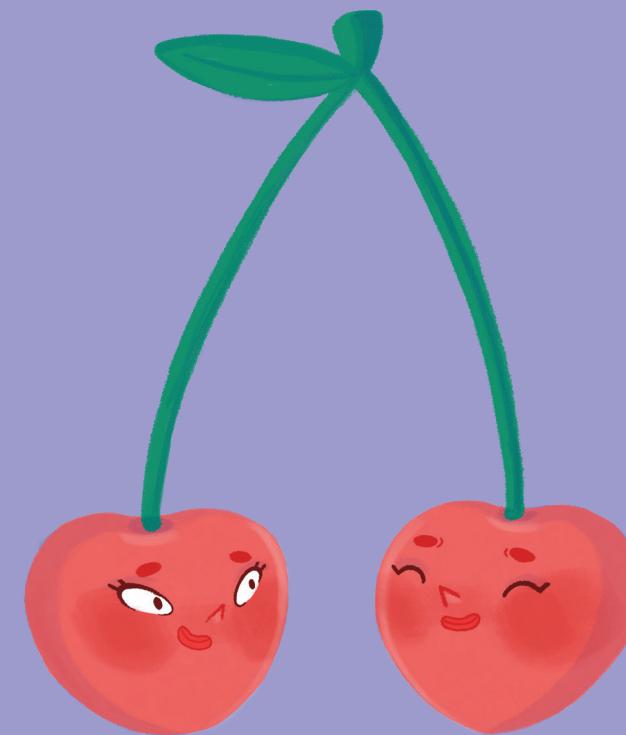
Dall'altro lato, però, l'assenza di una guida critica nell'utilizzo di tali risorse può portare a **distorsioni, comportamenti a rischio e ad una comprensione superficiale e sbagliata della sessualità**.

2.4 Casi studio

Inizialmente abbiamo condotto un'analisi preliminare approfondita su **casi studio esistenti, digitali e non**, riguardanti l'educazione sessuale e affettiva per comprendere meglio quali fossero i **servizi disponibili già esistenti, le tematiche trattate** e il **target di riferimento**.

Questa analisi ci ha permesso di individuare le lacune dei servizi offerti, la fascia d'età lasciata scoperta e di conseguenza i loro bisogni in tale panorama.

Oltre ad un'**analisi contenutistica**, abbiamo effettuato anche un'**analisi estetica**, nell'ottica di evidenziare gli aspetti stilistici positivi e negativi di ogni servizio.



2.4.1 Casi studio contenutistici

1. Consultorio Giovani

Il **Consultorio di Torino** mette a disposizione medici ed operatori specializzati che offrono **ascolto e consulenza** e svolgono **attività sulla prevenzione, sull'educazione sessuale e affettiva, sull'uso della contraccezione e sulla prevenzione delle infezioni sessualmente trasmissibili**. Offrono sostegno nella scelta di proseguire o interrompere una gravidanza, consulenze psicologiche e **promuovono il benessere psicofisico e sessuale**.

Queste attività sono specialmente dedicate ai giovani di età compresa **tra i 13 e i 21 anni**.

Queste informazioni sono reperibili dal **sito del Consultorio Giovani**. Nonostante i contenuti siano rivolti ad un pubblico giovane, il sito presenta uno **stile asettico e scarno**. Non fa scaturire sentimenti di sicurezza e coinvolgimento emotivo, che sarebbero invece necessari all'apprendimento delle tematiche trattate.

The screenshot shows the website for Azienda Sanitaria Locale "Città di Torino" in the Piemonte region. The page is titled "Consultorio Giovani". The header includes navigation links such as "Amministrazione Trasparente", "WhistleblowingPA", "Albo Pretorio", "URP", "Bandi ed esiti di gara", "Concorsi pubblici", "PNRR", "Portale Fornitori", and "Privacy". There is also a search bar and a "Seguici su:" section with social media icons for Facebook and Twitter. The main content area contains the following text:

Home > Consultorio Giovani > Consultorio Giovani

Consultorio Giovani

E' un servizio riservato a giovani nella fascia di età 13-21 anni.

Offre ascolto e consulenza svolgendo attività sulla prevenzione, sull'educazione all'affettività-sessualità, sull'uso della contraccezione e sulla prevenzione delle infezioni sessualmente trasmesse. Mette a disposizione medici e operatori specializzati.

E' possibile accedere al Consultorio Giovani, senza impegnativa medica; l'accesso è gratuito

**Orari di apertura al pubblico:
(PER LA VALUTAZIONE E LA PRESE IN CARICO DELLE RICHIESTE OCCORRE PRESENTARSI ENTRO LE ORE 15.00):**

- Lunedì: su prenotazione
- Martedì: 13.30 – 16.30 accesso diretto
- Mercoledì: 13.30 – 17.30 accesso diretto
- Giovedì: 13.30 – 16.30 accesso diretto

Per informazioni è possibile contattare il seguente numero di telefono: 320.4323798

[Presentazione consultorio giovani \(aggiornamento febbraio 2024\)](#)

On the right side of the page, there is a section titled "Controlla la tua salute online!" with a photo of a family. The text below the photo reads: "Un'area personale che ti permette di avere un accesso semplice e diretto ai servizi online della sanità piemontese. Richiedi le credenziali presso gli sportelli della tua ASL. Lascia il tuo indirizzo email e sarai sempre informato."

At the bottom of the page, there is a "Come fare per" section with a link: "Accedere al Fascicolo Sanitario Elettronico – FSE".

2. Cioè

È una **rivista settimanale tascabile** rivolta ad un pubblico adolescenziale e preadolescenziale principalmente di sesso femminile che tratta temi legati alla moda, alla musica, al cinema, alla cronaca rosa, all'amore e alla sessualità. Nato negli **anni '80** divenne ben presto, soprattutto per la sua **funzione pedagogica sul sesso**, un giornale "trasgressivo": parlava in modo strutturato di cose di cui nessuno discuteva, dando risposte a domande che nè a scuola, nè a casa le ragazze osavano fare.

Con la **consulenza di psicologi, dietologi, ginecologi, sociologi e sessuologi**, la rivista aveva rubriche dedicate alla **salute sessuale e riproduttiva**, e intere pagine con le **domande delle lettrici** a cui venivano date **risposte corrette e informate**.

Spesso al centro del giornale, fatti di carta diversa e stampati a due colori, erano presenti degli **inserti chiusi più approfonditi**, da aprire con le forbici solo se ci si sentiva di farlo. Al loro interno si potevano trovare informazioni sulle

mestruazioni, sulla **contraccezione**, sui **consultori**, sul **funzionamento degli organi genitali**. Staccando questi inserti ne risultava un **manuale completo di educazione sessuale**.

La rivista aveva anche un grande impatto nel creare **modelli estetici** e di stile per le adolescenti. I servizi fotografici sulla moda, i consigli di bellezza e le interviste con le celebrità del momento erano seguiti con grande interesse. I **poster** di cantanti, attori e personaggi televisivi che

venivano distribuiti con il giornale erano un must per decorare le stanze di tantissime ragazze.

Un altro aspetto fondamentale di "Cioè" era la sua capacità di **creare una comunità tra le lettrici**. In un'epoca senza social media, "Cioè" fungeva da **canale di comunicazione e scambio di esperienze** per una generazione di adolescenti che cercava di trovare la propria identità.



Il linguaggio utilizzato era **semplice, immediato e accessibile**, ma anche **coinvolgente**. Era scritto in modo informale, quasi confidenziale. Questo tono comunicativo contribuiva a creare un legame di **fiducia** con le lettrici, che si sentivano libere di **porre domande senza essere giudicate**.

Dal punto di vista estetico, i Cioè riflettevano le **tendenze visive dell'epoca**. La **copertina** era sempre **colorata e vivace**, con **immagini accattivanti** di star del

momento, cantanti o attori che le adolescenti ammiravano. Questo stile visivo era fondamentale per **attirare l'attenzione in edicola**. Il layout interno era altrettanto importante: spesso **suddiviso in sezioni chiare** e ben strutturate, la rivista faceva un uso abbondante di **fotografie, colori vividi e grafiche pop** che richiamavano l'estetica giovane e dinamica degli anni '80. L'impaginazione era dinamica e studiata per mantenere l'attenzione delle lettrici,

alternando **articoli approfonditi** a **brevi pillole di gossip, quiz divertenti e test psicologici**.

Nel complesso si può dire che l'estetica e la comunicazione dei Cioè **rifletteva i sogni e le aspirazioni delle adolescenti di quell'epoca**, offrendo loro una sorta di **guida stilistica e sociale**.



3. MySecretCase

È una **piattaforma italiana di e-commerce** nata nel 2014, specializzata nella **vendita di sex toys, lingerie e prodotti legati al benessere sessuale**.

Indirizzata principalmente ad un pubblico maturo, il suo obiettivo è quello di **promuovere una sessualità consapevole, libera da tabù e stereotipi**, con un focus particolare sull'empowerment femminile e sulla **normalizzazione del piacere sessuale**, sia individuale che di coppia. La **comunicazione** di

MySecretCase si distingue per essere **trasparente, empatica e priva di volgarità**.

L'azienda adotta un **approccio educativo e inclusivo**, affrontando la sessualità in modo positivo, con un **linguaggio diretto**, ma delicato, che vuole sdoganare il piacere come parte naturale e sana della vita di ognuno.

Il sito, infatti, propone anche **articoli, guide, e contenuti multimediali** su argomenti legati al benessere sessuale. Ci sono rubriche che spiegano come usare i prodotti, consigli sulle



dinamiche di coppia, e suggerimenti per esplorare la propria sessualità in modo consapevole. L'azienda è anche molto presente sui social, specialmente su **Instagram**, sul quale offre **consigli educativi su sessualità e relazioni**, e coinvolge la community **contenuti interattivi**. Utilizzano un **tono di voce informale, ironico, empatico e inclusivo**. È **confidenziale e rispettoso**, pensato per creare un ambiente sicuro e privo di giudizi, che incoraggi l'esplorazione e la consapevolezza sessuale.

L'estetica dell'azienda è **raffinata e moderna**, con un **design minimalista e pulito**, che si discosta dall'immagine spesso volgare e stereotipata legata al mondo dei sex toys. L'idea è di far percepire il sex toy come un oggetto di benessere e piacere, non come un tabù o qualcosa di proibito. I **colori** utilizzati, spesso **pastello o neutri**, e le **grafiche eleganti**, contribuiscono a creare un ambiente accogliente e sicuro per gli utenti, che si sentono a proprio agio nell'esplorare i prodotti senza pregiudizi.

MYSECRET CASE®

4. 147 Pro Juventute

È un **servizio di consulenza svizzero gratuito**, rivolto principalmente ai giovani. Questa organizzazione di beneficenza, **contattabile chiamando** per telefono, **mandando un messaggio su Whatsapp** o **scrivendo un'e-mail**, offre un servizio di consulenza gratuito per giovani e non solo. Le tematiche che vengono principalmente trattate sono **amore, problemi personali, amicizie, fiducia in sé stessi, famiglia, social media e istruzione**.

Chiamando o scrivendo si ha la possibilità di confidarsi, chiedere consigli e ricevere **supporto da specialisti e consulenti**. È inoltre presente un **sito internet** in cui è possibile trovare i temi trattati, divisi in sezioni in cui vengono raccolte le domande più frequenti e alcuni approfondimenti riguardanti tematiche importanti.

Questo servizio è fondamentale per i giovani che si trovano in situazioni difficili e non sanno a chi rivolgersi. Offre un **sostegno immediato e professionale**,

prevenendo possibili escalation di problematiche personali o psicologiche. Inoltre, essendo **anonimo e gratuito**, abbassa le barriere d'accesso a chi potrebbe essere reticente nel cercare aiuto in maniera tradizionale.

147
PRO JUVEN TUTE

Temi Il tuo contatto con noi

Noi siamo al tuo fianco

A che cose stai pensando?

Vuoi contattarci direttamente?

Chiamaci al 147
Il modo più veloce per metterti in contatto con noi è chiamare il numero gratuito 147

Puoi scriverci un Whatsapp
Chatta con i nostri consulenti via Whatsapp

Puoi scriverci una e-mail
A volte è più facile scrivere

Scopri i nostri contenuti

5. Vaginaverso

Vaginaverso è un **progetto italiano** che si occupa di **educazione sessuale e consapevolezza femminile**, con un focus specifico sulla salute e la conoscenza del corpo femminile, in particolare dell'apparato genitale femminile.

Questo progetto ha l'**obiettivo di abbattere i tabù e i pregiudizi legati alla sessualità femminile**, fornendo informazioni scientificamente accurate e supportate da professionisti del settore sanitario.

Attraverso Vaginaverso, si offre uno **spazio di confronto e apprendimento** dove si parla apertamente di argomenti come mestruazioni, contraccezione, igiene intima, sessualità e malattie sessualmente trasmissibili. Utilizzando un **approccio diretto**, ma **rispettoso e inclusivo**, il progetto vuole promuovere una maggiore consapevolezza e fiducia nelle donne riguardo al loro corpo. Il progetto vive anche sui social mediante la pagina **@VaginaAcademy**, dove vengono svolte delle vere e proprie **lezioni**

tramite IG TV di salute intima, anatomia, psicologia ed educazione fisica. L'insegnante principale è **Ambra Garretto**, ginecologa da sempre attenta al tema della prevenzione tra le più giovani.

Il progetto vede la partecipazione di una **classe virtuale al femminile di influencers** che avranno l'opportunità di porre domande ed informarsi sull'argomento. Il progetto oltre ai contenuti online, offre anche **consulenze gratuite durante i loro eventi**.

La **community** della pagina **social è molto attiva** e vengono forniti format diversificati che affrontano una grande varietà di tematiche. L'**ambiente** creato è molto **confortevole e familiare** e sfrutta la presenza di influencer e personaggi di spicco per aumentare l'engagement.

Il **linguaggio** utilizzato è **informale**, la **conversazione** è **aperta** ed ognuno ha la possibilità di **esprimere la propria opinione o condividere le proprie esperienze personali**.



6. W L'Amore

Il sito web "W L'amore" nasce da un **progetto della Regione Emilia-Romagna in collaborazione con AUSL di Bologna.**

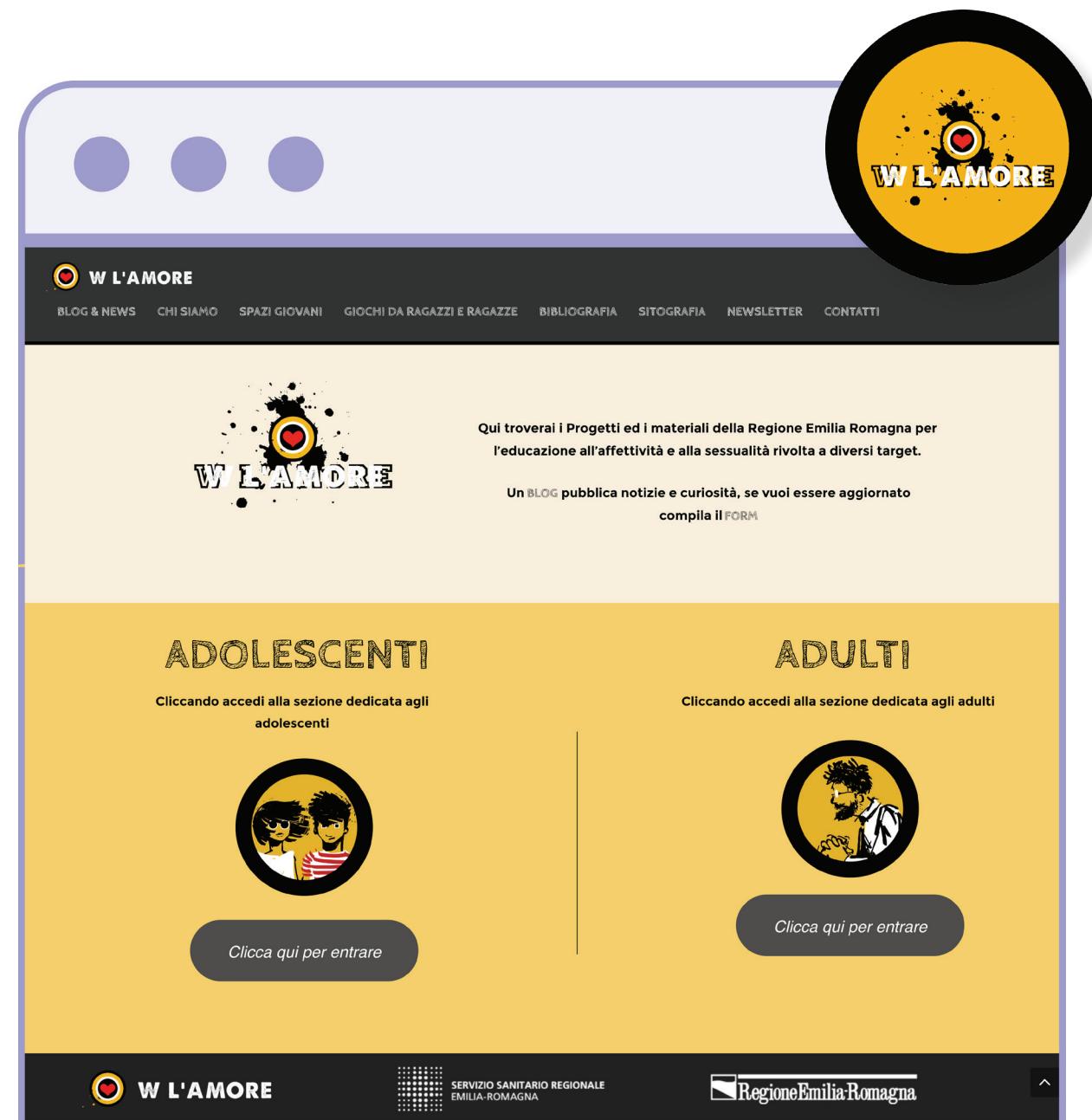
Il suo obiettivo principale è quello di **raccogliere e divulgare materiali per l'educazione affettiva e sessuale** costruiti, sviluppati e validati da operatori e operatrici degli Spazi Giovani delle Aziende Sanitarie della Regione Emilia-Romagna. Grazie a questi progetti la Regione garantisce una proposta formativa e informativa uniforme e articolata su tutto il suo territorio.

Questo progetto è rivolto a tutti, giovani e adulti: sul sito, infatti, si trovano due percorsi diversi, in base alle necessità del target considerato.

Sul sito è presente una sezione dedicata a **giochi propedeutici all'educazione affettiva e sessuale** per ragazzi e ragazze. I materiali sono divisi per argomento, tipologia e target e presentano una descrizione dei contenuti trattati. I materiali consentono approfondimenti su diversi temi:

emozioni, crescita, corpo, prima volta, contraccezione, gravidanza, infezioni sessualmente trasmissibili, innamoramento, orientamento sessuale e identità di genere, modelli e stereotipi di genere, amicizia, violenza, genitori e figli, immagine di sé, web e social media.

Nonostante il progetto abbia molto potenziale dal punto di vista contenutistico, **il sito è visivamente poco coinvolgente e il linguaggio utilizzato è poco empatico.**

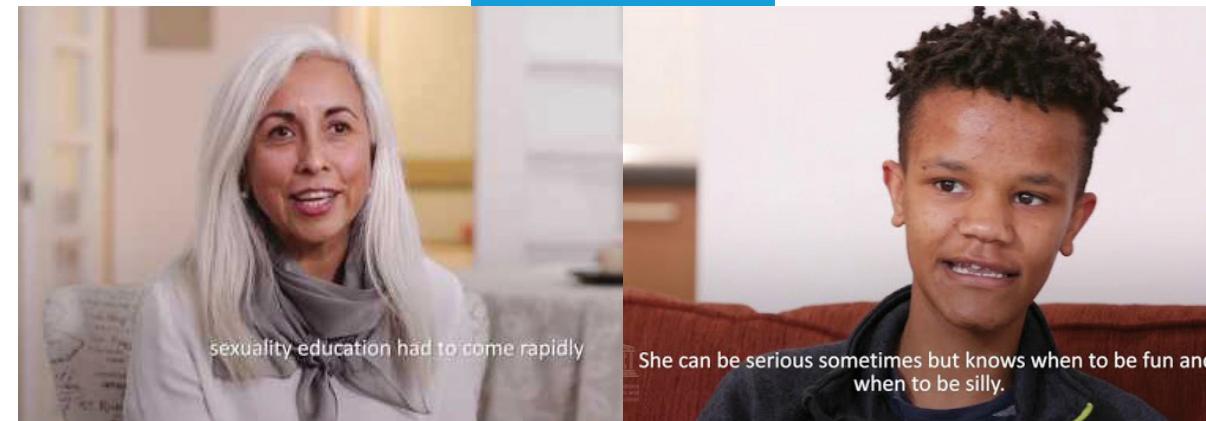


7. Campagna globale di educazione sessuale

La campagna di UNESCO "Foundation for Life and Love" (#CSEandMe) ha l'obiettivo di **promuovere l'educazione sessuale completa (CSE)** a livello globale. Lanciata nel 2018, questa iniziativa **evidenzia i benefici di una corretta educazione sessuale per i giovani**, fornendo loro conoscenze basate su dati scientifici riguardo relazioni, genere, pubertà e consenso.

La campagna enfatizza l'importanza di un'educazione che permetta ai giovani di prendere

decisioni informate sulla propria salute sessuale e riproduttiva, migliorando il dialogo su temi complessi come le relazioni e i cambiamenti fisici e emotivi.



8. Lines

Lines ha adottato negli ultimi anni un approccio divulgativo per la sua **comunicazione social**, anche grazie alle **collaborazioni con influencer e personaggi di spicco**. Il tipo di divulgazione che offre è prevalentemente **rivolto a persone di sesso e genere femminile**, ma, nonostante l'ambito di provenienza del brand, non si limita solo ed esclusivamente all'educazione sul ciclo mestruale.

Il target di riferimento, nonostante sia prettamente femminile, a livello di fascia di età è in realtà molto

vario e non ben definito; sui social si possono trovare articoli che affrontano temi legati alle prime volte, ma anche articoli riguardanti la menopausa, le conversazioni con i figli, l'orientamento sessuale e l'identità di genere.

È interessante l'**approccio in pillole**: sui social propongono **brevi video animati** in cui vengono date risposte a specifiche domande. Le **illustrazioni** permettono di spiegare bene un concetto, che magari, in altri modi, sarebbe difficile da affrontare a parole.



9. Durex

Durex è un **marchio di preservativi e lubrificanti** di proprietà dell'azienda Reckitt Benckiser. Presente in oltre 150 paesi e leader in oltre 40 di essi, Durex domina il 26% del mercato mondiale dei preservativi, garantendole il titolo di principale produttore di profilattici a livello globale. Durex si impegna, attraverso i propri canali e numerose iniziative, nella diffusione di una **sessualità libera e consapevole, per tutti**.

Durex riconosce l'importanza dell'**educazione sessuale** e

sostiene che questa sia un'**esigenza e una priorità fondamentale, in particolar modo nelle scuole**.

Per questo motivo ha realizzato il progetto **"A LUCI ACCESE"**, in collaborazione con ALA Milano Onlus e Skuola.net. L'Osservatorio Giovani e Sessualità è un progetto di ricerca sviluppato da Durex in collaborazione con Skuola.net. Attivo dal 2018, lo scopo dell'Osservatorio è **monitorare annualmente il rapporto tra i giovani e la propria dimensione**

affettiva e sessuale.

Ogni anno oltre 15.000 giovani tra gli 11 ed i 24 anni prendono parte all'Osservatorio, rispondendo al questionario di ricerca somministrato attraverso il portale Skuola.net. I dati rappresentati in questa pagina fanno principalmente riferimento all'attività di ricerca svolta nel 2023, che ha visto coinvolti 15.197 soggetti. L'Osservatorio Giovani e Sessualità, per il progetto di ricerca sviluppato da Durex in collaborazione con Skuola.net, ha realizzato un **sito**

internet dedicato, sul quale sono state riportate le domande e i dati più rilevanti emersi dal questionario di ricerca. Vengono raccontate le **confidenze** di oltre 15.000 giovani tra gli 11 e i 24 anni, che hanno deciso di parlare di affettività e sessualità senza tabù. Gli argomenti più ricorrenti sono la loro **prima volta**, le loro **abitudini sessuali**, ciò che fanno o cosa gli è stato insegnato sull'educazione sessuale.

Questo è un caso interessante perchè il marchio è riconosciuto

per le sue **campagne di sensibilizzazione sull'educazione sessuale e sulla promozione del sesso sicuro**, con un'immagine innovativa e responsabile. Non si parla solo di educazione sessuale dal punto di vista biologico/anatomico, ma anche di affettività, **piacere ed esplorazione**.

Molto interessante è anche la divulgazione sui **social**, in particolare su Tiktok. L'azienda ha introdotto da poco una rubrica dove due esperti rispondono a

tutti i dubbi e a tutte le domande dei giovani, riguardanti l'affettività e la sessualità. Per promuoverla ha coinvolto dei talent d'eccezione e vicinissimi alla Gen-Z: i cantanti **Diego Naska** e **Big Mama**.

SOPRATTUTTO QUI:

MENO DI 1 GIOVANE SU 2 usa regolarmente il preservativo*

*Fonte: Osservatorio Giovani e Sessualità 2024

OGGI È LA GIORNATA MONDIALE DELL'ASCOLTO

Che ne dite di aprire il dialogo in famiglia sulla sessualità?

A proposito...

A LUCI ACCESE promosso da durex

PARLARE DI SESSUALITÀ IN FAMIGLIA È COMPLICATO?

2.4.2 Casi studio estetici

10. SEXUal

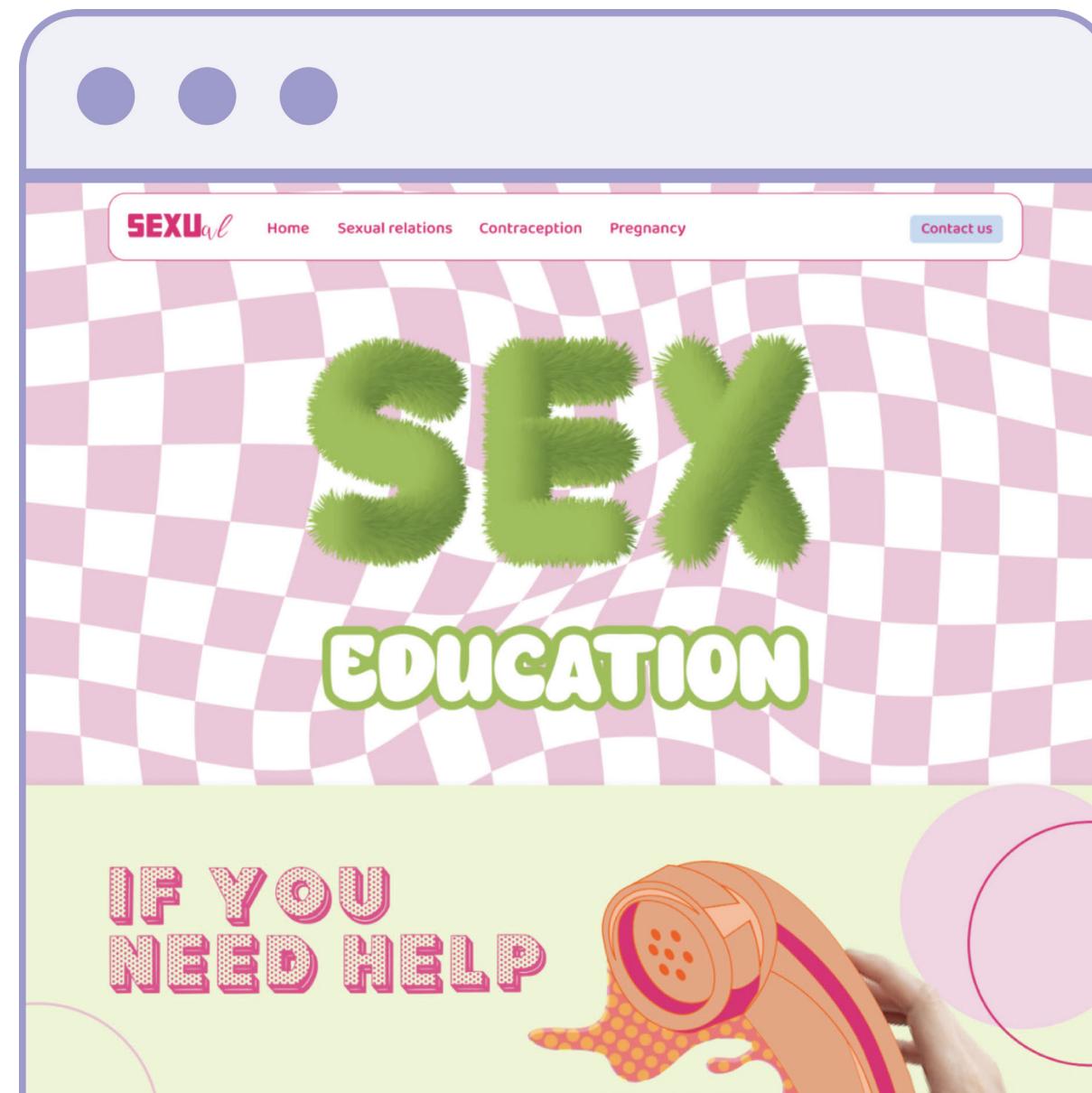
SEXUal è un **progetto ancora in fase sperimentale**. Si tratta di un **sito Internet che contiene informazioni su temi legati all'educazione sessuale**, ed è progettato prevalentemente per gli adolescenti.

Il problema primario che abbiamo riscontrato nella nostra analisi è che **non ci siano, su Internet, siti esteticamente e progettualmente appaganti e accattivanti che trattano queste tematiche**.

Affinchè un sito venga consultato, soprattutto da giovani, è

necessario che esso catturi l'attenzione e abbia un **linguaggio giovanile ed empatico**.

Questo progetto, sebbene ancora in fase concettuale, offre la giusta coesione tra informazioni educative e professionali e un gusto estetico moderno, fresco e accattivante.



2.4.3 Casi studio strutturali

11. Community Reddit

Reddit è un **social network di social news, intrattenimento e forum** dove gli utenti registrati possono pubblicare contenuti sotto forma di post testuali. Reddit è conosciuto per la variegata comunità di utenti che forniscono il social di contenuti. Questa eterogeneità permette di creare e mantenere attive aree di interesse profondamente diverse tra loro.

Sul sito sono presenti numerosissime community in cui **gli utenti possono pubblicare domande e post di altro tipo.**

Tra queste community c'è **"r/sexualhealth"**, una community internazionale, in lingua inglese, nella quale gli utenti possono porre domande di ogni tipo, legate alla **salute e a pratiche sessuali.** Le **risposte** a tali domande, però, vengono **date dagli stessi utenti;** non c'è dunque alcuna mediazione di esperti.

Nonostante, quindi, il social offra la possibilità di informarsi e di risolvere dubbi personali, **non vi è la certezza di ricevere risposte informate e sicure.**



The screenshot shows the Reddit interface with a search for "sexual health". The main content area displays several posts:

- Sexual health question** (5 votes, 5 comments) by r/AskDocs - 1mo ago.
- Men's sexual health** (5 votes, 15 comments) by r/menshealth - 10mo ago.
- Science Discussion: We are medical doctors who are experts on sexual health. Let's talk about sex, reproduction, STIs, and everything you wish your high school health class had covered!** (14K votes, 2.4K comments) by r/science - 6y ago.
- Question for you poly folks: how do you manage the sexual health logistics?** (7 votes, 10 comments) by r/polyamory - 6y ago.
- Sexual Health Clinic Advice** (10 votes, 20 comments) by r/london - 1mo ago.
- We're men's health experts, ask us anything about penis health!** (658 votes, 617 comments) by r/AmA - 2mo ago.
- Best Supplements for mens sexual health** (16 votes, 28 comments) by r/Supplements - 3y ago.
- We're men's health experts, specialising in sexual health, fertility and testosterone. Ask us anything!** (286 votes, 334 comments) by r/AmA - 6mo ago.
- Sexual Health Clinic Advice** (10 votes, 20 comments) by r/london - 1mo ago.

The right sidebar shows a list of communities related to the search, including r/MaleSexualHealth, r/SexualHealthMedicine, r/LGBTeens, r/Health, r/SexualHealthAustralia, u/sexualhealthvictoria, u/SexualHealthcareind, u/sexualhealthfears, u/sexualhealth01, and u/paulann1212.

12. Quora

È una **piattaforma forum** dove si possono **pubblicare domande e risposte su qualunque argomento**.

Vengono **raggruppate le domande in macro temi** e ciò consente agli utenti di votare quelli preferiti e aggiungere commenti. È un caso studio interessante dal punto di vista strutturale perché presenta **un'interfaccia semplice ed intuitiva**, una **politica di moderazione dei contenuti** e una **buona suddivisione degli argomenti**.



The image shows a screenshot of the Quora website interface. A large red circular logo with a white 'Q' is overlaid on the top right. The browser window displays the Quora search results for the query 'sexual health'. The interface includes a navigation bar with the Quora logo, home, list, share, user, and notification icons, and a search bar containing 'sexual health'. The main content area is divided into two columns: a left sidebar for filtering and a right main area for search results.

Per tipo

- Tutti i tipi
- Domande
- Risposte
- Post
- Profili
- Argomenti
- Spazi

Per autore

- Tutte le persone
- Persone che segui
- Autore

Per orario

- Da sempre
- Nell'ultima ora
- Ieri
- La scorsa settimana
- Il mese scorso
- L'anno scorso

Risultati per sexual health

Cosa fare dopo aver avuto un rapporto completo?
 Prince Samuel · Segui
 Lavora presso Carrefour (azienda) (2017–presente) · 3 anni
 1. Andate in bagno. Ciò che si dice sulla pipì dopo il sesso è vero, sostiene Sunny Rodgers, sex coach e rappresentante dell'American Sexual Health Association. 2. Scegliete biancheria traspirante. (more)
 Dai un voto positivo · 466 · 42 · 2

Come fanno le lesbiche a proteggersi dalle malattie sessualmente trasmissibili?
 Alessandro (Cas) Casarella · Segui
 Medical Doctor | Clinical Pharmacologist and Toxicologist · 4 anni
 La regola sarebbe quella di evitare il contatto diretto tra fluidi corporei e mucose, potenzialmente fonte di patogeni. Di conseguenza, l'uso di profilattici se c'è scambio di sex-toys e affini, o l'uso di guanti e il frequente lavaggio. (more)
 Dai un voto positivo · 6 · 2

Il consumo di noci può migliorare la soddisfazione sessuale oltre la semplice funzione erettile?
 Lisa Bend · Segui
 Esperto sanitario in Florida, USA · 3 lug
 Yes, nut consumption can improve sexual satisfaction beyond just erectile function. Nuts are rich in nutrients such as arginine, zinc, and healthy fats, which can enhance overall sexual health by improving libido, energy levels. (more)
 Dai un voto positivo · 1 · 2

Mia figlia 16 anni da quando è incominciata l'estate soffre di prurito vaginale. Quale lavanda usare che non sia chimica?
 Al Jimenez · Segui
 Esperto/a di Italiano · 1 anno
 Spot televisivo che affronta i problemi delle donne consigliando un APP WISP Private, Same-Day Prescriptions | Online Reproductive & Sexual Health Treatment https://www.youtube.com/watch?... (more)
 Dai un voto positivo · 2 · 2

13. Yahoo Answer

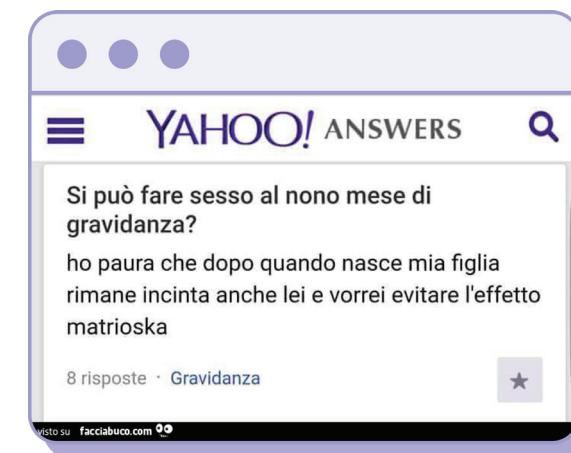
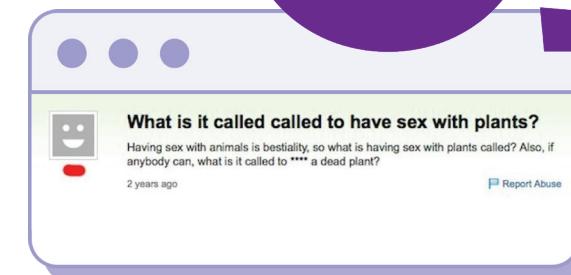
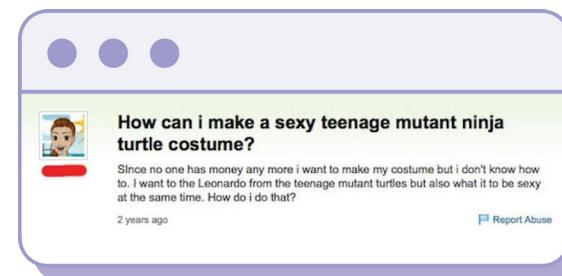
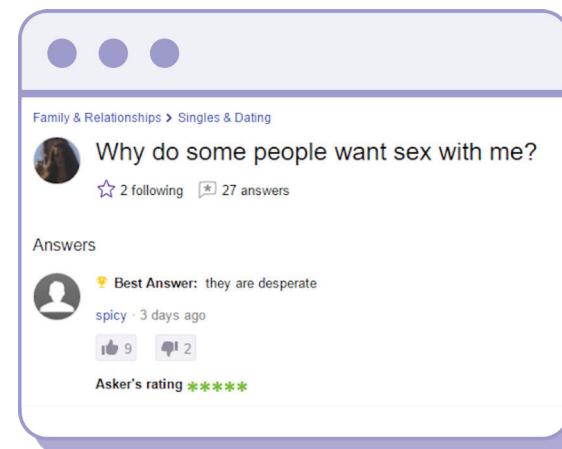
È un **portale che dà la possibilità agli utenti di caricare domande di qualsiasi genere in forma anonima**; chiunque ha la possibilità di rispondere, in qualsiasi modo e senza alcun tipo di moderazione. È una sorta di **forum aperto a tutti**, accessibile rapidamente e che risponde a qualsiasi domanda.

Il sito divenne famoso intorno al 2010 e rappresenta il primo esempio di un fenomeno culturale web i cui **contenuti erano user generated al 100%**.

Con il tempo però a causa della **mancanza di moderazione** dei contenuti, trasformò il portale in un contenitore di **domande assurde e risposte insensate**.

Una delle novità che rese, però, Answer così popolare fu il **sistema di punteggi e di ricompense virtuali** che spingeva gli iscritti a partecipare e a rispondere il più possibile: con un punteggio più alto l'utente poteva aumentare la sua credibilità sul sito ed essere considerato come più attendibile. L'obiettivo era quello di creare una

sorta di team autorevole capace di rispondere con cura ed efficacia alle domande. Il risultato fu, però, fallimentare per colpa di un sistema che non prevedeva **nessun controllo e nessun filtro**.



2.4.4 Casi studio di intrattenimento

14. HeiMi Salute e Prevenzione

La pagina **Instagram** di HeiMi si distingue per la sua **comunicazione scientifica** su temi legati alla salute e al benessere dei giovani, **utilizzando un format di video brevi come reels e TikTok**. Il team multidisciplinare di medici, sociologi e biologi affronta argomenti spesso considerati scomodi o delicati, come il consumo di alcol, il fumo, la sessualità, l'uso di droghe, i disturbi del sonno e l'alimentazione.

Il **tono è divulgativo**, ma **accessibile e coinvolgente**,

studiato per attrarre un pubblico giovane e sensibile a questi temi. La scelta di **video brevi e dinamici** permette di trasmettere informazioni scientifiche in modo **chiaro e diretto**, mantenendo **alta l'attenzione** degli utenti.



15. Big Mouth

Big Mouth è una **serie comedy animata per adulti** disponibile su Netflix, basata sulle vere esperienze degli autori: Nick Kroll e Andrew Goldberg.

La storia ruota principalmente attorno a Nick Birch e Andrew Glouberman, migliori amici e studenti delle medie a New York. All'arrivo della **pubertà**, che per Andrew si manifesta in modo più evidente e rapido, i due, così come i compagni di classe Jessi, Missy e Jay, cominciano a interrogarsi sui primi **turbamenti sessuali**,

accentuati dalla presenza dei cosiddetti **Mostrì Ormonali**, manifestazioni fisiche degli impulsi carnali che incitano i ragazzi a esplorare i propri corpi. Intervengono anche altre entità ultraterrene, come il fantasma del cantante Duke Ellington o il Mago della Vergogna, mentre gli **adulti si rivelano per lo più inutili nel cercare di aiutare i figli** ad attraversare un periodo difficile della vita.

Tra le tematiche trattate ci sono: i **cambiamenti fisici** e l'inizio della

pubertà, il desiderio sessuale e la masturbazione, il rapporto con la sessualità, il rapporto con i genitori, le mestruazioni.

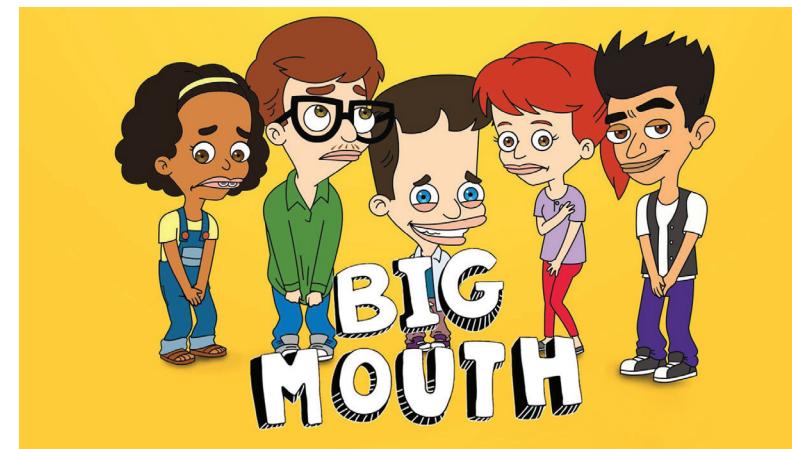
La serie **critica la superficialità con cui i temi dell'educazione sessuale vengono trattati da genitori e insegnanti** e mette in luce come gli adolescenti siano poco informati e poco supportati.

È un caso studio interessante perché **affronta in modo originale e senza filtri** temi legati alla pubertà, al sesso e alle emozioni che spesso vengono evitati nei

media tradizionali. Il suo **approccio comico e irriverente** riesce a rendere accessibili e comprensibili argomenti complessi come il consenso, l'educazione sessuale, e l'identità di genere. La serie rappresenta in modo creativo le esperienze emotive dei giovani durante l'adolescenza, fornendo al pubblico, soprattutto ai giovani adulti, **strumenti per riflettere** su temi delicati con un **tono leggero, ma educativo**. L'elemento innovativo è che **non solo diverte, ma educa**, rompendo

tabù e normalizzando conversazioni che spesso sono considerate imbarazzanti o difficili.

La serie può quindi essere vista come un **ottimo esempio di educazione sessuale attraverso i media**, mostrando come la narrazione può essere un potente strumento per l'apprendimento e la crescita personale.



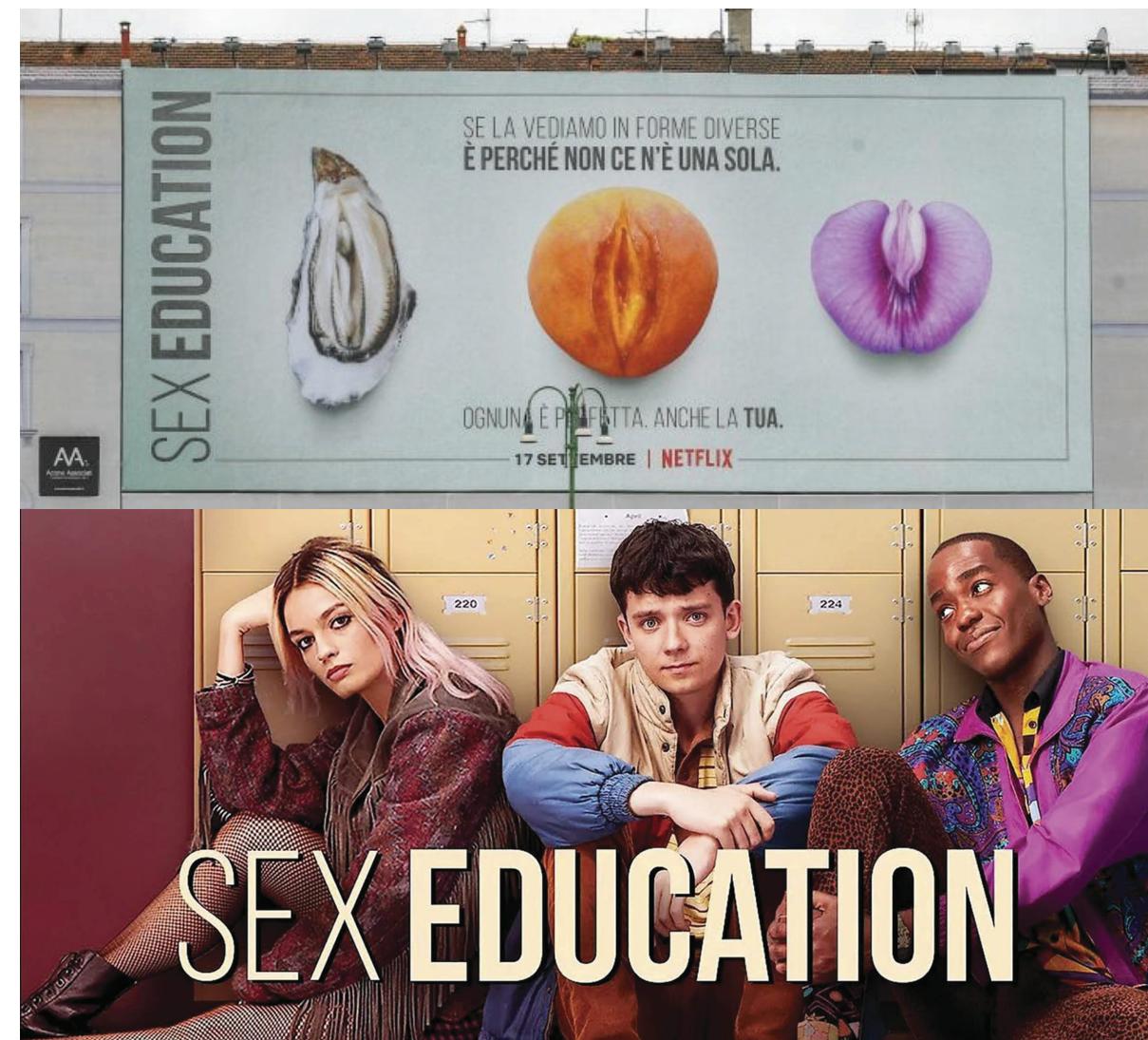
16. Sex Education

La **serie tv Netflix** "Sex Education", uscita nel 2019, è un'importante istituzione per quanto riguarda l'educazione sessuale degli ultimi anni. Nella serie si seguono le vicende di Otis Milburn, un giovane adolescente un po' impacciato, ma con una grande conoscenza riguardo al sesso grazie a sua madre, sessuologa. Otis organizza, insieme alla compagna di scuola Maeve Wiley, uno **sportello di educazione sessuale a pagamento per gli studenti del loro istituto**. Otis fornisce consigli ai propri

compagni riguardo la loro vita sessuale e relazionale mentre esplora la propria.

Uno dei punti di forza di questo show è il modo in cui vengono mostrate le **situazioni**: spesso sono **imbarazzanti**, creano **disagio** e portano a **domande scomode**. L'idea di educazione sessuale idealizzata, il mostrare come dovrebbero andare le cose in maniera ideale, è del tutto abbandonata in questa serie. Si mostra tutto in maniera autentica, veritiera, personale e diversa.

All'interno delle quattro stagioni vengono affrontate **numerossime tematiche** in maniera abbastanza approfondita da costituire una vera e propria educazione sessuale per gli spettatori.



Tra i temi principali troviamo:

Masturbazione

La serie cerca di smantellare i tabù che circondano questo argomento, spesso considerato imbarazzante, e lo fa con humor ed empatia.

Un esempio emblematico è rappresentato dal personaggio di Otis, che inizialmente ha un **rapporto conflittuale con la masturbazione**. Attraverso il suo percorso, la serie mostra come la masturbazione sia una **parte normale e positiva della crescita sessuale**, trattandola come un **atto naturale** che aiuta a conoscere il proprio corpo.

Aborto

Viene affrontato il tema in modo realistico e rispettoso. L'episodio riguarda **Maeve** e la sua decisione di interrompere una gravidanza indesiderata. La narrazione si concentra non solo sulla sua decisione, ma anche sulle sue **emozioni** e sull'**ambiente sociale che la circonda**.

La serie **evita giudizi morali**, dando invece spazio alla **complessità della scelta** e sottolineando l'importanza dell'**autonomia della donna**. Sex Education normalizza il dialogo sull'aborto, trattandolo come una **scelta personale** che merita **rispetto e comprensione**, sfidando i tabù e promuovendo una riflessione più aperta su un argomento spesso stigmatizzato.

Orgasmo

La serie esplora sia le difficoltà che le scoperte legate all'orgasmo, evidenziando quanto siano comuni i **fraintendimenti** su questo argomento.

La narrazione tocca anche l'importanza della **comunicazione nelle relazioni**, sottolineando come parlare apertamente con il partner possa migliorare la comprensione reciproca e il benessere sessuale.

Con il suo **approccio diretto e privo di giudizio**, Sex Education non solo normalizza la ricerca del piacere, ma invita gli spettatori a vedere l'orgasmo come un **elemento naturale e salutare della sessualità**.

Violenza sessuale

Questo tema è affrontato con grande sensibilità, mettendo in evidenza le **esperienze delle vittime**, le **conseguenze emotive e la necessità di sostegno**.

Aimee, subisce un'aggressione sessuale su un autobus.

Viene mostrato come **il trauma emerga gradualmente nella quotidianità**. La serie si concentra sull'importanza del **riconoscimento del trauma** e della **solidarietà femminile**.

Viene sottolineata anche l'importanza dell'**educazione al consenso** e della **necessità di abbattere i tabù legati alla denuncia di episodi di violenza**.

Identità di genere

La serie esplora il viaggio personale di chi cerca di comprendere e affermare la propria identità in un mondo che spesso pone limiti e stereotipi.

Un personaggio centrale in questa narrazione è **Cal**, una **persona non binaria che lotta per essere compresa e accettata all'interno del contesto scolastico**.

La sua storia mette in luce le difficoltà legate alla **conformità di genere in ambienti rigidi**, come l'uso di uniformi obbligatorie e spazi non inclusivi. Attraverso il suo punto di vista, la serie affronta temi come il **rispetto dei pronomi**, la **disforia di genere** e il **bisogno di creare ambienti più aperti e accoglienti per tutti**.

Asessualità

Il tema dell'asessualità emerge principalmente attraverso il personaggio di **Florence**, una studentessa che **si sente confusa perché non prova attrazione sessuale**. Rivolgendosi alla consulenza del protagonista Otis, Florence esprime la sua frustrazione per non rispecchiarsi nelle aspettative della società riguardo al desiderio sessuale. La serie si distingue per il modo in cui **normalizza l'asessualità**, evitando di patologizzare l'esperienza del personaggio.

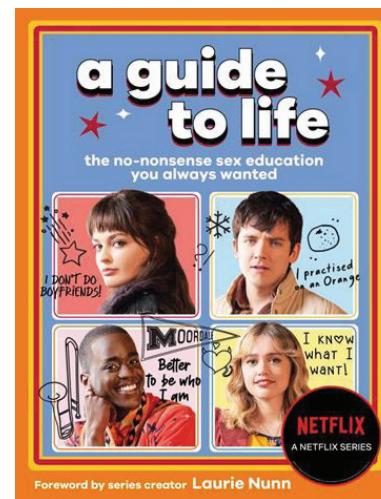
Desideri sessuali atipici

Il tema dei desideri sessuali atipici viene affrontato con delicatezza e ironia. Attraverso le esperienze dei personaggi, la serie esplora una **varietà di fantasie e preferenze**, come il BDSM, il feticismo e altre pratiche considerate non convenzionali, trattandole con **rispetto e senza giudizi**.

Viene sottolineata l'importanza del **consenso**, della **comunicazione** e dell'**autoaccettazione**, mostrando che i desideri sessuali atipici non definiscono una persona, ma sono parte della sua unicità.

LGBTQIA+

La serie si distingue per il modo **inclusivo** e approfondito con cui affronta il tema LGBTQIA+. Attraverso personaggi complessi e sfaccettati, la serie esplora le sfide, i pregiudizi e le gioie legate all'essere parte della comunità ed evidenzia la **necessità di un'educazione sessuale inclusiva che consideri le esperienze della comunità LGBTQIA+**.



Per la promozione di Sex Education, Netflix ha creato una vera e propria **campagna di sensibilizzazione ed educazione**, realizzando **contenuti social dal tono leggero**, organizzando emozionanti incontri sull'argomento, tappezzando la metropolitana di Milano con **affissioni dal tono provocatorio**. Tra le iniziative più coinvolgenti e dal forte impatto emotivo non si può non ricordare l'incontro organizzato nel gennaio del 2020, in occasione del lancio della seconda stagione, nella cui

narrazione è stato inserito un episodio di molestia sessuale, subita da Aimee su un autobus pieno di persone. Al **Covent Garden Hotel di Londra** è stato infatti **proiettato un video della durata di 40 minuti** in cui Laurie Nunn, insieme alle due attrici di Sex Education Aimee Lou Wood e Patricia Allison e alla fondatrice del sito Everyday Sexism, Laura Bates, discutono di eventi realmente accaduti e di quelli rappresentati nella finzione narrativa. Si tratta di quello che in ambito cinematografico è

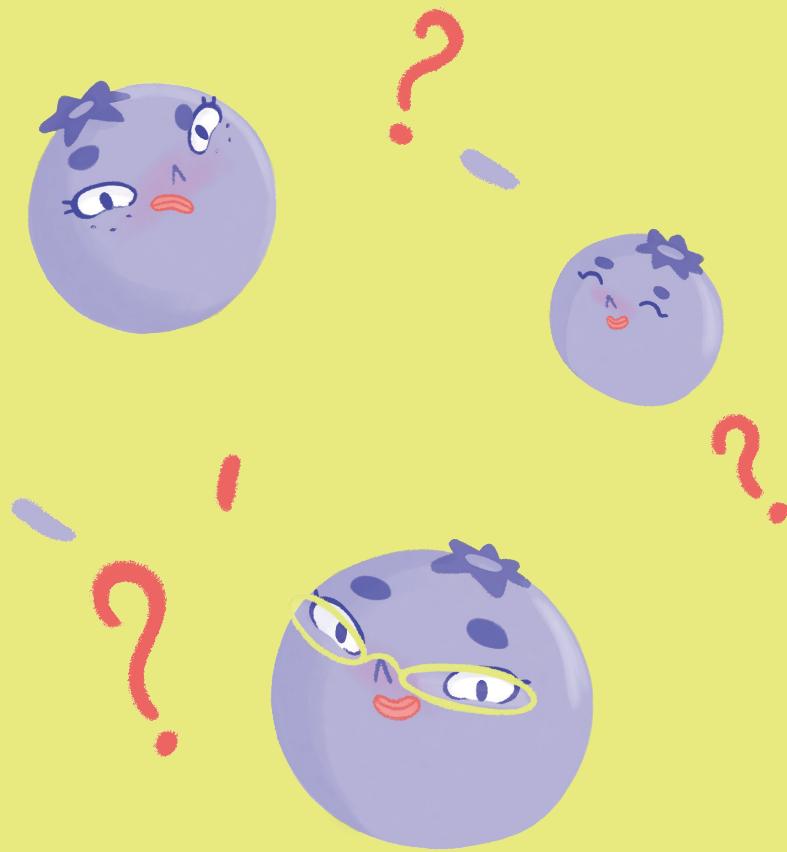


definito come **featurette**, un filmato che alterna **brevi scene tratte dal film a momenti di ideazione o realizzazione delle stesse**, e in questo caso Netflix vi ha fatto ricorso per promuovere un **dibattito sulla violenza sessuale** innanzitutto tra i presenti nella sala dell'hotel londinese.

2.5 Interviste

Per la realizzazione del progetto, durante la fase di ricerca è stata svolta una **raccolta dati attraverso le interviste**.

Le interviste, infatti, offrono l'opportunità di approfondire in modo **diretto e dettagliato** le **opinioni**, le **esperienze** e le **conoscenze di esperti e professionisti**. Questo strumento qualitativo ci ha permesso di far emergere aspetti interessanti al fine del progetto.



2.5.1 Croce Rossa italiana Giaveno

Abbiamo intervistato i membri della **Croce Rossa Italiana** per esplorare la possibilità di **avviare una partnership** e per **condurre una ricerca qualitativa su come vengono trattati i temi legati all'educazione sessuale**.

La loro vasta esperienza nel supporto verso i giovani ci ha permesso di approfondire le pratiche adottate, scoprendo che **ogni sezione CRI gestisce le proprie attività in modo autonomo**, pur seguendo delle linee guida generali emanate dal comitato nazionale.

In particolare, abbiamo avuto l'opportunità di confrontarci con

Nataly della CRI di Giaveno, per comprendere meglio come operano sul territorio e quale supporto potrebbero offrire nella nostra iniziativa.



Croce Rossa Italiana
Comitato di Giaveno

Nataly:

La scuola che stiamo seguendo da un po' di anni è il **Pascal, andiamo in tutte le terze e da quest'anno anche nelle seconde.**

Dal prossimo anno partiamo direttamente con le seconde.

Durante gli incontri i ragazzi sono con noi **senza professori** perché vogliamo che siano liberi di dire quello che vogliono. A questi incontri andiamo **noi volontari giovani**, anche perché magari un ragazzo di 16 si sente in soggezione con un volontario magari di 50. Facciamo una **parte di teoria spiegata in maniera non troppo approfondita**, e poi abbiamo delle attività interattive.

Ad esempio abbiamo quest'attività molto carina che io amo alla follia che si chiama **“Giovanni”**. Si tratta appunto di Giovanni che decide di avere un appuntamento su Tinder con questo ragazzo (o ragazza, in realtà non lo sappiamo) e bisogna fare delle scelte, alla fine delle scelte scopriamo se ha contratto una malattia o no. E poi facciamo tutta la **parte del consenso** con dei post-it, leggiamo cosa hanno scritto e poi dopo approfondiamo questa parola. Per spiegare il consenso partiamo dalla metafora del tè

Poi abbiamo tutta la parte di **anatomia del piacere**, facciamo le **zone erogene tramite dei pupazzetti**, loro hanno degli spilli e devono metterli dove ci sono le zone erogene. Poi tutta la parte dove **insegniamo ad usare i contraccettivi**, ecc.. Poi ci sono delle classi che ci fanno i palloncini, purtroppo capita, però riusciamo a creare quel clima dove loro sanno che non siamo lì per fare i professori, ma non siamo neanche lì per giocare.

Micaela:

Siete voi a gestire gli incontri e i contenuti o avete direttive dall'alto, nazionali?

Nataly:

No, no, siamo noi. Nel senso che **ogni comitato decide i suoi argomenti**, però appunto, siamo noi che progettiamo il tutto. Poi magari la Croce Rossa Italiana ci dice “concentratevi di più sulle malattie sessualmente trasmissibili”, però poi tutto il resto possiamo deciderlo noi tranquillamente.

Micaela:

E a livello di **materiali**: siete sempre voi a farli, vi vengono forniti?

Nataly:

Le **presentazioni le facciamo tutte noi**, anche **volantini** e altre cose, perché ne approfittiamo del fatto che il nostro delegato alla comunicazione fa questo di lavoro: è molto bravo con le grafiche, quindi ce le fa lui. Per il resto, l'unica cosa che ci manda il comitato nazionale sono i **volantini della campagna Love Red**, per le IST, ci mandano questi volantini con le informazioni dove poi noi **inseriamo i preservativi che diamo ai ragazzi**. Il nazionale ci manda i preservativi, però i loro sono brandizzati, altrimenti noi li compriamo di solito, oppure ci mandano i test rapidi per HIV e sifilide. Altrimenti **materiali e attività li troviamo tutti sulla piattaforma**.

Micaela:

Quindi l'età a cui vi rivolgete è **15/16 anni** in media?

Nataly:

Allora negli incontri sì, quelli in cui facciamo una vera e propria lezione. Mentre quando andiamo a fare la campagna in cui **testiamo i ragazzi per HIV e sifilide** facciamo fare i **test**

solo ai maggiorenni per una questione burocratica, mentre le attività le fanno tutti i ragazzi della scuola superiore in questione. Nelle **piazze**, invece, possono esserci sia persone di **13 anni fino a persone di 50**.

Micaela:

Avete mai pensato di introdurre l'attività di educazione anche nelle **scuole medie**?

Nataly:

Sì allora ci abbiamo pensato perché **ci è anche arrivata una richiesta da parte di una scuola di Buttigliera**. Noi vorremmo partecipare, l'unico problema è che ci **servono i volontari** che lo facciano. Alcuni di noi hanno più disponibilità, altri magari devono chiedere delle ferie per farlo, e quindi coprire il Pascal, soprattutto quest'anno che abbiamo il doppio delle classi, più la scuola di Buttigliera, era un disastro perché a livello di volontari non li copriamo, dato che servono dei volontari che siano qualificati. Però, sì, è una cosa che vorrei assolutamente fare. Ovviamente **li vanno fatte delle modifiche**, tipo il consenso lo puoi fare in maniera un po' più semplice, quando

vai a vedere le definizioni non le approfondisci troppo perché diventa complicato.

Micaela:

È quello che volevo chiederti, se anche **l'approccio cambia con l'età**. Perché noi ci siamo poste il problema, dato che comunque alle medie ci si imbarazza un pochino di più magari, e quindi forse ci va un tono di voce un po' più simpatico, che metta a proprio agio.

Nataly:

Si diciamo che già alle superiori cerchiamo di non arrivare lì con la voce già impostata e seria perché questo imbarazza i ragazzi, perché vedono un po' il distacco tra il volontario e l'alunno. Anche noi facciamo le **battute**, per **smorzare un po' la tensione** che ogni tanto si sente, e siamo molto amichevoli. Altra cosa che facciamo, che è importantissima per noi, e **non parlare mai seguendo un genere**, nel senso: quando parliamo di fidanzata o fidanzato, diciamo sempre i partner, senza mai dire “un” partner, perché magari una persona può averne più di uno. E quindi noi siamo molto attenti ad essere super generici e il più inclusivi

possibile, perché non dobbiamo escludere nessuno dai nostri esempi.

Per tornare al discorso delle **scuole medie**, un po', sì, cambia, si è **ancora più amichevoli**, magari si parla in modo di far capire ai ragazzi che siamo coscienti del fatto che loro devono ancora scoprirle certe cose. Si parla di **contraccettivi**, ad esempio, ma ci si sofferma sulle **zone del piacere**, ecc... Perché comunque bisogna pensare che alle superiori molti hanno già avuto delle esperienze, alle scuole medie sì, ma quelle sono delle eccezioni di solito.

Cambia sicuramente l'approccio e anche il tipo di attività.

Ad esempio l'attività di Giovanni andrebbe un po' rivisitata, invece quella delle zone erogene si potrebbe fare, ma secondo noi non è abbastanza in target. Perché mentre una persona un po' più grande sa che le zone erogene non sono sempre le classiche, ma può essere qualsiasi parte del corpo, dipende da che cosa piace alla singola persona, se vai alle medie potrebbe capitare che i ragazzi mettano gli spilli sempre nello stesso punto, e allora l'attività non ha senso perché diventa noiosa.

Micaela:

E fate un **ciclo di più incontri** per le attività educative?

Nataly:

Allora in realtà quei tre incontri che facevamo un po' di anni fa li abbiamo uniti in un'**unica mattinata di tre ore, tre ore con due classi**, per un'esigenza nostra: così se un volontario si prende una mattinata di ferie, ha già fatto sei ore in quattro classi.

A volte succede che ci dilunghiamo su un argomento, in un incontro di magari un'ora, e finisce che non completiamo la lezione ed interromperla risulta un problema.

Per questo abbiamo deciso di unire il tutto, facendo due classi alla volta. Se in una classe ci sono studenti molto uniti, è probabile che si distraggano frequentemente, poiché hanno molta confidenza tra loro. Al contrario, **se si formano due classi che non si conoscono bene**, pur mantenendo un buon livello di confidenza tra gli studenti, **la possibilità di distrazione sarà minore**. Questo accade perché gli studenti sono consapevoli che un comportamento negativo potrebbe creare problemi anche all'altra classe.

Inoltre, in alcuni casi, la **suddivisione** può avvenire anche **in base agli indirizzi di studio**, contribuendo ulteriormente a creare un ambiente più disciplinato e meno incline alla distrazione.

Micaela:

Quest'anno **quando si svolgeranno gli incontri?**

Nataly:

Allora, stiamo ancora facendo tutta la calendarizzazione, ma pensavamo di fare **entro dicembre tutte le terze**, mentre in **primavera iniziamo con le seconde**. Il **primo di Dicembre**, è la **giornata della sessualità a Giaveno**, vogliamo invitare tre persone a parlare di alcuni argomenti: violenza di genere e consenso, orientamento sessuale e identità di genere, ed infine la sessualità legata alla disabilità.

In quel giorno faremo anche i test per HIV e sifilide in piazza gratuiti per la popolazione.

Micaela:

Volevo farvi i complimenti per la cura che avete nell'inserire l'**inclusività** all'interno della

vostra educazione sessuale, soprattutto nei temi come orientamento sessuale e identità di genere.

Nataly:

Grazie. Attualmente stiamo approfondendo questo argomento, ma l'intenzione per il prossimo anno è quella di inserire un capitolo specifico dedicato a questo tema. Tuttavia, ci teniamo a sottolineare che siamo persone che preferiscono acquisire una **preparazione approfondita prima di trattare un argomento**, per evitare di non riuscire a spiegare correttamente o di generare fraintendimenti. Per questo motivo, riteniamo fondamentale formarci adeguatamente. Abbiamo anche somministrato un **questionario agli studenti**, i quali ci hanno manifestato il desiderio di affrontare questa tematica, suggerendo l'inclusione di un capitolo ad essa dedicato.

Di conseguenza, abbiamo deciso di investire nel nostro percorso formativo per poter affrontare l'argomento in modo più consapevole e approfondito.

In ogni caso, riteniamo che, quando si trattano temi delicati come la sessualità, ma

anche altre tematiche, sia di fondamentale importanza prestare attenzione all'inclusività, al fine di **evitare di escludere qualsiasi gruppo di persone**.

Micaela:

Riteniamo che sia estremamente importante affrontare questo tema. **Il nostro progetto è stato sviluppato pensando in particolare ai ragazzi tra i 12 e i 15 anni, con l'intento di fornire loro strumenti utili per una migliore comprensione di sé, anche in relazione all'orientamento sessuale**.

Molti adolescenti, infatti, potrebbero non essere consapevoli dell'esistenza di determinati orientamenti, e ciò può comportare una fase adolescenziale particolarmente turbolenta, anche a livello interiore. Per questo motivo, abbiamo scelto di intervenire in questa fascia d'età, offrendo loro la possibilità di acquisire queste informazioni con il tempo necessario per una comprensione più serena e consapevole.

Essendo Croce Rossa Italiana, in particolare Croce Rossa Italiana Giaveno, estremamente in linea con i nostri ideali e la nostra visione di educazione sessuale inclusiva, **ci è sembrata fin da subito una buona connessione da costruire con il nostro progetto, sia per rafforzarlo in termini di notorietà, sia per la grande esperienza e dedizione che ogni giorno i volontari mettono nelle loro attività**.

E sono proprio i volontari la componente che vorremmo tradurre anche nel nostro progetto: persone formate, capaci e accurate. **Appoggiarci ad una realtà come CRI ci permetterebbe accuratezza nelle risposte alle domande sul sito web, così come aumentare la notorietà del sito tramite degli incontri nelle scuole e attività nelle piazze**.

2.5.2 Consultorio Giovani

Abbiamo avuto l'opportunità di dialogare con il Consultorio Giovani per **esplorare la possibilità di collaborare al nostro progetto e per approfondire il loro approccio alle tematiche legate all'educazione sessuale.**

Durante la conversazione, è emersa una **visione strutturata e focalizzata sull'importanza di integrare attività educative nelle scuole e fornire risposte adeguate ai giovani.** Tuttavia, è apparso evidente che i tempi e le risorse attualmente a disposizione del Consultorio non consentirebbero una collaborazione immediata, specialmente entro le scadenze della nostra tesi di laurea.

Nonostante ciò, il Consultorio potrebbe rappresentare un **partner prezioso** per sviluppi futuri.

Il Consultorio Giovani si è mostrato **particolarmente interessato all'idea di creare una piattaforma online** che garantisca accesso a informazioni scientificamente valide per i giovani, sottolineando l'importanza di una **rete di supporto** composta da **figure professionali qualificate, come ostetriche e infermieri**, in grado di fornire risposte tempestive e accurate. Durante la discussione, è stato evidenziato il bisogno di **valutare attentamente la sostenibilità del progetto**, sia in

termini economici che **organizzativi**, per garantire la continuità e l'aggiornamento del servizio nel tempo.

Un aspetto chiave emerso dall'intervista è stato il **suggerimento di coinvolgere ulteriori attori istituzionali e accademici**, come i **corsi di laurea in Ostetricia e Infermieristica**, per fornire un contributo scientifico alle risposte sul sito e ampliare le possibilità di sperimentazione del progetto. Questo approccio collaborativo potrebbe garantire una maggiore efficacia del progetto, oltre a renderlo più accessibile e sostenibile.



Irene:

L'obiettivo principale di questa telefonata è il seguente: abbiamo sviluppato un'idea e stiamo lavorando alla realizzazione di un progetto che riteniamo interessante, ma **ci manca un ente scientifico che possa supportarlo e conferire maggiore solidità e credibilità.**

Roberta:

Vi vorrei fare una domanda rompi ghiaccio, poi ci raccontate voi cosa fate, avete per caso preso in considerazione una **collaborazione con il corso di laurea di ostetricia?**

Ilaria:

Inizialmente, abbiamo contattato la Croce Rossa, perchè sapevamo che erano già attivi nelle scuole e ci sembrava il partner ideale, dato che svolgono attività simili a quelle di cui avevamo bisogno per il nostro progetto. Tuttavia, a causa delle tempistiche, le lezioni iniziano troppo tardi rispetto alla scadenza del nostro percorso di laurea, quindi non siamo riusciti a collaborare con loro. Successivamente, abbiamo **esplorato altre realtà pertinenti**, ma non sapendo bene a chi

rivolgerci, abbiamo deciso di chiedere supporto al **Consultorio**, che ci sembrava l'ente più in linea con il focus del nostro progetto.

Roberta:

Voi state facendo la triennale? O magistrale?

Chiara:

Triennale.

Roberta:

Con laurea in?

Ilaria:

Design e Comunicazione.

Roberta:

Quando?

Chiara:

Dicembre.

Roberta:

Vi chiedeva se avevate preso in considerazione la possibilità di una collaborazione con il corso di laurea in

Ostetricia, perchè **credo che questa tesi possa essere sviluppata in modo più completo e approfondito con il coinvolgimento di più professionisti.**

Nonostante **questa collaborazione non sia possibile nell'immediato**, perché capisco il vostro obiettivo di laurearvi a Dicembre. **Per questa collaborazione avremmo dovuto avviare il progetto già lo scorso anno.**

Chiara:

Si esatto, con i nostri professori stavamo parlando di far **continuare il progetto anche successivamente alla tesi**, non siamo ancora sicure di questo però l'idea c'è.

Annalisa:

Ciò che mi ha colpito maggiormente, è il punto sollevato da Roberta riguardo alla **necessità di avere chi metta a disposizione le competenze necessarie**, il che implica anche un investimento di tempo. Un'altra cosa che non mi è chiara è se, all'interno della tesi, sia previsto un lavoro volto a valutare i **costi necessari** per portare avanti questo progetto. In particolare, mi riferisco ai costi che un'ASL, un'associazione o

un altro ente potrebbero dover affrontare se decidessero di continuare questo tipo di iniziativa. Se ricordo correttamente, senza poter rileggere, uno degli aspetti del progetto era anche la **creazione di una piattaforma online** che permettesse ai ragazzi di essere attivamente coinvolti, ad esempio ponendo domande, partecipando a discussioni e portando avanti tematiche che non siano solo di natura tecnica. **Questo mi sembra un aspetto davvero interessante.**

La mia domanda riguarda, quindi, come fare in modo che questo progetto non rimanga un’iniziativa limitata, ma che possa effettivamente evolversi in un’azione concreta e sostenibile. Inoltre, avete preso in considerazione una **valutazione dei costi per capire la sostenibilità del progetto?** Penso che uno dei rischi di iniziative di questo tipo, pur così valide, sia che possano presentare **costi elevati, sia sul piano tecnico che gestionale.** Ad esempio, se l’infrastruttura richiede l’uso di dispositivi con specifiche elevate, come un computer con una determinata capacità di RAM o accesso a Internet ad alta velocità, molti enti pubblici potrebbero trovarsi impossibilitati ad

adottarlo. Questo aspetto potrebbe limitare notevolmente l’implementazione del progetto. Allo stesso modo, ci sarebbero **costi legati allo sviluppo dell’app o del sito web,** ma anche al personale necessario per gestire e portare avanti il progetto stesso.

Chiara:

Attualmente, **non abbiamo ancora elaborato una stima precisa dei costi** per un progetto di questa portata. Tuttavia, ci siamo concentrati principalmente sulle risorse umane necessarie per la sua realizzazione. Stiamo cercando di sviluppare un piano che consenta di rendere il progetto sostenibile e realizzabile. Ora, illustreremo meglio il progetto, quindi probabilmente sarà più chiaro in seguito. In sintesi, si tratta di un sito web dove i ragazzi possono porre domande. Abbiamo pensato che **potremmo rispondere a un numero limitato di domande ogni settimana,** come cinque, in modo da non sovraccaricare le risorse e rendere l’attuazione più gestibile e praticabile.

Annalisa:

Vi siete prefissate queste cinque domande

settimanali sulla base di un’analisi approfondita delle esigenze dei ragazzi? **Qual è, l’obiettivo principale del sito?** Vuole offrire uno spazio per l’espressione di tematiche più simili-filosofiche? O l’intento è piuttosto quello di **dare una risposta a giovani che hanno un problema concreto e non sanno a chi rivolgersi,** magari a causa della vergogna di andare al consultorio, preferendo invece una modalità anonima online?

Se il secondo caso fosse il vostro obiettivo, limitare a cinque domande settimanali potrebbe risultare una restrizione. Ad esempio, se un ragazzo ha bisogno di chiedere informazioni sulla pillola del giorno dopo, non potrebbe fare una domanda la domenica e ricevere una risposta sabato successivo, poiché i tempi sarebbero ormai scaduti. In altri casi, come un dubbio su una malattia sessualmente trasmissibile, un’**attesa di due o tre giorni** potrebbe essere accettabile, ma se vogliamo mantenere un approccio clinico, **dobbiamo garantire risposte tempestive, adeguate e corrette da parte di professionisti.** È quindi fondamentale considerare che il contatto con i servizi, per quanto utile, diventa molto impegnativo se

non riesce a rispondere in tempo reale, soprattutto in situazioni di urgenza.

Ilaria:

Il concetto principale è che, quando una persona invia una **domanda** e riceve una risposta, quest’ultima **non è destinata solo all’utente che ha posto la domanda, ma sarà visibile a tutti.** Sul sito saranno infatti pubblicate tutte le domande e le relative risposte, in modo che anche chi ha una domanda simile possa trovare immediatamente la risposta già fornita. In questo modo, **il sistema permette di rispondere contemporaneamente a più persone,** ottimizzando l’efficacia del servizio.

Annalisa:

Quale tipo di **ricerca letteraria** avete condotto riguardo a questo aspetto? In particolare, come funzionano progetti simili e quale tipo di efficacia hanno dimostrato?

Ilaria:

Partiamo dal principio: abbiamo iniziato la nostra ricerca analizzando il **giornalino Cioè,** in quanto il nostro relatore ci aveva spiegato

che negli anni ‘90, molti giovani ponevano domande in stile **“posta del cuore”** perché non sapevano a chi rivolgersi. Ricevevano **risposte** che, pur essendo fondate, **non erano particolarmente scientifiche o tecniche.** Successivamente, abbiamo esaminato **altre piattaforme,** come **Insegreto, Quora** e simili, dove vengono fornite risposte. Tuttavia, abbiamo notato che spesso le **risposte** erano **poco scientifiche, imprecise o errate.** Inoltre, ci siamo resi conto che i ragazzi più giovani, ai quali ci rivolgiamo, non hanno accesso a queste piattaforme, che sono in genere più orientate verso un pubblico adulto. Dopo aver analizzato ciò che è disponibile online, abbiamo concluso che **non esiste un servizio che offra risposte affidabili e specifiche come quello che intendiamo proporre.**

Roberta:

Il target però è **13-21** giusto?

Chiara:

No, **12-15.**

Annalisa:

Ah, **12-15.** L’età in cui **i ragazzini non**

potrebbero accedere al social.

Ilaria:

No, infatti l’idea di realizzare un sito è anche inerente a questo, perché noi abbiamo fatto anche diversi questionari e abbiamo visto che a **quest’età, 12-13, non hanno ancora tutti i social, ma utilizzano altre piattaforme come le community Whatsapp che rimandano direttamente ai siti.**

Annalisa:

Molti giovani hanno accesso a piattaforme come Instagram e simili, ma la questione è che, **legalmente, non hanno l’età per accedere a questi social.** Inoltre, sebbene possano avere chat di classe o altri canali di comunicazione, spesso il loro dispositivo è ancora registrato a nome del genitore. Pertanto, credo che **un sito come quello che proponiamo risponda a una necessità reale.** La possibilità di ricevere risposte è fondamentale, ma esiste anche un altro aspetto importante: se un utente invia una domanda e la risposta ricevuta non è soddisfacente, può facilmente cercare altrove, trovando una risposta su altri siti.

Irene:

Vorrei fare una precisazione: il sito non rappresenta l'unico strumento su cui ci siamo concentrati. La nostra idea era che il primo impatto con il progetto avvenisse **direttamente nelle scuole**. A tal proposito, la mia domanda è: svolgete attività nelle scuole? Inizialmente, avevamo preso in considerazione la Croce Rossa, che già svolge attività scolastiche, come possibile supporto per integrare il nostro progetto nelle scuole.

Roberta:

La **fascia di età 12-15 anni è complessa**, poiché include sia gli ultimi anni delle scuole medie che i primi delle scuole superiori. Come ASL, noi gestiamo interventi su tematiche simili nelle scuole, ma solo per la **fascia che va dall'infanzia alla terza media**, e questi interventi si concentrano principalmente sulla **collaborazione con gli insegnanti**. Tuttavia, se fosse possibile integrare un supporto online, che permetta agli studenti di porre domande attraverso il sito in base ai contenuti trattati con gli insegnanti, sarebbe un'opportunità molto interessante. Questo approccio potrebbe essere un

supporto valido, che potrebbe essere ben **accolto sia dagli insegnanti che dai genitori**. È chiaro che, se il progetto che gli insegnanti realizzano in classe include moduli su temi come il consenso, la contraccezione e simili, avere uno **spazio sicuro dove gli studenti possano fare domande che potrebbero non sentirsi pronti a porre in classe sarebbe un'aggiunta preziosa**. Inoltre, se i genitori sapessero che i loro figli hanno a disposizione questo tipo di supporto, sarebbe un'idea estremamente positiva.

Annalisa:

Ma rimane comunque, scusa se ti interrompo, il **problema del contenuto**.

Roberta:

Nono certo, però magari grazie al **sostegno delle ragazze del corso di ostetricia o farmacia**, sarebbe eccezionale. Per quanto riguarda le superiori, noi non abbiamo ancora le risorse per delle lezioni nelle classi superiori, potremo attivarci, ma di sicuro non a dicembre. Gli insegnanti di solito questa cosa qua la organizzano lungo l'anno, è difficile applicarlo prima.

Annalisa:

Voi sulla tesi cosa mettete, la **costruzione?**

Ilaria:

La nostra tesi, che rientra nell'ambito del Design e della Comunicazione, si concentra sulla **progettazione del sito, la creazione dei contenuti** e la relativa **strategia comunicativa**. Inoltre, sarebbe interessante riuscire a realizzare una prova concreta dell'effettivo utilizzo del sito. Sebbene questa prova non sia necessaria per la tesi in senso stretto, rappresenterebbe un valore aggiunto e potrebbe offrire spunti per sviluppi futuri del progetto. In tal senso, riuscire a stabilire una **collaborazione con enti ufficiali interessati a questa iniziativa sarebbe estremamente interessante e arricchente**.

Annalisa:

Che tipo di **numerosità** avete bisogno per la sperimentazione?

Ilaria:

Noi pensavamo **una classe**, perché l'entry point del progetto sarebbero le scuole, noi avevamo anche pensato di distribuire un

libretto illustrato molto corto che vada a spiegare il progetto nelle scuole.

Roberta:

Tutta questa fase può essere gestita nella **seconda parte dell'anno**, e non ci sarebbero difficoltà a trovare una o due classi per il progetto. La questione principale è che l'**attività** dovrebbe essere realizzata **tra maggio e giugno**. Ora, come accennato in precedenza, resta da definire come individuare le persone che forniranno le risposte alle domande.

Annalisa:

Come accennato prima, una possibile soluzione potrebbe essere quella di **coinvolgere i corsi di laurea in ostetricia o infermieristica**, o entrambi, per una collaborazione in tal senso. **Le risposte alle domande potrebbero essere fornite ingaggiando gli studenti di questi corsi**, che potrebbero alternarsi nel rispondere alle richieste. Se dovessimo occuparci personalmente delle risposte, non riusciremmo a gestire il carico di lavoro. Penso che una collaborazione con l'università

potrebbe essere molto interessante, in quanto permetterebbe di sfruttare il potenziale di scambio di informazioni tra il Politecnico e i corsi di ostetricia e infermieristica, creando una risorsa preziosa e una collaborazione che, a mio avviso, ha molto senso.

Roberta:

Sono molto d'accordo. Sarebbe molto interessante capire il **tipo di linguaggio** che i professionisti possono e devono utilizzare.

Annalisa:

Sarebbe bellissimo mantenere la collaborazione tra le due/tre università e la collaborazione con la scuola, **è un progetto molto grande e molto sensato**.

Roberta:

Dipende anche il livello a cui rimane, se magari rimane in triennale o passa a livello magistrale, però è interessante, molto molto.

Annalisa:

Allora, quello che io propongo è una **collaborazione con i corsi di laurea**.

Roberta:

Sì, anche poi in relazione alla scuola, entro dicembre la vedo dura.

Massimiliano:

Buongiorno.

Tutti:

Buongiorno.

Roberta:

Abbiamo avviato alcuni confronti, tenendo in considerazione, tra le altre cose, i **tempi stretti per la laurea a dicembre e la possibilità di collaborare con altri corsi di laurea**. Questo è, in sintesi, quanto ci siamo detti finora.

(Sintesi dell'inizio della conversazione)

Ilaria:

Infatti, un'altra cosa che ci chiedevano, Massi, è la parte dei costi, che noi non abbiamo ancora bene analizzato, per quanto riguarda pubblicazione e mantenimento.

Massimiliano:

Questa è sicuramente una domanda cruciale

nel contesto del nostro progetto. Inizialmente, avevamo pensato a un **approccio che includeva anche la collaborazione con Fabio Guida**, uno specialista nella trasformazione di progetti in start-up e progetti ben strutturati. Fabio ha lavorato su numerosi progetti con la città, tra cui i Graphic Days, che è uno dei più noti. Quello che posso dire in questo momento è che **l'obiettivo è dare concreta realizzazione a questo progetto, affinché diventi un'iniziativa istituzionalizzata**. Ovviamente, molto dipenderà dalle ragazze, poiché, una volta completata la tesi, sarà necessario creare un'entità che possa

perseguire e sviluppare ulteriormente questo progetto, trasformandolo in un'iniziativa ben strutturata. Noi continueremo a supportarle in questo processo. Inizialmente, l'idea è quella di creare un **prototipo funzionante**, eseguire i test necessari e strutturare il progetto anche sotto il profilo finanziario. Questo è un progetto che ha una forte **matrice istituzionale**: il nostro obiettivo principale è lavorare con le istituzioni, non avviare un'impresa. Questa è la nostra visione a lungo termine.

L'intenzione è di sviluppare la piattaforma per mostrarla concretamente, poiché presentarla in una call è una cosa, ma vederla online è un altro livello. Questo permetterà anche di portare il progetto all'attenzione di chi potrebbe essere interessato, anche dal punto di vista finanziario, tramite bandi o altri stakeholders. Esiste uno spazio reale che può essere colmato, dato che la domanda per un progetto del genere è già presente. **Una volta online, la piattaforma fungerà da esempio e, dopo la laurea, permetterà di condurre un'analisi più approfondita**.

Roberta:

A livello regionale, **un prodotto di questo tipo potrebbe effettivamente rappresentare un potenziale partner**. Noi possiamo arrivare a questi enti, che potranno offrire indicazioni basate su valutazioni concrete. Non si tratta solo di dimostrare che il prodotto è valido, ma di garantirne la **validità attraverso una valutazione approfondita in termini di costi, efficacia e capacità di risposta**. Credo che intraprendere questo percorso sia un ottimo punto di partenza. Riguardo alla sperimentazione nelle classi,

ho informato le ragazze che riusciremo a coinvolgere le scuole, ma sicuramente **non prima di dicembre**.

Massimiliano:

Si assolutamente. A noi piacerebbe tanto avere un'attività, o con voi o con Croce Rossa, prima di dicembre, ma principalmente per offrire alle ragazze un'**esperienza formativa**. Sappiamo tutti che si tratta di un progetto complesso, e vorremmo che potessero sperimentarlo prima della laurea. Sarebbe fondamentale per loro fare questa esperienza in modo completo, poiché potrebbe anche trasformarsi, non necessariamente in un lavoro, ma magari in una **start-up**. Tuttavia, è chiaro che dobbiamo confrontarci con le circostanze e la realtà del momento.

Roberta:

In realtà, siamo partite anche dall'esperienza del consultorio giovani, a cui accedono ragazzi e ragazze tra i 13 e i 20 anni. **La visibilità dei bisogni emerge proprio da ciò che è necessario in quel contesto**. Non stiamo parlando esclusivamente di scuole, ma di un approccio che coinvolge i

genitori o, in alternativa, l'intervento diretto dei giovani stessi, sia da soli che in coppia o con amici. È una questione che riguarda ciò che ci circonda. **Al consultorio, abbiamo circa centocinquanta passaggi al mese**.

Annalisa:

Noi **fino alla terza media lavoriamo con gli insegnanti**, formiamo gli insegnanti in modo che possano portare l'educazione nelle classi. Abbiamo un progetto diviso in **sei moduli** che gli insegnanti svolgono ai ragazzini, tra giochi e attività.

Massimiliano:

Parliamo di scuole?

Annalisa:

Dall'infanzia alla terza media, 48 istituti comprensivi.

Massimiliano:

Ma quindi quello che lei si immaginava è un eventuale modulo futuro.

Annalisa:

L'idea era di chiedere quante classi fossero

disponibili, ma questo avverrebbe solo **dopo che gli insegnanti avranno completato la formazione e che sarà stato ottenuto il consenso dei genitori**. Tuttavia, tutto ciò non avverrà prima della fine dell'anno scolastico.

Massimiliano:

Ok, magari per garantire la partecipazione mia o di Fabio, se fosse possibile un'ora, mezz'ora, potrebbe aiutarci ad organizzarci lato insegnanti.

Annalisa:

Dobbiamo ancora definire formalmente cosa proporre a queste classi. Resta da stabilire **chi sarà incaricato di rispondere alle domande**. **È fondamentale che le risposte provengano da persone con una formazione specifica** in questo ambito, per garantire la qualità e l'affidabilità delle informazioni fornite.

Massimiliano:

Quindi lei dice che andrebbe instaurata una partnership con il corso di laurea di ostetricia e infermieristica.

Roberta:

Quello che posso fare al momento è non garantire una partenza immediata come ASL, poiché sarebbero necessarie risorse aggiuntive e attualmente stiamo attraversando un periodo di cambiamento del personale, che è in fase di formazione. Tuttavia, una possibile soluzione potrebbe essere un **accordo con l'università**, magari in relazione a una tesi che si svilupperà l'anno prossimo. Inoltre, per quanto riguarda le tematiche legate alle differenze di genere, anche noi avremmo bisogno di un supporto.

L'idea sarebbe quella di creare una rete strutturata. Credo che il progetto sia davvero valido e meriti di essere sviluppato con attenzione. È così interessante che mi dispiacerebbe vederlo lanciato in modo frettoloso. Penso che sia fondamentale discuterne con altri attori e, per garantire il successo e non limitarlo solo al consultorio giovani. **Sarebbe utile coinvolgere anche altre realtà, per dare al progetto una dimensione più ampia e sostenibile**.

Massimiliano:

Sono completamente d'accordo, è

fondamentale procedere con molta attenzione, passo dopo passo. È chiaro che l'esigenza progettuale va oltre il coinvolgimento delle ragazze. Sebbene dobbiamo cercare di massimizzare il loro coinvolgimento, soprattutto in vista della tesi, il nostro **obiettivo è facilitare il più possibile il risultato finale.**

Quindi, propongo di organizzare un altro incontro con le ragazze. Nel frattempo, potreste fornirci gli step che ritenete fondamentali da qui in avanti, considerando che questo è un ambito per noi nuovo e non siamo esperti in materia.

Da parte nostra, faremo un **"reality check"** su ciò che possiamo concretamente realizzare entro dicembre. Ci sono diverse opzioni che vorrei discutere con loro, e poi insieme troveremo il miglior approccio per procedere.

Annalisa:

Ok allora noi vi mandiamo quelli che secondo noi sono le necessità.

Massimiliano:

Certo, se desiderate procedere in questo modo, possiamo iniziare con un

brainstorming informale e successivamente organizzare un incontro di persona, che è sempre molto più stimolante.

Annalisa:

Ok allora entro la fine della prossima ve lo mandiamo.



In conclusione, **il Consultorio Giovani si è dimostrato un interlocutore valido, ma meno allineato alla nostra visione immediata rispetto ad altre realtà come la Croce Rossa.**

L'approccio pragmatico e l'attenzione alla sostenibilità delle risposte fornite, oltre che alla formazione continua, sono comunque elementi che potrebbero costituire la base di una collaborazione futura.

Per ora, il Consultorio rimane un'opzione percorribile a lungo termine, ma non rappresenta una priorità nella fase iniziale del nostro progetto.



0.3

Analisi degli utenti
e delle necessità

3.1 Target del progetto

Il target di riferimento da noi scelto è quello compreso **tra i 12 e i 15 anni**, ovvero adolescenti e pre-adolescenti. Dopo una serie di ricerche, è emerso che questa fascia di età è particolarmente **trascurata nell'ambito dell'educazione sessuale**.

Questo periodo, però, coincide con l'inizio della **pubertà** e lo sviluppo delle **prime relazioni affettive**, momenti in cui gli adolescenti hanno bisogno di informazioni chiare e sicure.

Dopo la fase di ricerca abbiamo sviluppato un **questionario** anonimo mirato a esplorare l'uso delle **piattaforme social** da parte dell'3 ragazz3 di questa fascia,

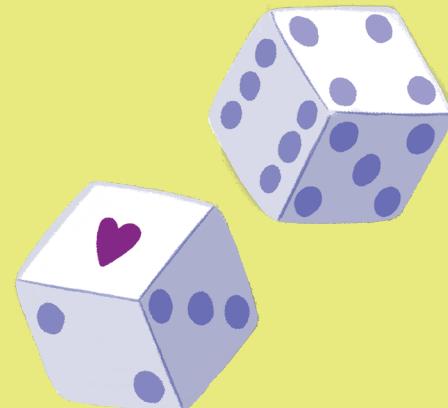
al fine di individuare i canali più efficaci in cui integrare il progetto. L'obiettivo era capire **quali social e piattaforme adoperassero maggiormente**, e se ci fosse qualche altro tipo di strumento particolarmente utilizzato.

Abbiamo chiesto loro di indicare con quali **strumenti tecnologici** interagiscono quotidianamente, come smartphone, tablet o computer, e quali **social media prediligono**, includendo opzioni come Instagram, TikTok, WhatsApp, YouTube e altri servizi popolari tra gli adolescenti.

Questo ci ha permesso di identificare le piattaforme con il maggior potenziale per la

diffusione del progetto e per l'interazione diretta con il target. Oltre a questo, abbiamo esplorato il loro **interesse verso la questione dell'educazione sessuale e affettiva**, chiedendo se fossero curiosi di approfondire questi argomenti e se gli sarebbe interessato uno spazio online in cui porre domande in forma anonima e ricevere risposte sicure e chiare.

Infine, il questionario includeva alcune **domande personali** mirate a valutare il livello di **consapevolezza della propria identità personale**.



3.1.1 Comportamenti e preferenze comunicative

L3 adolescent3 di questa fascia di età tendono a prediligere **canali di comunicazione** che offrono **anonimato e riservatezza**, soprattutto quando si tratta di temi considerati da loro "imbarazzanti" come la sessualità e le emozioni.

In termini di linguaggio, è stato osservato che i giovani preferiscono un **tono informale, semplice e diretto**, senza l'uso eccessivo di termini complessi. Un **linguaggio empatico e non giudicante** è essenziale per favorire una comunicazione aperta. L3 adolescent3 di questa età mostrano, inoltre, una forte propensione all'interazione multimediale, preferendo **contenuti veloci e divertenti, infografiche accattivanti e podcast coinvolgenti**.



3.1.2 Principali preoccupazioni in tema di sessualità e affettività

Le principali preoccupazioni che emergono in questa fascia di età riguardano **sia il corpo che la sfera emotiva**.

Per quanto riguarda i cambiamenti fisici, le domande sono spesso focalizzate sullo **sviluppo puberale**: le **dimensioni e le funzionalità degli organi sessuali**, la **comparsa di peli**, l'inizio delle **mestruazioni** e l'**acne**. La gioventù esprime anche ansia e disagio rispetto agli **standard delle norme sociali**, interrogandosi sulla "normalità" del proprio corpo in relazione a quello dei coetanei.

Dal punto di vista affettivo, le preoccupazioni riguardano principalmente l'**inizio delle relazioni sentimentali**, il significato dell'**attrazione sessuale** e la **gestione delle emozioni**.

La gioventù dimostra incertezze rispetto a come gestire il **rifiuto** e le **delusioni amorose**, così come sul modo di approcciarsi ai **primi contatti fisici**. Inoltre, c'è una crescente attenzione alla questione del **consenso**, anche se non sempre la gioventù dispone di strumenti adeguati per capire come applicare questi concetti alla propria vita quotidiana.

Un'altra area di preoccupazioni riguarda l'**identità sessuale e di genere**. Con l'aumento delle diverse espressioni di genere e di orientamenti sessuali, la gioventù è sempre più interessata a **capire e definire la propria identità personale**.



3.2 Inclusività e diversità

La creazione di un sistema educativo sessuale e affettivo davvero inclusivo è fondamentale per promuovere una società equa e rispettosa delle diversità. In un mondo in cui le identità personali sono sempre più variegata, **è essenziale che l'educazione sia capace di abbracciare la pluralità delle esperienze umane**. Un sistema educativo di questo tipo deve essere strutturato in modo da **includere e rappresentare con attenzione tutte le identità di genere**, gli orientamenti sessuali e romantici, le culture e i background familiari, contribuendo così alla costruzione di un **ambiente di apprendimento sicuro e accogliente per tutti**.

Per garantire l'inclusività, il sistema educativo sessuale e affettivo dovrebbe innanzitutto **affrontare le molteplici sfumature dell'identità di genere**,

distinguendo il concetto di genere da quello di sesso biologico e spiegando la gamma di esperienze che si situano al di là del tradizionale binarismo di genere. È importante che l'educazione comprenda l'esistenza di persone non binarie, genderfluid, genderqueer e di tutte quelle identità che non si riconoscono esclusivamente nei termini di "maschio" o "femmina".

Attraverso un **linguaggio rispettoso e non discriminatorio**, questo approccio permetterebbe alla studentessa di esplorare e comprendere la propria identità di genere e di riconoscere il valore di quelle altrui. Inoltre, un sistema educativo inclusivo dovrebbe insegnare che **ogni identità di genere è valida e merita rispetto**, promuovendo la **comprensione delle esperienze** di disforia di genere e dell'importanza del diritto all'autodeterminazione.

Un altro elemento fondamentale riguarda l'**inclusione degli orientamenti sessuali e romantici**. Nelle tradizionali lezioni di educazione sessuale, spesso l'attenzione è focalizzata solo sulle relazioni eterosessuali, escludendo completamente l'esperienza delle persone che si identificano come **gay, lesbiche, bisessuali, asessuali, panromantiche** e altro ancora. Un sistema educativo inclusivo, invece, dovrebbe **considerare tutti questi orientamenti**, presentandoli come naturali e legittimi e offrendo alla studentessa una visione che vada oltre i modelli tradizionali. È essenziale che ogni persona possa **riconoscersi nell'insegnamento ricevuto** e sentire che le proprie esperienze siano valide, così da evitare sensazioni di isolamento o di esclusione.

Inoltre, un sistema educativo

sessuale e affettivo inclusivo non può prescindere dall'approfondimento delle diverse culture e dei differenti background familiari. **L'educazione sessuale e affettiva viene spesso standardizzata** e proposta secondo una visione culturale omogenea, che non sempre tiene conto delle diversità culturali, religiose e sociali che caratterizzano il mondo moderno. Un approccio realmente inclusivo dovrebbe **includere insegnamenti sensibili alle tradizioni, alle credenze e ai valori propri di ogni cultura**, affrontando i temi legati alla sessualità e all'affettività in maniera rispettosa delle diversità e priva di giudizio.

In questo modo, *l3 student3* provenienti da background culturali diversi possono trovare nello spazio educativo un **luogo dove esprimersi liberamente** e con serenità.

La consapevolezza delle varie strutture familiari rappresenta un ulteriore aspetto cruciale. La famiglia, come struttura di riferimento, può assumere molte forme: **famiglie monoparentali, famiglie con genitori dello stesso sesso, famiglie allargate o famiglie multigenerazionali**. Ognuna di queste forme porta con sé valori ed esperienze diverse e la scuola ha il dovere di riconoscerne il valore, presentando tutte le strutture familiari come validi modelli di affetto e supporto. Promuovere questa consapevolezza all'interno di un sistema educativo significa aiutare *l3 student3* a **comprendere e rispettare la diversità dei legami familiari**, indipendentemente dalla loro composizione.

Un sistema educativo sessuale e affettivo inclusivo dovrebbe, inoltre, prevedere attività interattive che permettano all3

student3 di discutere apertamente e di condividere le proprie esperienze personali, **senza timore di giudizio o discriminazione**. Un ambiente aperto e di dialogo favorisce la formazione di una **cultura di rispetto e di ascolto reciproco**, in cui le persone possono sentirsi libere di esprimere se stesse. Attraverso attività di gruppo, progetti collaborativi e momenti di riflessione guidata, *l3 student3* possono costruire competenze emotive e sociali che li preparano a **interagire** con *l3 altr3* **in modo consapevole e rispettoso**.

A completamento di questo approccio, il sistema educativo dovrebbe prevedere una **formazione specifica per *l3 insegnant3***, affinché siano preparati a gestire le diversità con sensibilità e competenza. *L3 educat3* dovrebbero essere format3 non solo sui contenuti

riguardanti l'inclusività di genere, gli orientamenti sessuali e le differenze culturali, ma anche sulle **modalità per affrontare pregiudizi e stereotipi** che possono emergere in classe. Solo attraverso una preparazione adeguata, *l3 insegnant3* possono essere capaci di creare un **ambiente realmente inclusivo** e di rispondere alle esigenze di tutti *l3 student3*.



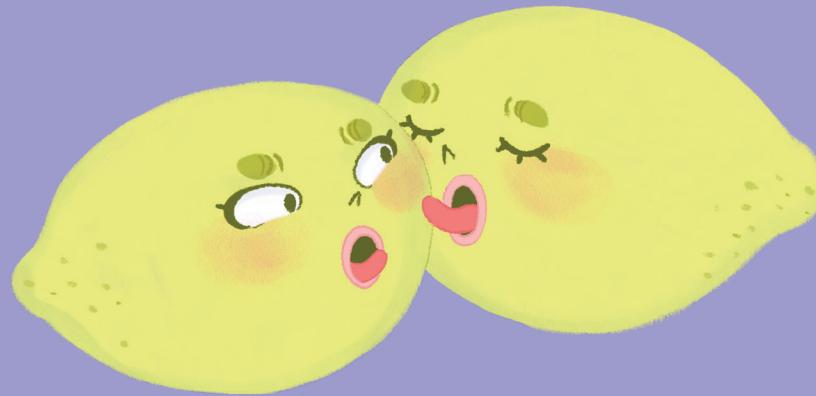
3.3 Analisi dei questionari

La ricerca è stata condotta per comprendere in maniera approfondita le **esigenze**, le **abitudini** e le **necessità del target**, grazie anche all'utilizzo di un questionario che ha permesso di raccogliere informazioni sui bisogni degli potenziali utenti.

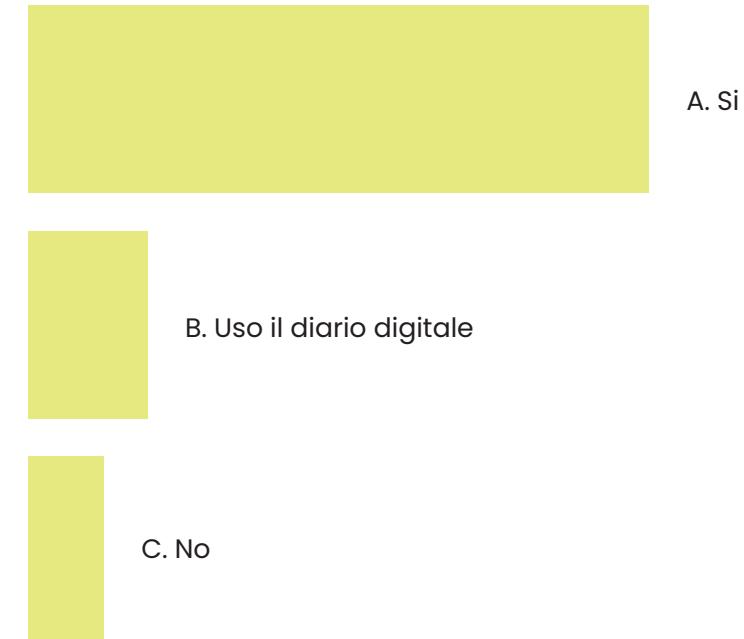
Il campione analizzato comprende 100 ragazzi di età compresa tra i 12 ai 15 anni, residenti a Torino e in zone limitrofe.

Il questionario, composto da **18 domande**, si divide in due sezioni. Nella prima parte, le domande sono focalizzate sul modo in cui il target utilizza i **social media** e interagisce con essi.

Nella seconda parte, invece, si esplora la disponibilità degli utenti a partecipare in forma anonima ad una **community dedicata all'educazione sessuale e affettiva**, in quanto il servizio offerto da AMA include un sito web che consente di porre domande in anonimo a medici ed esperti su temi legati all'educazione sessuale e affettiva.



A scuola utilizzi ancora il diario cartaceo?



Con questa domanda iniziale, il nostro obiettivo era capire se gli studenti delle scuole **utilizzassero ancora il diario cartaceo**, al fine di valutare se potesse rappresentare uno dei **possibili touchpoint** da considerare per il progetto.

POV: stai uscendo da scuola e vedi un poster molto bello di un argomento che ti interessa con un QR code. Lo scansioneresti?



A. Si voglio vedere di cosa si tratta



B. No, cerco manualmente il nome



C. No, non mi fido a scansionare i QR code



D. No, mai scansionato un QR code in vita mia/ non so cosa sia

Con questa domanda, l'obiettivo era comprendere **in che modo e se gli utenti interagissero con un QR code.**

Hai uno smartphone?



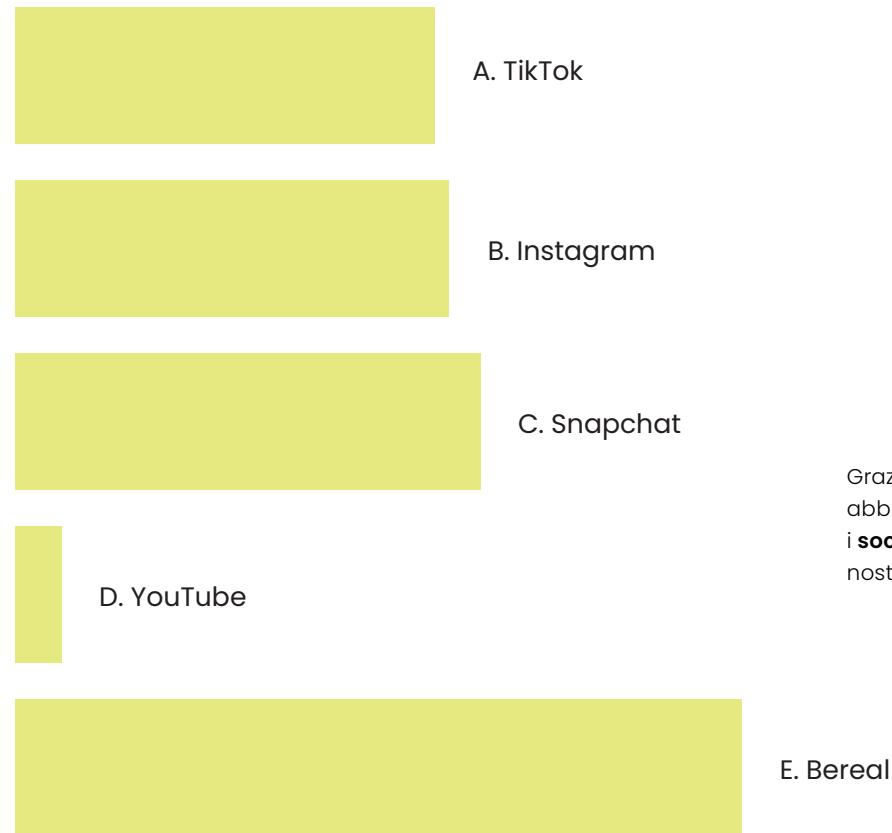
A. Si



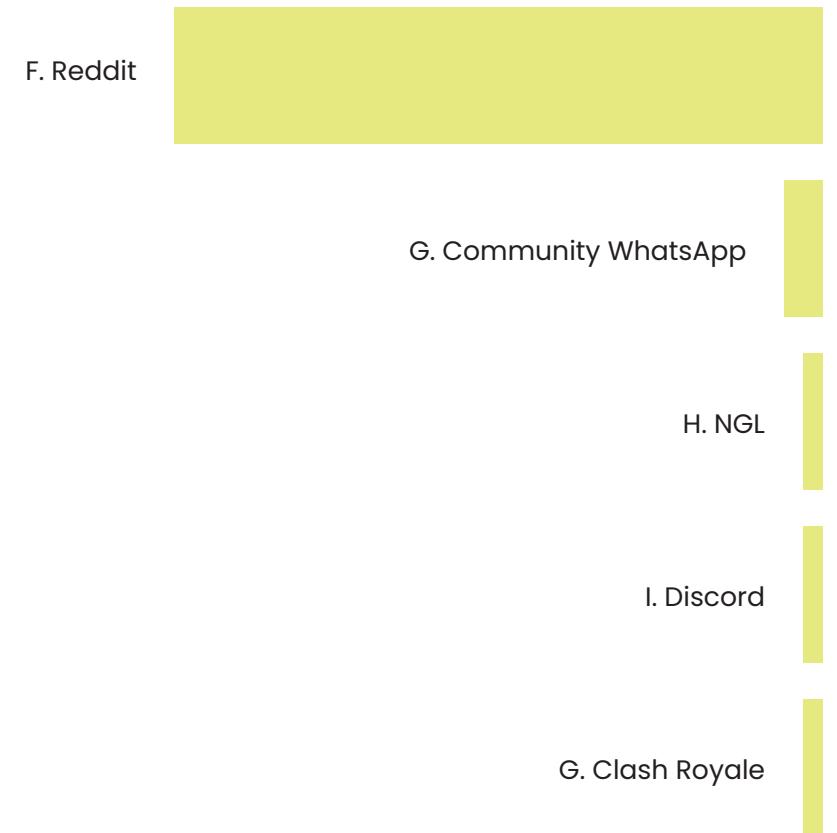
B. No

Era importante comprendere, al fine del progetto, se gli utenti **avessero uno smartphone di proprietà** o meno.

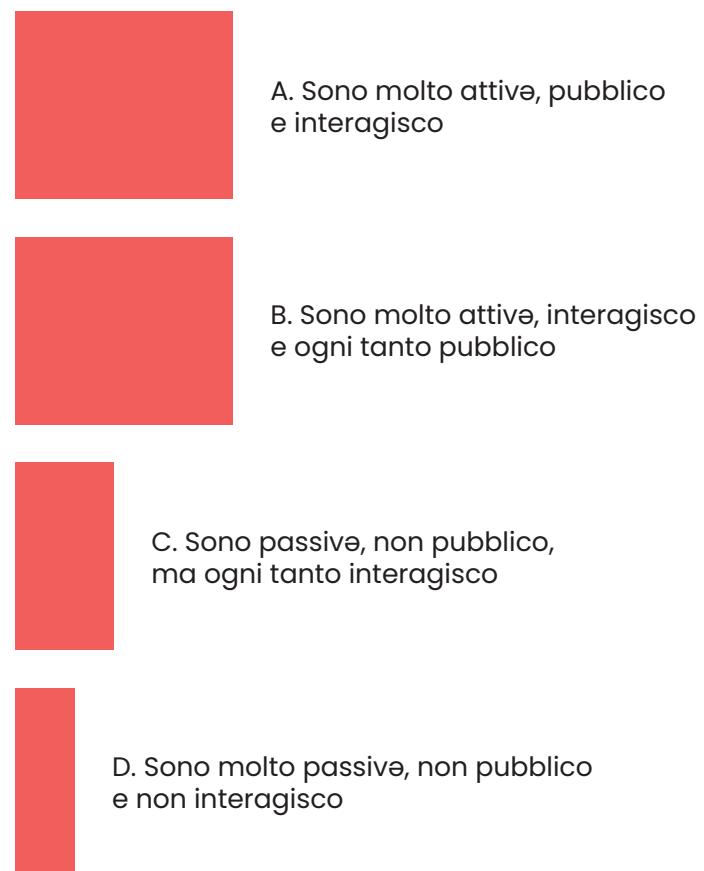
Quali social media usi?



Grazie a questa domanda abbiamo compreso quali sono i **social media più utilizzati** dal nostro target di riferimento.

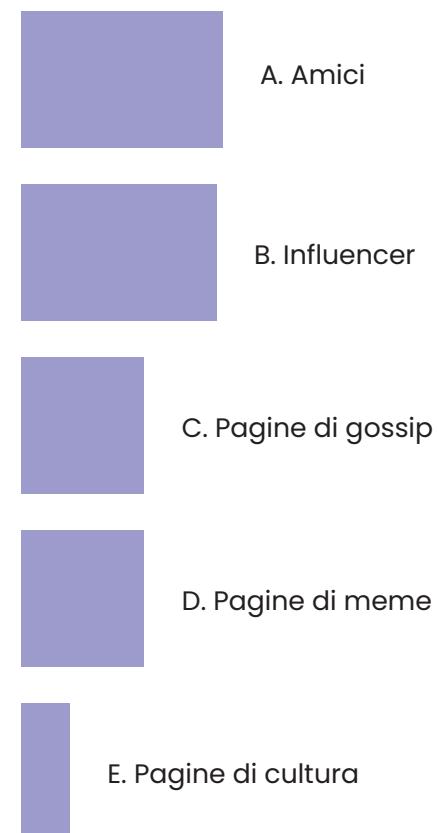


Come usi i social?



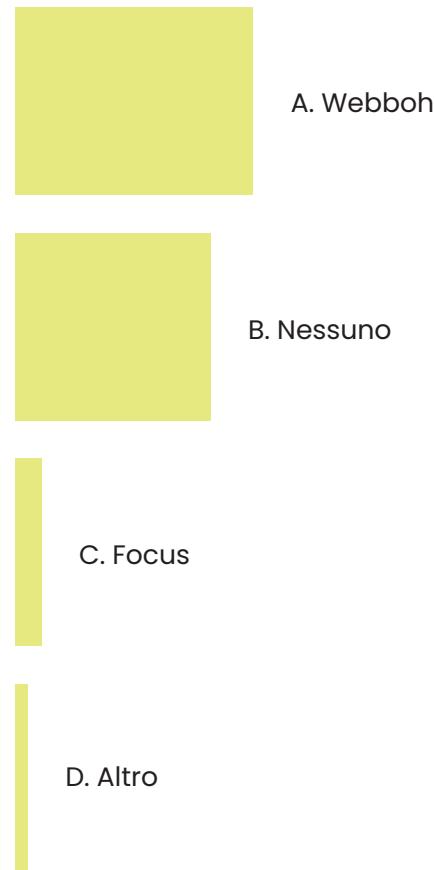
La domanda è stata posta per comprendere il **ruolo degli utenti nell'utilizzo dei social**.

Quali profili segui?



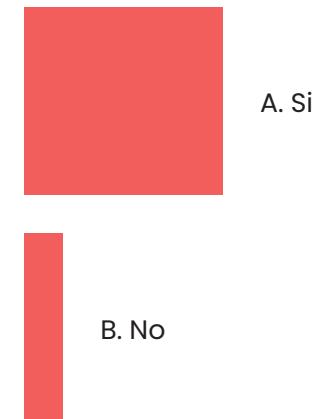
Questa domanda svela quali sono le **pagine** e le **persone maggiormente predilette dal nostro target** per contenuto o linguaggio utilizzato.

Quali sono le community social che segui di più?



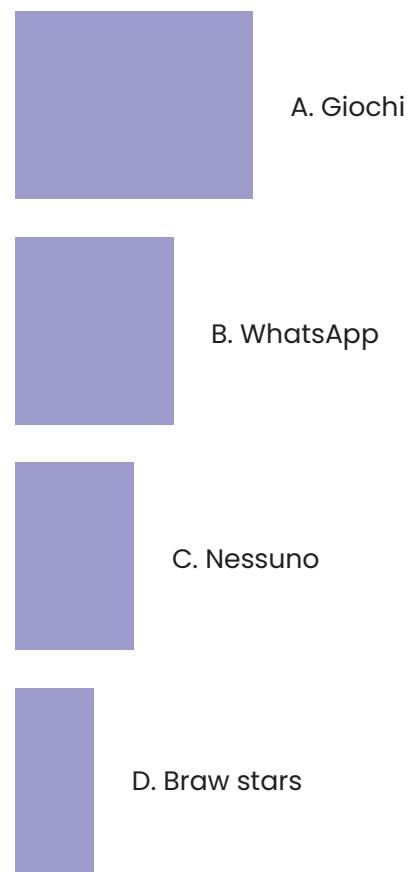
Nello specifico, volevamo individuare quali fossero le **community social più seguite** e, di conseguenza, i **focus tematici**.

Utilizzi altre app oltre ai social?



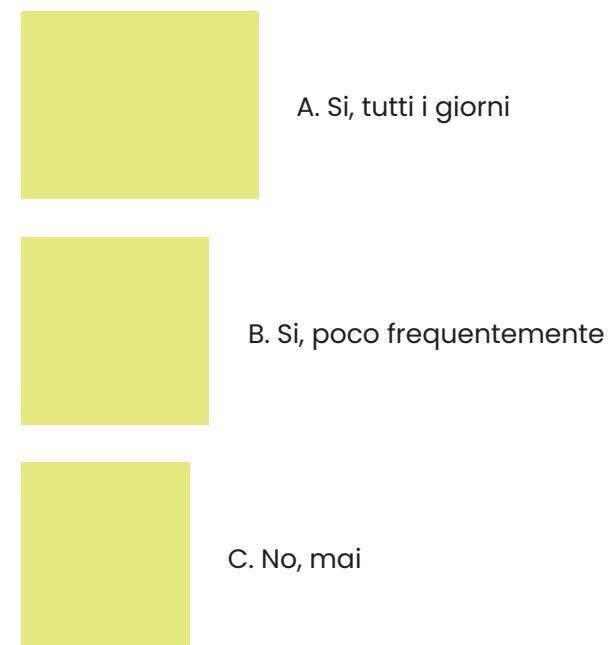
Questa domanda aveva lo scopo di scoprire se il target utilizzasse qualche **altro tipo di applicazione** in maniera significativa.

Se sì, quali?



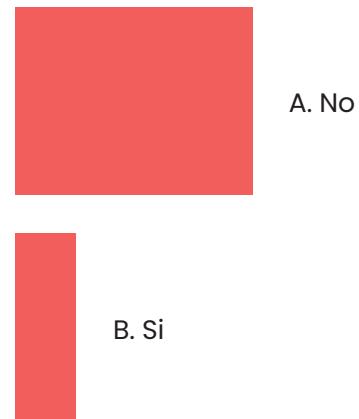
Sapere quali app e servizi utilizzano quotidianamente i ragazzi, ci ha permesso di **individuare i touchpoints più efficaci** ad una maggiore diffusione del progetto.

Utilizzi frequentemente le community WhatsApp?



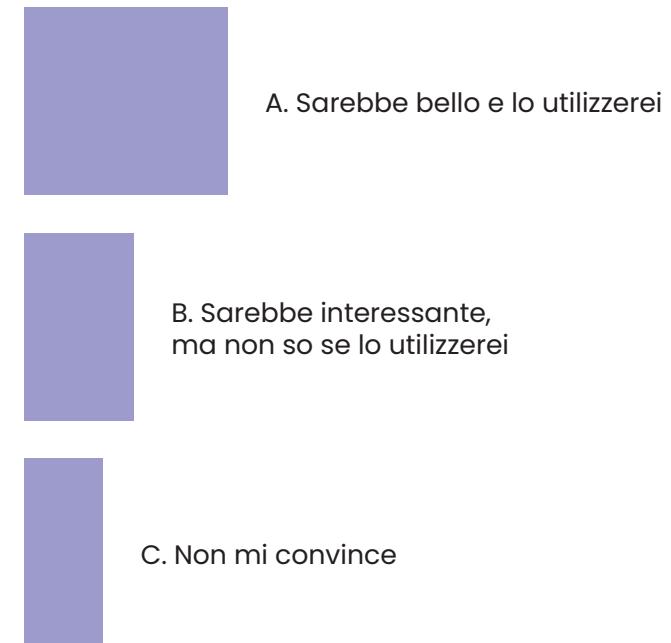
La domanda ci ha permesso di capire quanto effettivamente il target utilizzi le **community WhatsApp per informarsi** e accedere direttamente a siti web.

Segui i podcast?



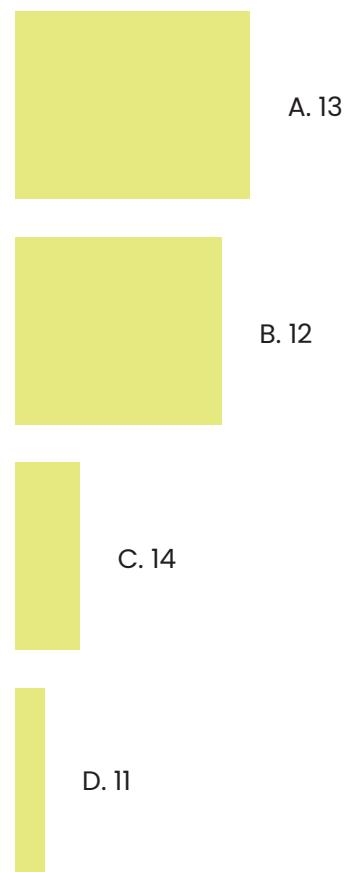
Domanda posta al fine di individuare i touchpoint migliori e scartare, invece, quelli **meno utilizzati**, come i **podcast**.

Ti piacerebbe se ci fosse uno spazio online dove poter porre, in anonimo, domande sul sesso e sulle relazioni, senza pregiudizi?

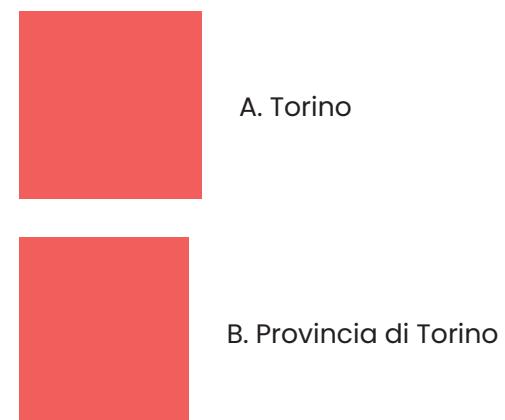


Da questa domanda emerge che una **buona percentuale** degli intervistati, sarebbe **interessata** alla nostra piattaforma, in quanto non esiste, al momento, un sito che offre questo tipo di servizio.

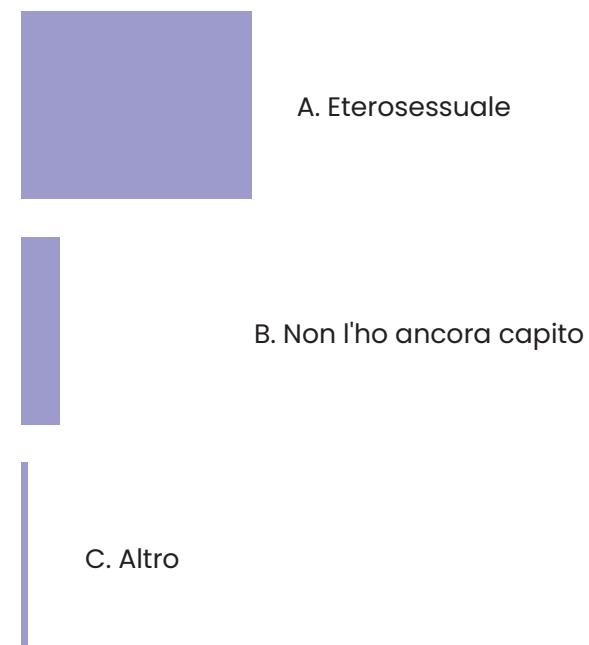
Quanti anni hai?



In che città vivi?



In che genere ti identifichi?



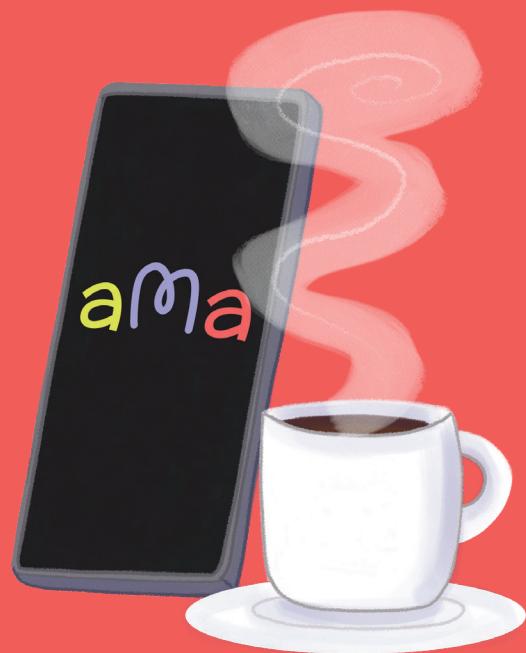
Queste 3 domande riguardanti la **sfera personale**, avevano il compito di delineare maggiormente il target.

4.1 Protopersonas, empathy map e user journey

Per definire i **bisogni e i desideri** del target abbiamo realizzato un'Empathy Map di una **utente generica ipotetica**.

La mappa dell'empatia è stata uno strumento utile per identificare non solo i **bisogni espliciti**, ma anche quelli **latenti o emotivi**. È stata utilizzata per creare una **visione olistica dell'utente** e migliorare la progettazione del servizio, allineando le soluzioni proposte con i bisogni reali.

Oltre alle mappe dell'empatia sono state realizzate delle **protopersonas** e le relative **user journey**, necessarie nella fase di ricerca perché permettono di costruire una **rappresentazione preliminare**, insieme alle interviste e ai questionari, **delle necessità, delle incertezze e dei bisogni** che caratterizzano l'utente.



Empathy map di un utente generico

See

I suoi coetanei parlano di certi argomenti, ma spesso in modo **superficiale** o con **informazioni errate**.

Vede **contenuti sui social** che parlano di sessualità, ma **non sempre in maniera educativa o sicura**.

Famiglia e insegnanti che evitano certi argomenti, alimentando il tabù della sessualità.

La **mancaza di spazi sicuri** in cui affrontare questi argomenti.

Think

Si fa **tante domande**, ma **ha paura di chiedere**.

Non si vuole sentire giudicate.

Si chiede se è normale avere questo tipo di **curiosità**.

Pensa di essere **le sole** a trovarsi in questa situazione.

Bisogni

Dopo un'**analisi accurata e sistematica delle esigenze** specifiche del target di riferimento e la raccolta dati del questionario, abbiamo stilato la lista dei **bisogni** che il nostro servizio vuole soddisfare.

Does

Evita di chiedere apertamente a genitori o insegnanti perchè si sente in **imbarazzo**.

Cerca **informazioni online** o ascolta le **discussioni tra amici**.

Parla di questo tipo di argomenti in modo vago o scherzoso, senza essere informata, per evitare di fare figuracce con gli amici e mentendo sulle proprie esperienze e conoscenze.

Si preoccupa delle opinioni degli altri.

Feel

Riceve **messaggi contrastanti** da media, amici e famiglia sul tema della sessualità.

Si sente **sotto pressione** nel cercare di capire queste cose da sole.

Sente che parlare di certi argomenti le renderebbe vulnerabile o giudicabile da genitori e amici.

Necessità di uno **spazio sicuro e anonimo** in cui poter porre domande

Necessità di **privacy e discrezione**

Necessità di **informazioni accurate, chiare e accessibili** alla sua età

Supporto accessibile nel momento del bisogno

Necessità di **comprensione e rassicurazione**

Sostegno nella **crescita** e nel **cambiamento**

Luca

La prima cotta, 13 anni



Scenario

Luca è un ragazzino di 13 anni.

Frequenta la seconda media e passa gran parte del suo tempo tra la **scuola**, il **basket** e i **videogiochi**. Luca ha da poco scoperto il genere femminile e ha preso una cotta per una sua compagna di classe.

Ha scoperto che hanno molti interessi in comune, gli piace il suo viso e cerca di starle sempre vicino per conoscerla meglio.

Vorrebbe invitarla ad uscire, ma non sa come fare e ha paura di venire rifiutato.

"Mi piace tanto una mia compagna di classe, ma non so bene come comportarmi quando sono con lei. Ho paura di essere rifiutato o di venir preso in giro."

Obiettivi

Desidera sapere come fare il primo passo verso una ragazza, **senza risultare invadente o troppo diretto**. Vorrebbe trovare dei **modi carini e sinceri** per poterle esprimere i suoi sentimenti, senza la paura di venir respinto.

Personalità

È **timido e riflessivo** e fa fatica a gestire le sue emozioni. È **curioso**, ma anche **riservato**. Non ama stare al centro dell'attenzione e **teme molto il giudizio degli altri**.

Frustazioni

Luca ha difficoltà ad esprimere i suoi sentimenti per **paura di venir ridicolizzato** dai suoi amici o di essere rifiutato. Si sente in **imbarazzo** a parlarne con i genitori o con gli insegnanti e non riesce a capire ciò che prova.

Ambizioni

Desidera **trovare il coraggio di esprimere i suoi sentimenti** e capire meglio quali sono le dinamiche di una relazione, nell'ottica di instaurare un **rapporto rispettoso e positivo**.

Empathy Map

See

Vede i suoi amici solo sul punto di **giudicarlo** se venisse rifiutato.
Vede i suoi compagni riuscire ad esprimere i loro sentimenti, invece lui no.

Think

Pensa di ricevere un rifiuto.
Non sa come comportarsi con la ragazza che gli piace. Ha paura di essere **preso in giro**.

Does

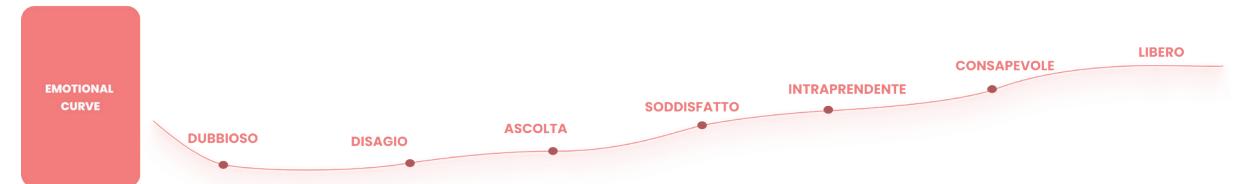
Si **imbarazza** e si **isola** ed evita ogni contatto con la ragazza che le piace.
Prova a parlarne con i suoi genitori, ma si sente a **disagio**.

Feel

Disagio
Imbarazzo
Incertezza

User journey

STEP	INCOAPEVOLEZZA	IMBARAZZO	CONTATTO	SOLUZIONE	SITO	CONSAPEVOLEZZA	LIBERTÀ
AZIONI	Non sa cosa vuol dire avere una cotta per una ragazza e quali sono effettivamente i sentimenti che prova	Si sente a disagio con i suoi coetanei perchè ha paura di venir preso in giro	A scuola vengono fatte lezioni di educazione sessuale e affettiva	Ci sono esperti che spiegano e danno informazioni sicure e chiare	Si possono trovare informazioni in maniera autonoma e si possono porre domande in maniera anonima	Si è maggiormente consapevoli di ciò che si prova e delle proprie emozioni	Sensazione di consapevolezza e di libertà
CONTESTO	Personale	Personale Sociale Familiare	Educativo	Personale Sociale Familiare	Personale	Personale	Personale
OBIETTIVI	Vorrebbe riuscire a trovare informazioni sicure e affidabili	Vorrebbe poterne parlare senza imbarazzo	Trovare qualcuno o qualche servizio che possa rispondere alle sue domande	Trovare persone esperte che possano risolvere dubbi	Poter porre domanda in maniera anonima e poter ricevere risposte scientifiche e sicure	Essere consapevole dei cambiamenti che stanno avvenendo nel suo corpo	Trovare la fiducia e la spensieratezza di poter affrontare questo discorso
PENSIERI	Vorrebbe sapere come rapportarsi con una ragazza senza sentirsi in difetto	Si sente a disagio a parlarne sia con i suoi coetanei che con i suoi genitori	Penso che possa essere il primo passo per poter ricevere le informazioni di cui necessita	È soddisfatto delle lezioni seguite a scuola	È contento di poter porre qualsiasi domanda e potersi informare	È consapevole che è importante informarsi su questo tipo di argomento	È finalmente informato e senza imbarazzo nel parlarne



Kevin

Dubbi sulla propria sessualità, 14 anni



Scenario

Kevin è un ragazzino appena arrivato in prima liceo. Alle medie era considerato uno dei ragazzi più carini della scuola; capitano della squadra di calcio, solare ed estroverso, pieno di amici e di ragazze che gli giravano intorno. Nella sua nuova classe fa particolarmente amicizia con un suo compagno e **non riesce a capire se si tratta di un interesse amichevole o sentimentale**. **Non sa come** affrontare la situazione e **capire quello che sta provando**.

Obiettivi

Vuole **essere libero di comprendere il suo orientamento sessuale** per costruire **relazioni autentiche** e sperimentare. Vuole diventare più **sicuro di sè** e sentirsi a suo agio con la sua identità.

Personalità

È molto **solare ed espansivo**, ama stare in compagnia ed essere al **centro dell'attenzione**. È molto **sicuro di sè**, ma anche molto **premuroso e gentile**.

Frustazioni

Si sente **sopraffatto dai suoi sentimenti**, molto spesso **poco chiari e confusi**. Sente la pressione di dover essere etichettato e **teme di poter essere giudicato** dei suoi genitori e dei suoi amici.

Ambizioni

Desidera **accettare sè stesso** per quello che è e aspira a **comprendere i suoi sentimenti** in modo da poter **vivere liberamente le proprie relazioni** in modo sincero.

"Provo interesse per un ragazzo; è normale? Come faccio a capire se mi piacciono i ragazzi o le ragazze?"

Empathy Map

See

Vede i suoi amici in relazioni felici e sane. Ha molta paura del **giudizio dei suoi genitori** e di litigare con loro.

Think

Si sente **sopraffatto dai suoi sentimenti**. Sente la pressione di dover essere etichettato e teme la reazione dei suoi genitori ed amici.

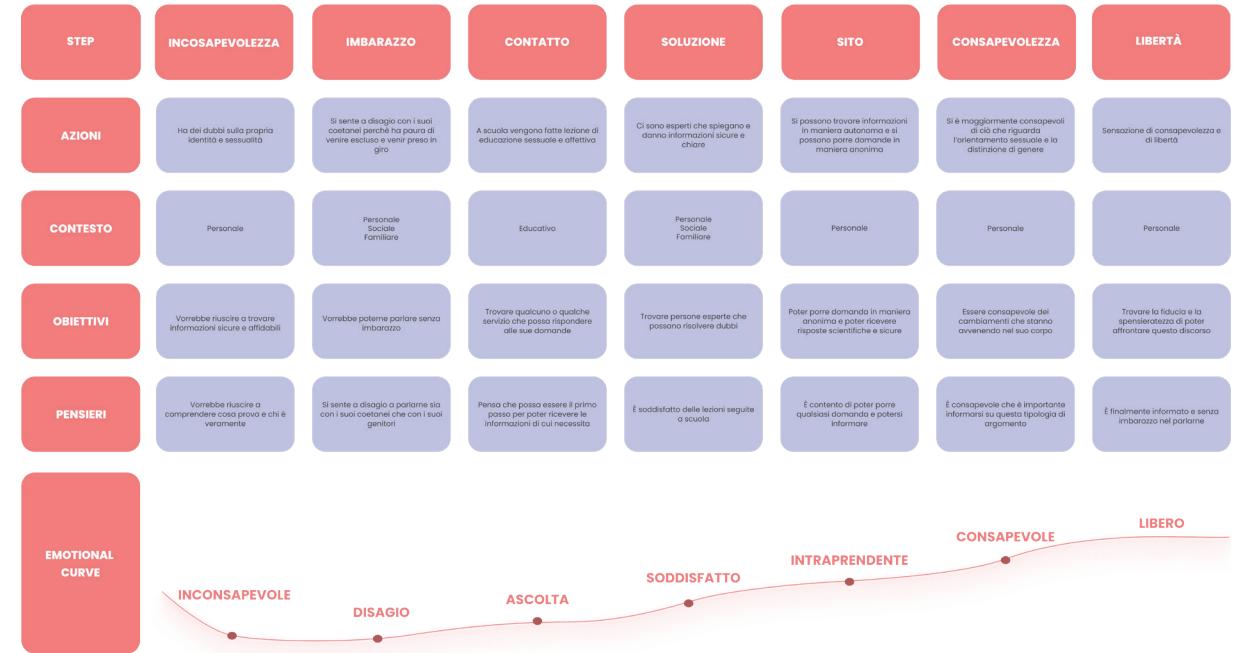
Does

Si **imbarazza** e si **isola** ed evita ogni contatto. Cerca di essere chi non è per venire apprezzato. **Vorrebbe essere ascoltato**.

Feel

Disagio
Paura
Frustrazione

User journey



Sofia

Le prime mestruazioni, 13 anni



Scenario

Sofia è una ragazzina di 13 anni che sta affrontando i primi cambiamenti fisici legati alla pubertà. Da poco ha avuto le sue **prime mestruazioni** e si sente a **disagio** a parlarne. È la prima delle sue amiche a vivere questa situazione e si sente **sola e piena di dubbi**. Ha molte domande, ma non sa a chi parlarne per via dell'**imbarazzo** e della paura di sentirsi giudicata. Ha provato a **cercare su Internet**, ma tutte le informazioni che ha trovato le hanno confuso solo di più le idee.

Obiettivi

Vorrebbe conoscere il motivo di questi cambiamenti del suo corpo, **imparare a prendersi cura di sé stessa** e trovare il modo migliore per vivere questa fase con **tranquillità** e consapevolezza.

Personalità

Sofia è una ragazzina **introversa e sensibile**. Non è abituata a condividere apertamente i suoi pensieri, ma allo stesso tempo **sente la necessità di informarsi**.

Frustazioni

Si sente a **disagio con i cambiamenti** che stanno avvenendo **al suo corpo**. **Non sa con chi parlarne** e pensa che le mestruazioni le possano impedire di svolgere diverse attività che abitualmente faceva.

Ambizioni

Desidera **poter parlare apertamente** di questioni legate ai cambiamenti del corpo e della pubertà, in modo da non sentirsi a disagio ed **essere preparata**.

“Ho appena avuto le mie prime mestruazioni. Non so come comportarmi e quello che dovrei sapere; questo mi crea molto disagio.”

Empathy Map

See

Vede **poca comprensione** da parte delle persone che le stanno accanto e le percepisce come giudicanti. Sente **poco supporto emotivo e sociale**.

Think

Non sa come comportarsi e **si vergogna a chiedere aiuto**. Vorrebbe essere ascoltata e sentirsi di più in merito.

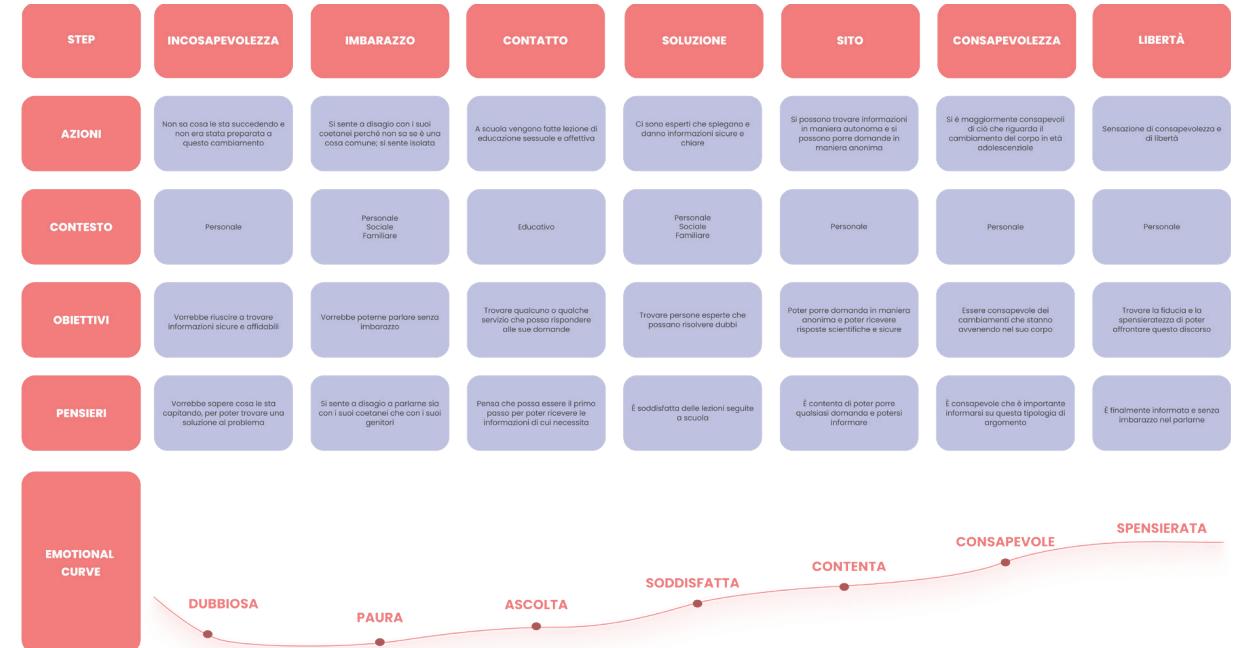
Does

Prova a cercare su Internet, ma le **fonti non le sembrano affidabili**. Prova a parlarne con qualcuno, ma **si sente a disagio** e in **imbarazzo**.

Feel

Disagio
Imbarazzo
Incertezza

User journey



Alice

La prima volta, 15 anni



Scenario

Alice è una ragazzina di 15 anni. Sta insieme al suo ragazzo ormai da un anno e **lui vorrebbe andare a letto con lei**. Alice è innamorata e si trova molto bene con lui, ma **non pensa di essere pronta**. **Non si sente molto a suo agio con il suo corpo** e non vuole arrivare a quel tipo di intimità. Inoltre, non ha molto chiaro come si dovrebbe fare e **ha paura di provare dolore la prima volta**. Teme però che rifiutando, il suo ragazzo la lascerà.

“Il mio ragazzo vuole andare a letto con me, ma io non mi sento ancora pronta. Ho paura però che mi lascerà se gli dico di no.”

Obiettivi

Desidera mantenere il rapporto con il suo ragazzo così come è. Prima di giungere a quel momento **vorrebbe essere a conoscenza di tutte le informazioni necessarie**, per evitare rischi.

Personalità

Alice è una ragazza molto **tranquilla** che **ama stare in compagnia**. È **solare e gentile** e ama costruire un legame profondo con le persone che la circondano.

Frustazioni

Non si sente ancora pronta ad avere un rapporto sessuale. Si sente ancora piccola ed **impaurita** da questa cosa. **Teme però di rovinare il rapporto** con il suo ragazzo e non sa come dirglielo.

Ambizioni

Vorrebbe essere libera di scegliere quale sarà il **momento opportuno**, per viverci l'esperienza nel modo più **piacevole, sereno e naturale** possibile.

Empathy Map

See

Vede che le sue amiche non hanno le sue stesse paure. **Crede di essere lei quella sbagliata**. Tutti hanno già compiuto questo gesto e si sente in ritardo.

Think

Non si sente ancora pronta ad avere un rapporto sessuale. Si sente ancora piccola ed impaurita da questa cosa.

Does

Si imbarazza e si isola, arrabbiandosi con gli altri. **Cerca conforto nelle amiche, senza successo** poichè loro non capiscono le sue paure e la giudicano.

Feel

Disagio
Imbarazzo
Vergogna

User journey

STEP	INCOAPEVOLEZZA	IMBARAZZO	CONTATTO	SOLUZIONE	SITO	CONSAPEVOLEZZA	LIBERTÀ
AZIONI	Non è informata sulle dinamiche di un rapporto sessuale	Si sente a disagio a parlarne perché pensa che sia un argomento intimo da tenere per sé	A scuola vengono fatte lezioni di educazione sessuale e affettiva	Ci sono esperti che spiegano e danno informazioni sicure e chiare	Si possono trovare informazioni in maniera autonoma e si possono porre domande in maniera anonima	Si è maggiormente consapevole di ciò che riguarda l'orientamento sessuale e la distinzione di genere	Sensazione di consapevolezza e di libertà
CONTESTO	Personale	Personale Sociale Familiare	Educativo	Personale Sociale Familiare	Personale	Personale	Personale
OBIETTIVI	Vorrebbe riuscire a trovare informazioni sicure e affidabili	Vorrebbe poterne parlare senza imbarazzo	Trovare qualcuno o qualche servizio che possa rispondere alle sue domande	Trovare persone esperte che possano risolvere dubbi	Poter porre domande in maniera anonima e poter ricevere risposte scientifiche e sicure	Essere consapevole delle proprie scelte e delle dinamiche durante il rapporto	Trovare la fiducia e la spensieratezza di poter affrontare questo discorso
PENSIERI	Vorrebbe sapere come dovrebbe avvenire la prima volta e tutte le accortezze da seguire	Si sente a disagio a parlarne sia con i suoi coetanei che con i suoi genitori	Penso che possa essere il primo passo per poter ricevere le informazioni di cui necessita	È soddisfatta delle lezioni seguite a scuola	È contenta di poter porre qualsiasi domanda e potersi informare	È consapevole che è importante informarsi su questa tipologia di argomenti	È finalmente informata e senza imbarazzo nel parlarne



Filippo

Uso del contraccettivo, 13 anni



Scenario

Filippo è un ragazzo di 15 anni che sta iniziando ad **esplorare la sua vita sessuale**. Prova il desiderio di voler avere un rapporto con la sua ragazza, ma si sente anche **intimorito e insicuro**, essendo la prima volta. Non ha mai messo un preservativo e ha **paura di commettere errori** e sentirsi poi a disagio sul momento. Vorrebbe avere modo di imparare e reperire tutte le informazioni necessarie, in modo sicuro ed affidabile, ma non sa come fare.

Obiettivi

Desidera **ricevere un'educazione sessuale completa e accessibile** così da non avere il timore di commettere errori, saper gestire la situazione e poter esplorare la sessualità in modo sicuro.

Personalità

Kevin è un ragazzo **curioso ed avventuroso**. Ama fare nuove esperienze, **si adatta alle situazioni** e riesce a risolvere i problemi che gli si pongono di fronte.

Frustazioni

È frustrato nel non sapere dove reperire queste informazioni e **non vuole chiedere a genitori o insegnanti**. Sente la pressione dei coetanei che parlano delle loro esperienze.

Ambizioni

Desidera vivere il suo primo rapporto con la sua ragazza in modo **sicuro e naturale**, cercando di viverlo con serenità e senza pressioni ed esitazioni.

Empathy Map

See

Vede che i suoi coetanei hanno già avuto il loro primo rapporto. Crede di essere **giudicato da tutti** per queste sue paure.

Does

Guarda con **invidia** i coetanei. Non espone i suoi dubbi alla sua ragazza perchè **si sente in imbarazzo**.

Think

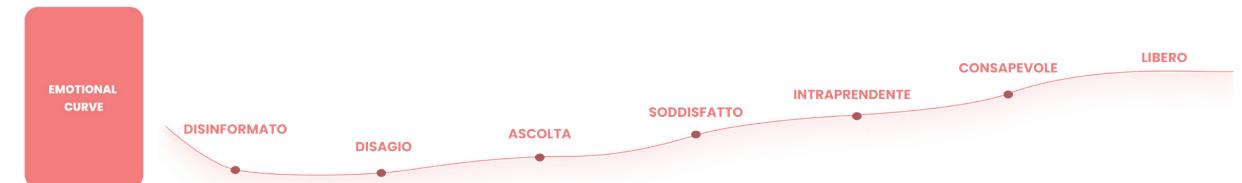
È **frustrato** nel non sapere dove reperire queste informazioni. Sente la **pressione dei coetanei**.

Feel

Disagio
Imbarazzo
Frustrazione

User journey

STEP	INCOAPEVOLEZZA	IMBARAZZO	CONTATTO	SOLUZIONE	SITO	CONSAPEVOLEZZA	LIBERTÀ
AZIONI	Non sa come si utilizzano i profilattici	Si sente a disagio a parlarne perchè pensa che sia un argomento intimo da tenere per sé	A scuola vengono fatte lezioni di educazione sessuale e affettiva	Ci sono esperti che spiegano e danno informazioni sicure e chiare	Si possono trovare informazioni in maniera autonoma e si possono porre domande in maniera anonima	Si è maggiormente consapevoli di ciò che riguarda l'orientamento sessuale e la distinzione di genere	Sensazione di consapevolezza e di libertà
CONTESTO	Personale	Personale Sociale Familiare	Educativo	Personale Sociale Familiare	Personale	Personale	Personale
OBIETTIVI	Vorrebbe riuscire a trovare informazioni sicure e affidabili	Vorrebbe potersi parlare senza imbarazzo	Trovare qualcuno o qualche servizio che possa rispondere alle sue domande	Trovare persone esperte che possano risolvere dubbi	Poter porre domande in maniera anonima e poter ricevere risposte scientifiche e sicure	Essere consapevole delle proprie scelte e delle dinamiche durante il rapporto	Trovare la fiducia e la spensieratezza di poter affrontare questo discorso
PENSIERI	Vorrebbe sapere come si utilizzano i contraccettivi per non commettere errori	Si sente a disagio a parlarne sia con i suoi coetanei che con i suoi genitori	Penso che possa essere il primo passo per poter ricevere le informazioni di cui necessito	È soddisfatto delle lezioni seguite a scuola	È contento di poter porre qualsiasi domanda e potersi informare	È consapevole che è importante informarsi su questa tipologia di argomento	È finalmente informato e senza imbarazzo nel parlarne



0.4
AMA

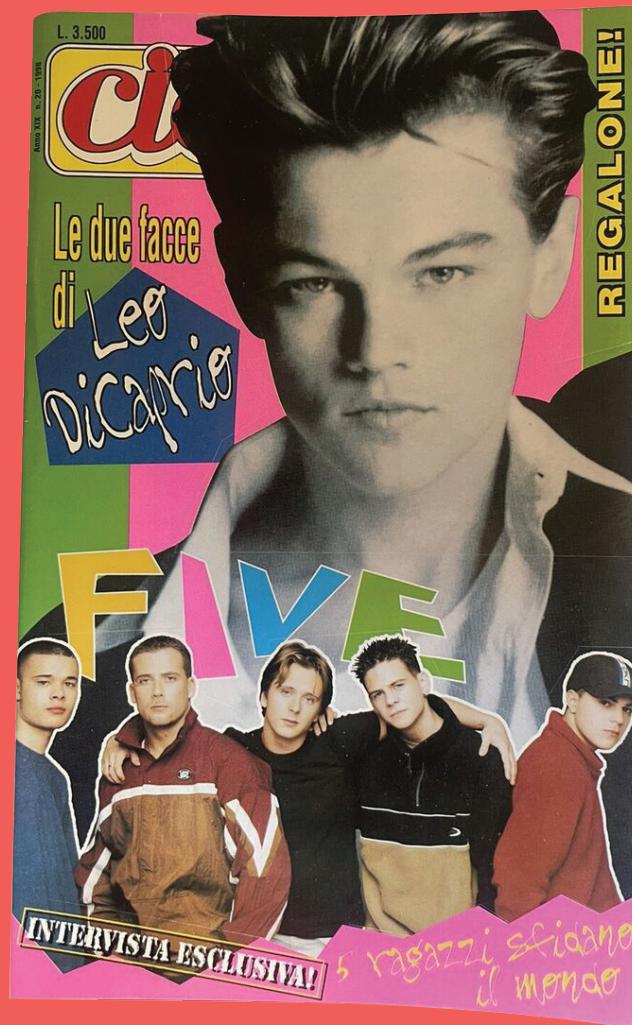


4.1 Introduzione al progetto

Il progetto si sviluppa in un contesto socio-culturale in cui l'accesso ad un'educazione sessuale e affettiva non sempre è una decisione arbitraria del singolo individuo.

Molto spesso questa scelta, che dovrebbe essere individuale, consapevole e mossa da curiosità personale, viene invece influenzata da genitori e istituzioni. È da considerare, inoltre, la scarsità di punti di riferimento come persone, associazioni, enti o istituzioni, a cui la ragazza possono appoggiarsi per chiedere informazioni in caso di necessità o dubbi.

Lo scopo del progetto è dunque



AMA

Introduzione

quello di creare uno **spazio sicuro, accessibile** e a **portata di mano**; un posto in cui ognuno ha la **possibilità di porre domande senza paura di sentirsi giudicate o incomprese**.

L'ideazione del progetto è partita da una profonda analisi dei format di **posta del cuore** presenti al giorno d'oggi. In particolar modo, siamo partite dallo studio di questa rubrica nel giornalino per ragazzi **Cioè**.

La posta del cuore è un **format spopolato tra gli anni '90 e primi 2000**, la cui particolarità è la possibilità di porre domande, in anonimato o meno, a qualcuno di sconosciuto, ma affidabile.

Le domande generalmente sono riguardanti la sfera romantica, ma il Cioè era particolarmente noto per il suo **essere esplicito con le domande di sessualità**.

Attraverso questo format, sebbene non fosse questo l'obiettivo principale, il Cioè ha contribuito a fornire alla italiana un'educazione sessuale accurata, in modo **incosapevole e divertente**.

Abbiamo trovato interessante il Cioè proprio per il modo in cui riusciva ad educare non risultando noioso, ma in un'atmosfera di piacevole intrattenimento.

Il nostro servizio ha l'obiettivo di essere **inclusivo** in modo da far sentire **tutta al sicuro**,

rappresentata e non giudicata perchè tutti hanno il diritto di ricevere un'educazione sessuale sicura, accurata e completa.

Con questo progetto vogliamo arrivare a tutti: **chi ne ha bisogno, chi non ha nessuno a cui chiedere o chi si imbarazza troppo per farlo dal vivo, chi è solamente curioso, chi vuole imparare**.

Vogliamo rivoluzionare il modo di fare educazione sessuale affinché non sia più svolto in modo frontale e accademico, ma in maniera orizzontale e diretta.

4.2 Concept

"AMA" è un **sito internet** che dà la possibilità alle ragazze di **porre domande a cui non sanno dare una risposta, senza sentirsi giudicati o in imbarazzo.**

Con un semplice click l'utente può, sotto **anonimato**, sentirsi libera di chiedere **consigli intimi o inerenti alla sfera sessuale** con la sicurezza che riceverà **risposte scientificamente corrette.**

La pubblicazione universale delle domande incentiva la creazione di una **community aperta e attiva** e promuove l'**educazione sessuale e quella affettiva in modo semplice e divertente.**

L'obiettivo del progetto è quello di creare uno **spazio sicuro** ed educativo in cui la giovane si sentano libere di chiedere o anche solo leggere le risposte poste dai coetanei per risolvere dubbi o problemi personali.

L'intento è quello di iniziare a **sensibilizzare un target** che comprende ragazze **dai 12 ai 15 anni**, che si sta per avvicinare alla sfera sessuale, nell'ottica di **educarlo in modo sicuro, informale, immediato e sincero.**



ama

4.3 Progetto

Per definire al meglio le caratteristiche del progetto, è stato necessario analizzare sia il suo **posizionamento rispetto al target e alla comunicazione**, sia l'**ecosistema** in cui si inserisce.

Questi strumenti ci hanno permesso di delineare con precisione le **scelte progettuali**, evidenziando le **dinamiche interne ed esterne che ne influenzano lo sviluppo**.



4.3.1 Posizionamento

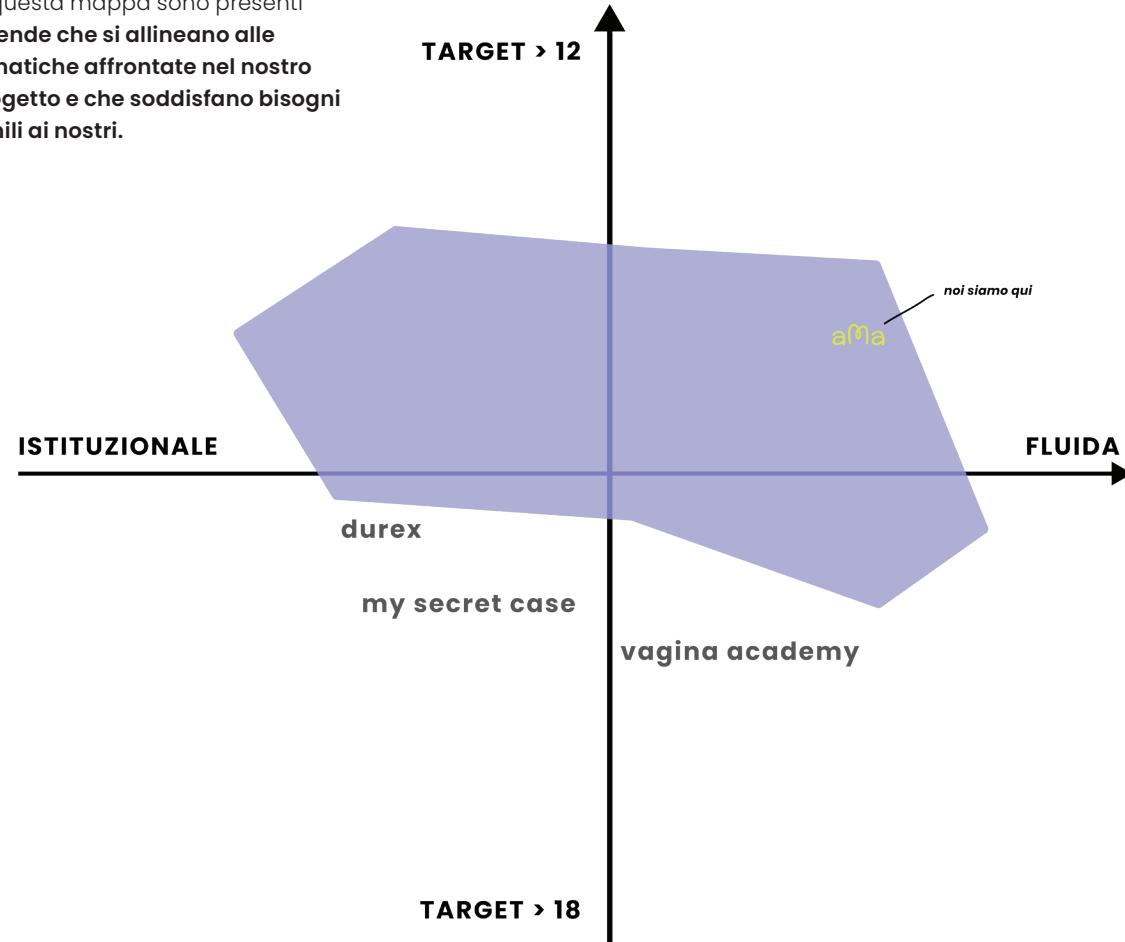
Gli estremi che abbiamo deciso di utilizzare per le nostre mappe di posizionamento riguardano il **target** e il **tipo di comunicazione**. L'educazione sessuale, secondo noi, dovrebbe essere affrontata anche in **età pre-adolescenziale** in quanto è l'**età delle domande**. Questo punto è per noi fondamentale per contribuire a formare delle generazioni più consapevoli riguardo alle tematiche affettivo-sessuali.

Sull'asse delle ordinate abbiamo invece posto uno spettro che va **dall'istituzionale al fluido**. Riteniamo che l'educazione sessuale debba essere **progressista, intersezionale, rappresentativa** e **allontanarsi dallo standard eteronormativo monogamico** che viene spesso considerato come unica soluzione.

Le ragazze devono sentirsi libere, rappresentate e non giudicate.

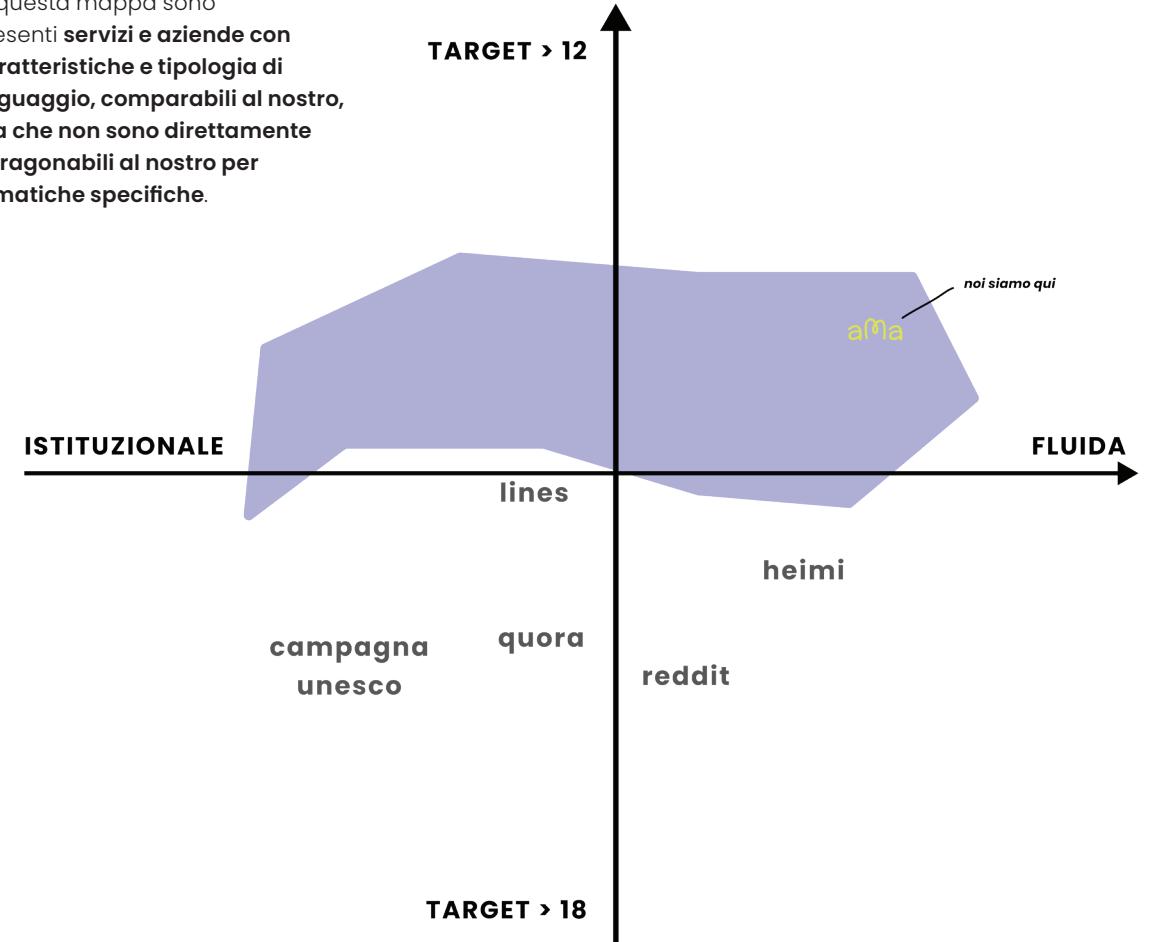
Competitor

In questa mappa sono presenti aziende che si allineano alle tematiche affrontate nel nostro progetto e che soddisfano bisogni simili ai nostri.



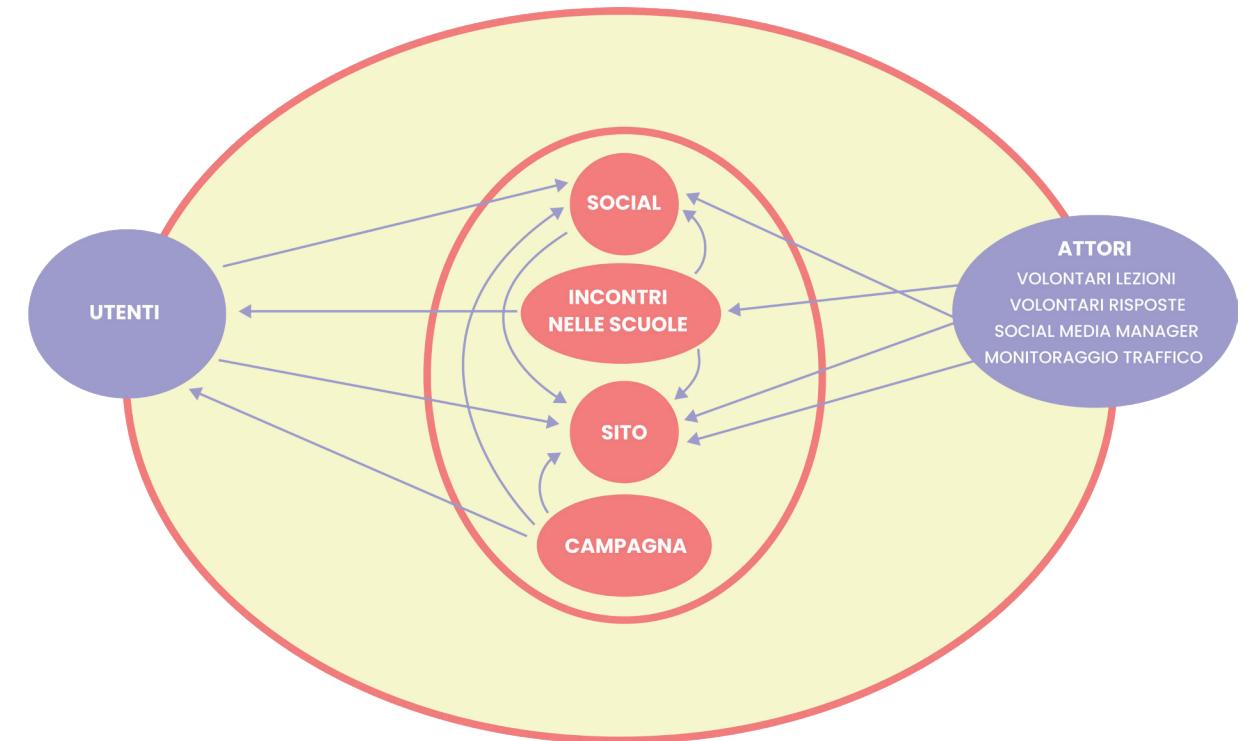
Comparable

In questa mappa sono presenti servizi e aziende con caratteristiche e tipologia di linguaggio, comparabili al nostro, ma che non sono direttamente paragonabili al nostro per tematiche specifiche.



4.3.2 Ecosistema

La mappa dell'ecosistema ci ha permesso di **visualizzare e comprendere le interazioni, le relazioni e le dinamiche tra i vari elementi e soggetti che compongono il progetto.**



4.4 Identità

L'identità di AMA, definisce la sua natura, il suo scopo e i suoi valori.

La creazione di un'identità visiva è stata fondamentale per conferire al progetto **riconoscibilità**, **coinvolgimento** e **chiarezza**.

Nel capitolo, verranno analizzati tutti gli elementi che costituiscono l'identità di AMA.

Scoprirti
proteggerti
Innamorarti

AMA

Identità

TOV

4.4.1 TOV

Il **tono di voce** vuole rivolgersi al target in modo **diretto** ed **empatico**. Il **linguaggio** risulta **riconoscibile** attraverso la combinazione di **sarcasmo**, **accessibilità** e **delicatezza**, con l'obiettivo di creare uno **spazio rassicurante e privo di giudizi**. Lo scopo è quello di alleggerire i temi affrontati attraverso un **approccio frizzante e accattivante**.

LINGUAGGIO LIBERO,
NO PREGIUDIZI
QUEER
CHILL AMO NOY ACCURATO
POP INCLUSIVO FLUIDA
SGARGIANTE RELATABLE
CULETTO NON SEI SOLO TU
LINGUAGGIO SI FA NOTARE
GGGGIOVANE

4.4.2 Logotipo

Composizione

Il logo di "AMA" è composto da **due diversi font**. Per le due **A** laterali è stato utilizzato **Preahvihear**, un font **giocoso, dinamico** dalle **linee morbide e tonde**, mentre per la **M** centrale, l'elemento chiave, è stato utilizzato **Baby Shower Time**, un font dalle **forme curve**, che **richiama l'infanzia**. La **M**, inoltre, richiama la **forma di un cuore**.

Il logotipo è stato ideato seguendo una **griglia di costruzione** che **non può essere modificata**.

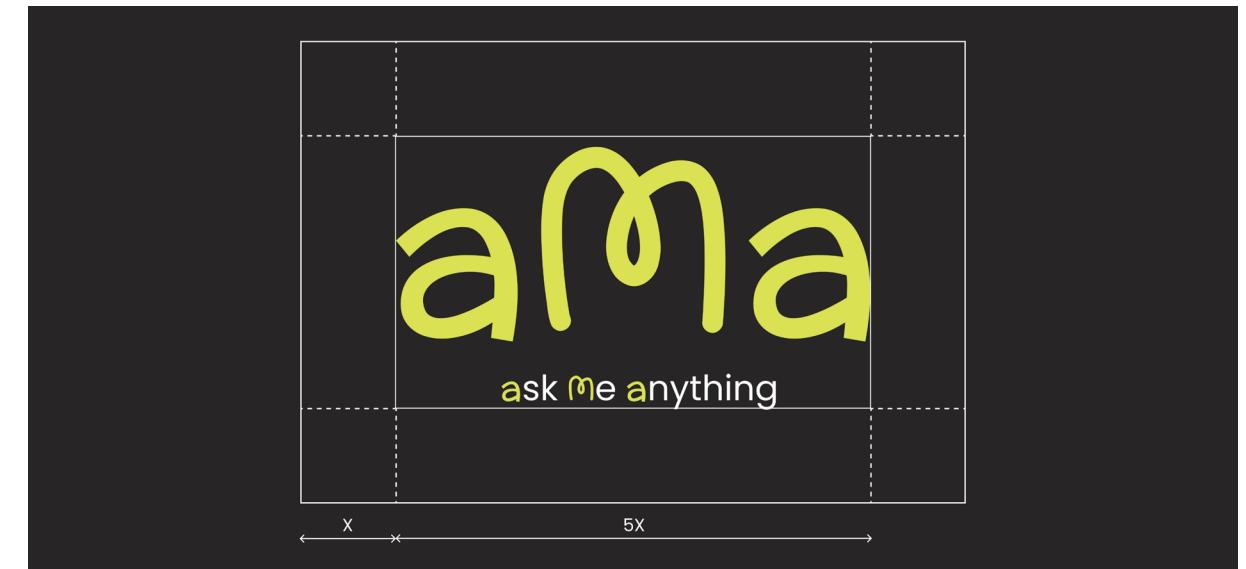
Il logotipo **AMA**, acronimo di **ask me anything**, può essere accompagnato dal **nome intero** che deve essere però **posizionato sotto** quest'ultimo, **seguendo le linee guida prestabilite**.

Il **font** utilizzato è il **Poppins**, tranne per le **prime lettere di ciascuna parola**, che **riprendono i medesimi font del logo**.



Area di rispetto

Gli **elementi** del logotipo devono essere **disposti secondo delle linee guida prestabilite** e **non è possibile modificarli**.



Riduzioni minime

Affinché la leggibilità sia ottimale, la **misura minima di stampa** del logotipo in **versione contratta**, è di **13 mm in lunghezza**, mentre in **versione completa**, di **50 mm in lunghezza**.



120 mm



80 mm



50 mm



35 mm



13 mm



ask Me anything



ask Me anything



ask Me anything

Utilizzi non consentiti

Per garantire la corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, **è necessario rispettare alcune regole. Il logotipo non dovrà mai essere modificato o alterato in nessun modo rispetto alle versioni fornite.**

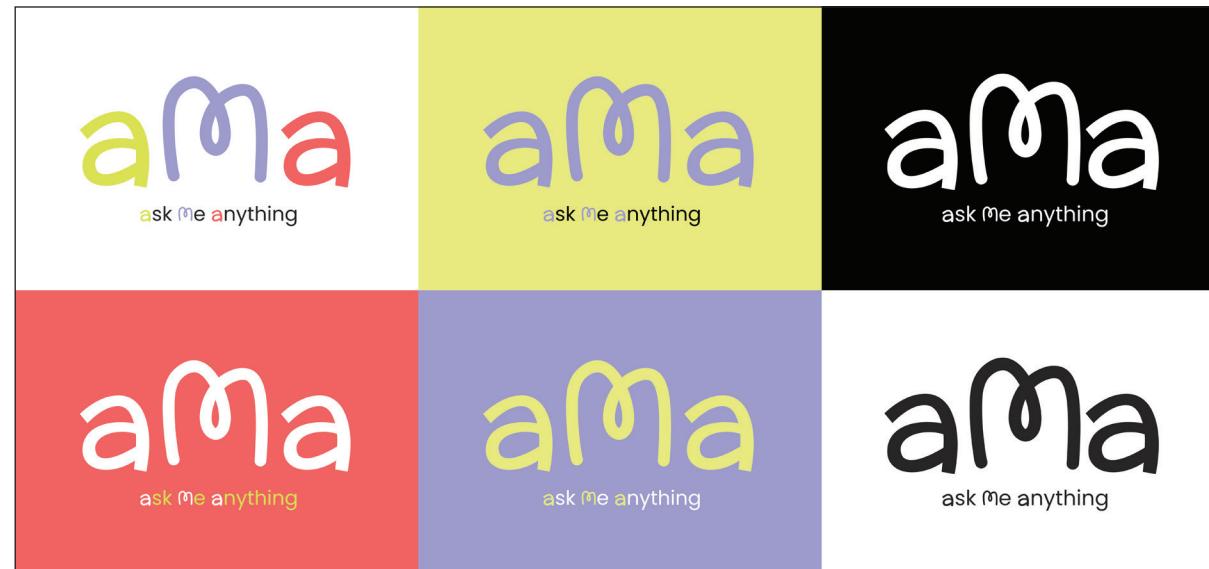


Variazioni cromatiche

Il logo rispetta una **palette prestabilita**; presenta una **versione monocromatica** e una **versione in tre colori**.

Nei supporti con sfondo bianco, si ammette il logotipo colorato unicamente in nero, viola o nella versione a tre colori, in modo da rendere la leggibilità ottimale.

Nei supporti con sfondi colorati, si ammette il logotipo del colore prestabilito.

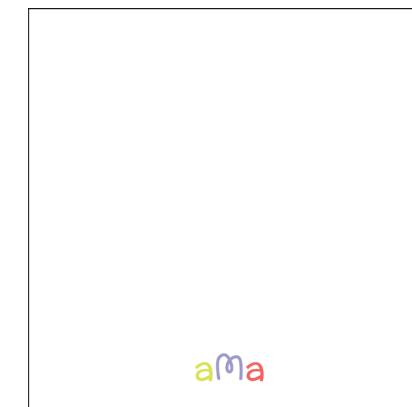


Posizione logotipo

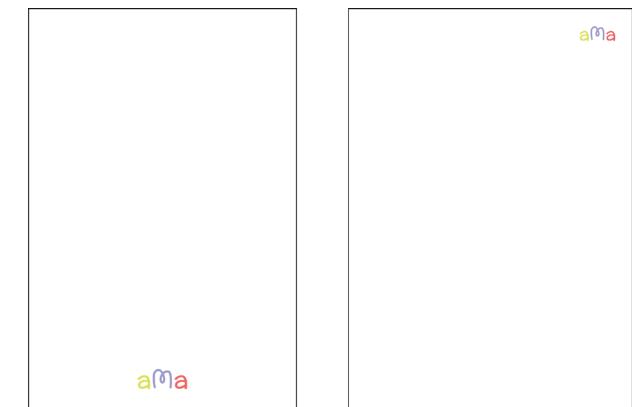
Il logotipo deve **sempre avere una buona visibilità**, ma va disposto seguendo delle normative.

Di seguito si trovano le **posizioni in cui il logotipo va disposto in base alla tipologia di formato fisico e digitale**. Per i **supporti di piccole dimensioni** è da **prediligere il logotipo in versione contratta**.

Formato social



Formato fisico



4.4.3 Color palette

I colori principali di AMA sono tre.

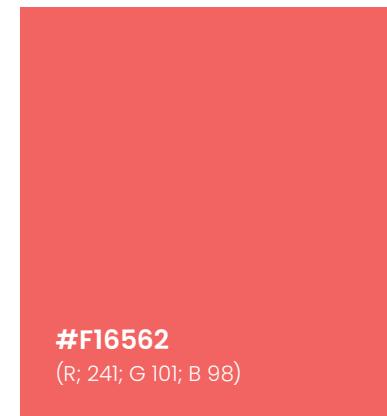
Blu lavanda pallido

Un blu chiaro e delicato con una leggera sfumatura di lavanda. È un **colore fresco e rilassante**, che evoca un **senso di tranquillità e leggerezza**.



Rosso corallo vivo

Un rosso acceso con toni caldi e aranciati. È un **colore energico e vivace** che aggiunge **dinamismo e calore** alla palette.



Giallo pastello vivace

Un giallo chiaro e brillante con sfumature di verde lime. È un **colore allegro e stimolante**, che **trasmette energia positiva e allegria**.



È una **palette giocosa e fresca**, che crea un **equilibrio tra calma e vivacità**, rimandando così alla **spensieratezza infantile**. Per agevolare la fruizione delle informazioni e renderle più ordinate, ad ognuna delle tre tinte è stato **associato un macrocluster**, ciascuno dei quali è suddiviso in base alla tematica trattata.

Blu lavanda pallido

Temi legati all'aspetto psicologico



Rosso corallo vivo

Temi legati all'ambito medico



Giallo pastello vivace

Temi legati all'affettività



4.4.4 Tipografia

Tipografia primaria

Per la tipografia primaria vengono utilizzati **due font differenti**, selezionati **a seconda della necessità e degli applicativi**.

Per la tipografia primaria i font utilizzati sono il **Poppins Semibold** e **Babyshower**.

Poppins è un font **sans-serif moderno e versatile**, caratterizzato da un **design geometrico**, con **linee pulite e forme bilanciate**.

Il font **Baby Shower Time** è un **carattere decorativo e giocoso**, progettato per evocare un'atmosfera festosa e infantile. Presenta **linee morbide e arrotondate**, spesso arricchite da dettagli come riccioli e curve che conferiscono un **aspetto spensierato e accogliente**.

Poppins Semibold

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
áéíóú
1234567890

Baby Shower Time

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
áéíóú
1234567890

Tipografia secondaria

Per la tipografia secondaria il font utilizzato è il **Poppins Regular**, che differisce dal Semibold per lo spessore meno marcato. Questo font presenta **molti pesi**.

Poppins Light / Poppins Light Italic

ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno	abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz	pqrstuvwxyz
áéíóú	áéíóú
1234567890	1234567890

Poppins Regular / Poppins Italic

ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno	abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz	pqrstuvwxyz
áéíóú	áéíóú
1234567890	1234567890

Poppins Semibold / Poppins Semibold Italic

ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno	abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz	pqrstuvwxyz
áéíóú	áéíóú
1234567890	1234567890

Poppins Bold / Poppins Bold Italic

ABCDEFGHIJKLM	ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ	NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno	abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz	pqrstuvwxyz
áéíóú	áéíóú
1234567890	1234567890

Evidenziazioni nella tipografia

Al fine di enfatizzare alcuni concetti e parole, il **testo in Poppins Regular** può essere **accompagnato da porzioni del testo in semibold o scritte con il font Baby Shower Time.**

Evidenziazioni nei social

La mia **prima volta**
perderò sicuramente
un sacco di **sangue.**

Evidenziazioni nei supporti fisici

**Il nuovo modo di fare
educazione sessuale.
Non girarci intorno,
vai al sodo, AMA ha la
risposta giusta per te!**

Interlinea

Utilizzare la **giusta interlinea** in base al font e al corpo del carattere è **necessario per rendere la leggibilità fluida e ottimale.**

Corretto

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Sbagliato

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed
do eiusmod tempor incididunt ut
labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis
nostrud exercitation ullamco
laboris nisi ut aliquip ex ea
commodo consequat.

Sbagliato

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit, sed
do eiusmod tempor incididunt ut
labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis
nostrud exercitation ullamco
laboris nisi ut aliquip ex ea
commodo consequat. Duis aute
irure dolor in reprehenderit

Paragrafi

I paragrafi devono avere **sempre la stessa struttura**.

Corretto

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

Sbagliato

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

Sbagliato

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

Sbagliato

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

Orfane, vedove e righini

Non è concessa la presenza di orfane, vedove e righini di nessun tipo e in nessun formato.

La stessa regola è da considerarsi valida **anche per** composizioni di testo al di fuori dei supporti grafici, quali **caption per i social, comunicati ufficiali, email e articoli**.

Orfana

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit

Vedova

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. **Duis**

Righino

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

0.5
Illustrazioni



5.2 Character design

I personaggi illustrati presentano **linee morbide e arrotondate** e **proporzioni esagerate** che ne conferiscono **dinamicità**.

La costruzione dei volti segue delle linee guida che si ripetono differenziandosi leggermente, permettendo così di conferire a **ciascun personaggio una propria identità e personalità**, pur mantenendo una coerenza visiva.

Illustrazioni

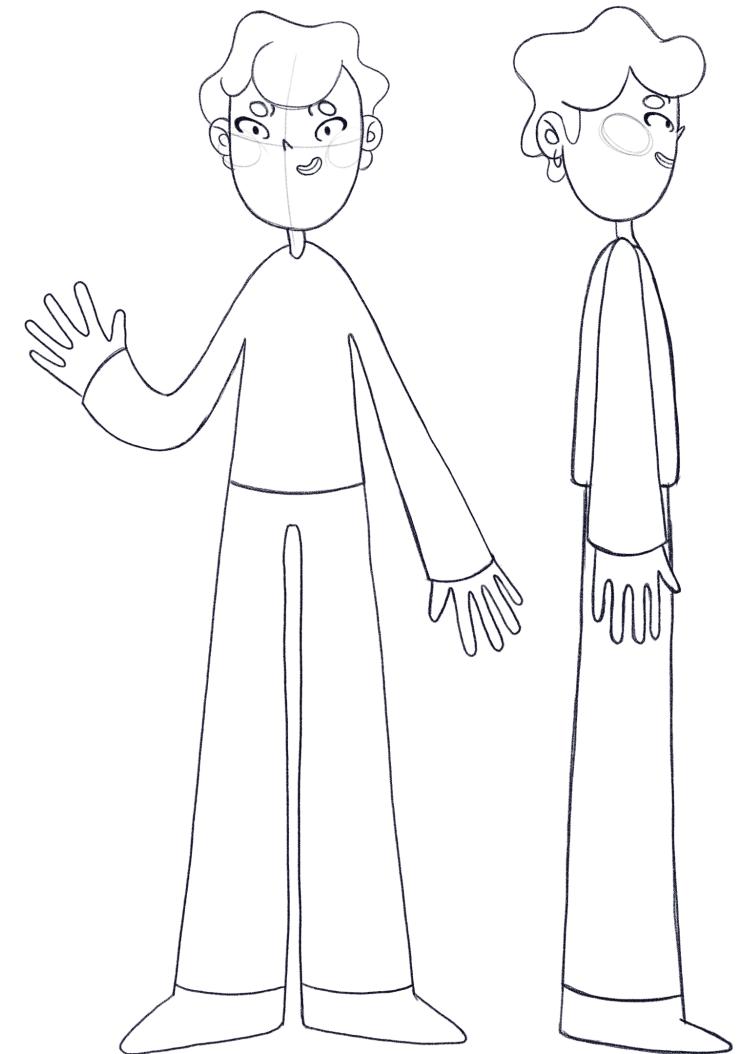
Character design

Struttura corporea

La **testa** è costituita da forme che spaziano da un **ovale più morbido** ad una forma leggermente più **appuntita sul mento**.

Il **collo sottile** collega la testa con il **busto corto** e con **spalle dal profilo curvo**.

Gli **arti** sono **lunghi** e **sproporzionati** rispetto al busto e si allargano verso le mani e i piedi.



Dettagli del viso

Il viso è costituito da **sopracciglia tonde, accompagnate da una linea curva**, che accentua l'espressività dei personaggi.

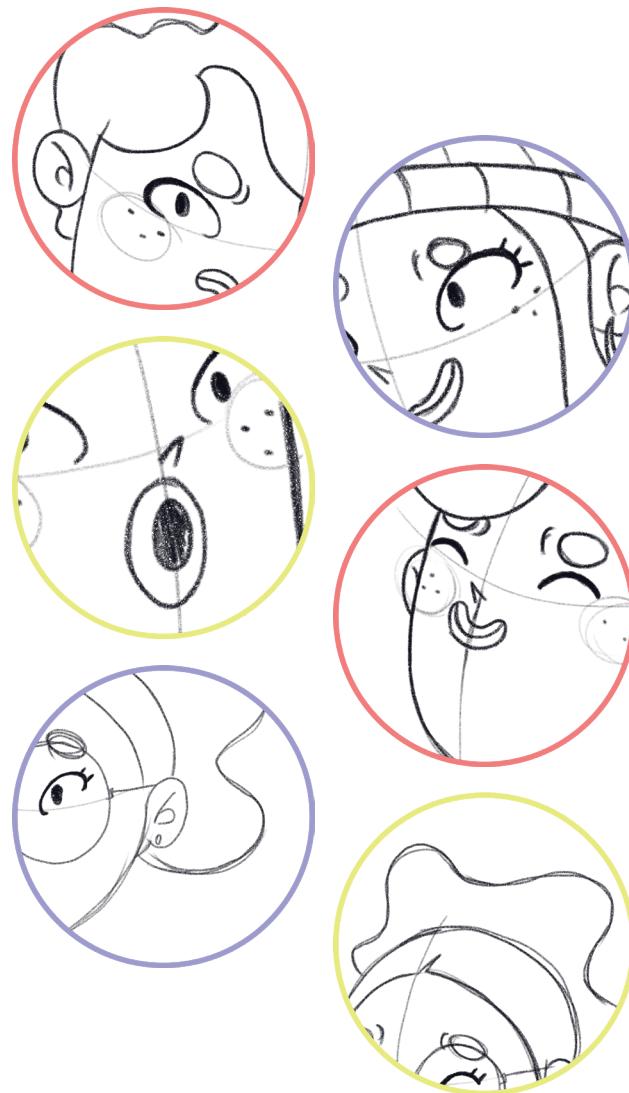
Gli **occhi** hanno una **forma ovale** e sono delineati da un **contorno marcato e scuro**.

Il **naso** ha una **forma triangolare e appuntita** ed è reso da un contorno di una tonalità più scura rispetto alla pelle.

La **bocca** presenta una **forma morbida e curva** ed è delineata da un contorno più scuro rispetto al colore di riempimento interno.

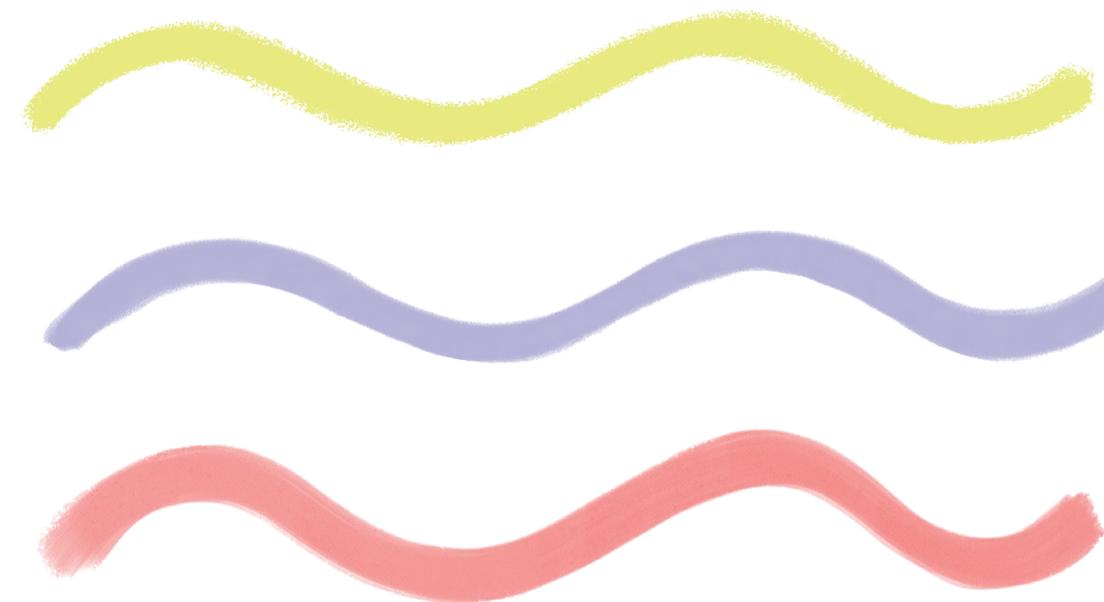
Le **orecchie** sono **grandi e tonde** e hanno un **dettaglio curvo al loro interno**, che ne riprende in modo sintetico l'anatomia.

I **capelli**, la cui **forma e colore variano** in base al personaggio, presentano **linee spesse, alternate a linee sottili**, che conferiscono **dinamicità** e contribuiscono a caratterizzare l'acconciatura.



Stesura del colore

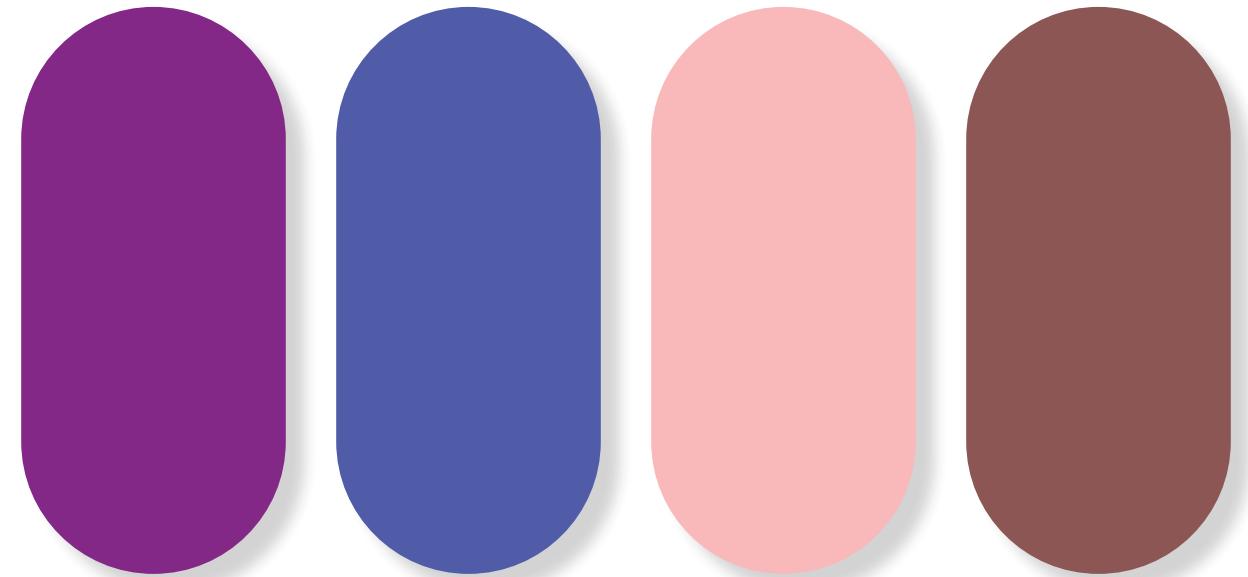
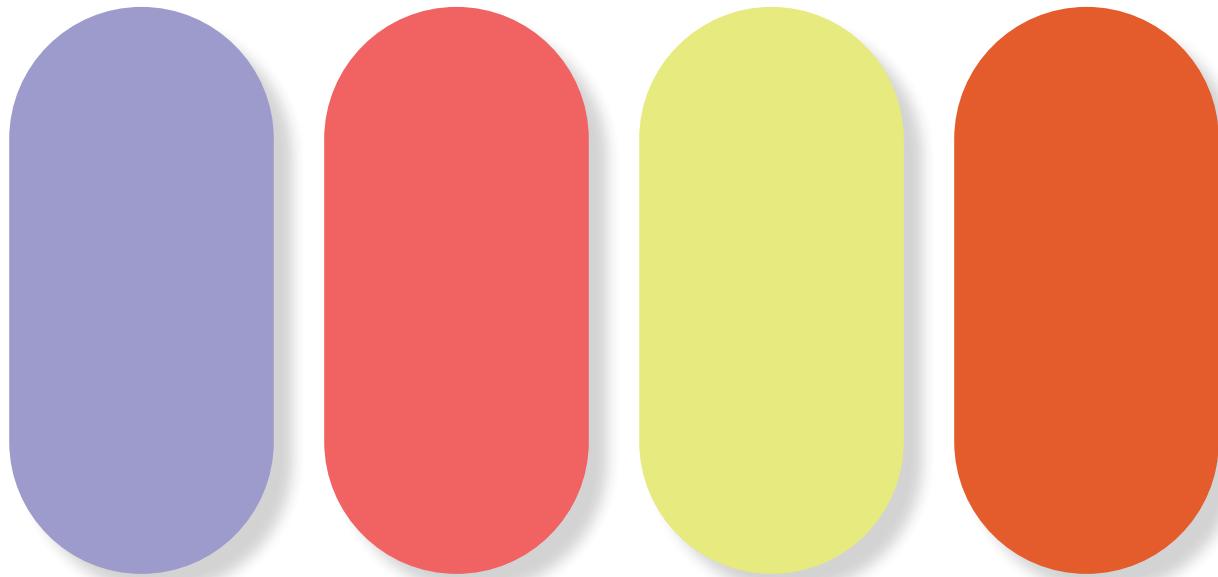
Il colore è steso con un **pennello pieno, piatto**, che forma una **base omogenea**, a cui vengono **sovrapposti contorni disomogenei e texturizzati** e **dettagli e ombre delicati**.



5.2.1 Palette

La palette di colori è un **mix tra tinte calde e fredde, colori brillanti e più tenui.**

Questi contrasti creano un **equilibrio perfetto** e un'atmosfera **vivace e confortevole**, che risulta **coinvolgente e dinamica.**



5.2.2 Personaggi

MIA

Età: 25

Professione: dottoranda in psicologia

Empatica e saggia, Mia ha un **gran cuore** e la **capacità di comprendere profondamente le emozioni altrui**.

È **vivace** ed ha una **personalità solare** che le permette di vedere sempre il lato positivo delle situazioni. È una persona **accogliente**, con una **risata contagiosa** e dallo **spirito giocoso ed energico**.

Mia ha un **look vivace e distintivo**, in linea con la sua **personalità frizzante**. Porta sempre con sé un **cappellino colorato** che abbina al suo umore e all'outfit.

Ha **capelli corti** fino alle spalle ed il suo **abbigliamento** sempre **colorato** riflette la sua **energia** e la sua **creatività**.

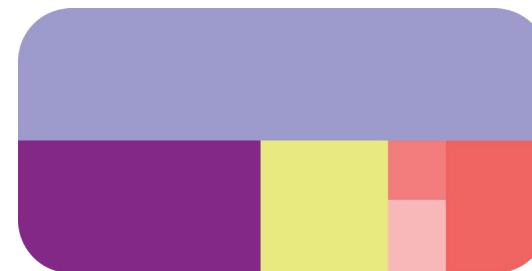
Mia adora **prendersi cura delle sue piante**.

Il suo appartamento è pieno di verde, con vasi di diverse dimensioni e colori che spuntano un po' ovunque.

Ama anche **bere infusi**, preferisce **gusti delicati e naturali** e spesso sperimenta nuove combinazioni di erbe per rilassarsi.



Palette specifica



GINNY**Età:** 27**Professione:** ginecologa

Ginny è **sveglia e attenta**, sempre pronta a **cogliere i dettagli** che sfuggono agli altri.

La sua **dolcezza** traspare in tutto quello che fa; ha un **modo di fare rassicurante che mette le persone a proprio agio**.

È molto **competente ed appassionata del suo lavoro** e offre consigli in modo chiaro e molto professionale.

Ginny è una ragazza con un **aspetto dolce e naturale**.

I suoi **lunghi capelli ricci** sono **spesso raccolti** per lasciare scoperti i suoi **lineamenti dolci e gentili**. La sua miopia la porta ad indossare i suoi **spessi occhialoni rotondi** da cui non si separa mai.

Ginny trova **soddisfazione nell'aiutare le persone**.

Nel suo tempo libero ama **leggere**, specialmente **romanzi fantasy e di mistero**.

È un'amante dei **gatti** e adora passare il tempo a coccolare il suo. Le piace fare **lunghe passeggiate in montagna** in compagnia dei suoi amici e scoprire posti nuovi.

**Palette specifica**

LEO**Età:** 18**Professione:** studente

Leo è considerato da tutti un **“fratello maggiore”**.

È sempre pronto a **dare consigli e aiutare** chiunque lo circonda.

Ha un **sorriso accogliente** e uno **sguardo caloroso**, i suoi **gesti** sono **calmi e gentili** e rivelano una **personalità empatica e** profondamente **altruista**.

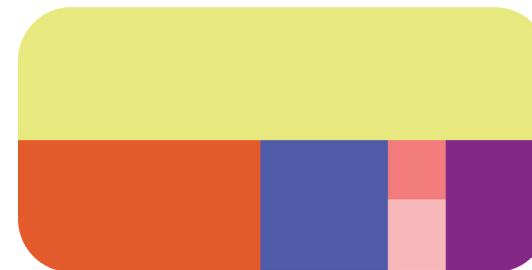
Questo **lato protettivo e attento** lo rende un **punto di riferimento per gli altri**.

Leo si riconosce per i suoi **capelli corti e mossi di colore rosso**.

Indossa spesso **abiti sportivi**, perfetti per le sue attività all'aria aperta. Porta anche un **apparecchio acustico**; questo dettaglio fa parte della sua identità e lo rende ancora più **determinato** a non lasciarsi fermare da nulla.

Leo è un ragazzo **molto sportivo e ama stare all'aria aperta**.

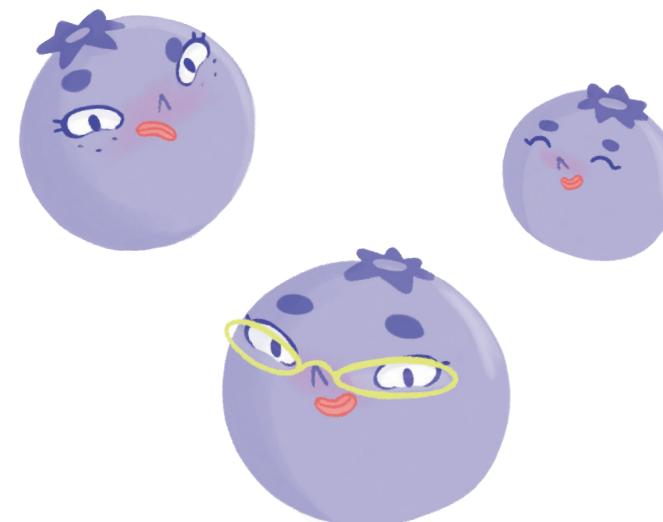
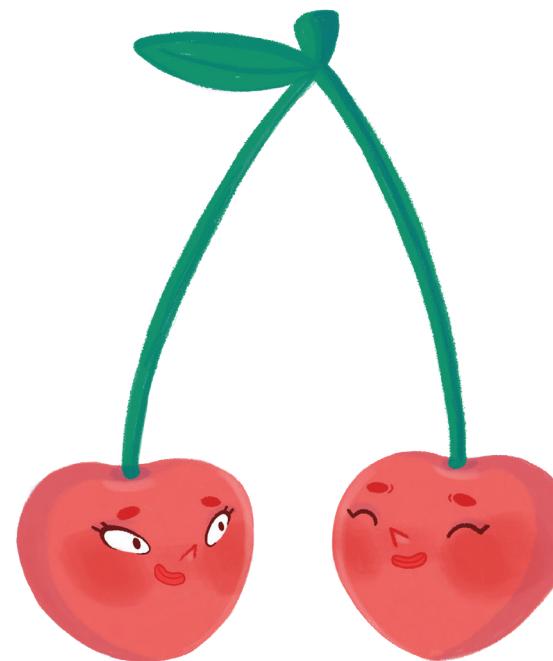
Ama giocare ai giochi di squadra, e predilige il **volley**, sport che pratica regolarmente e grazie al quale ha imparato a **fare gruppo** e la **determinazione**.

**Palette specifica**

Altri personaggi

Oltre ai tre personaggi principali, sono stati illustrati **diversi altri personaggi, che seguono le linee guida prima citate.**

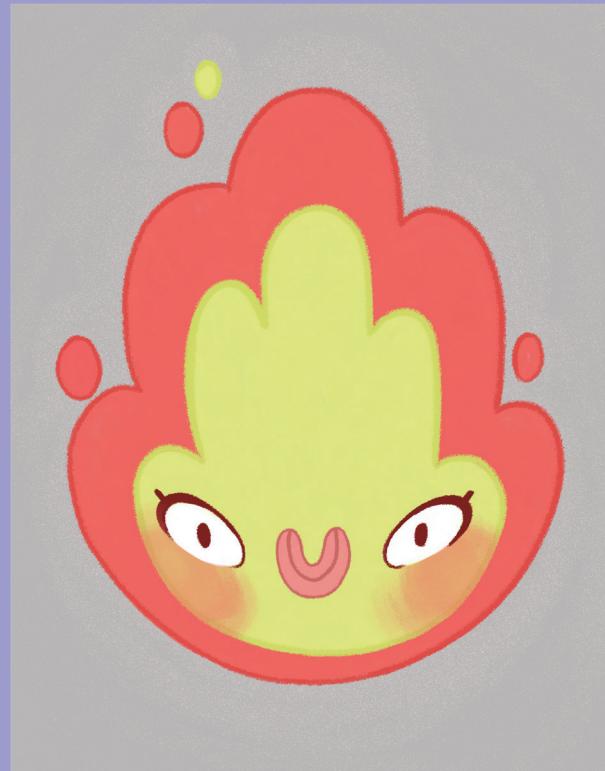
Ai personaggi dalle caratteristiche umane, si affiancano personaggi con forme che richiamano i **frutti**. Questi hanno lo scopo di rendere la **comunicazione divertente** ed evitare che risulti ripetitiva. Inoltre risultano estremamente efficaci, in quanto **possono raffigurare argomenti più "spinti", senza risultare volgari, evitando di mettere in imbarazzo o in soggezione** chi le guarda.



5.3 Illustration system

Le illustrazioni seguono le linee guida prima citate e si adattano a diversi formati e supporti.

I più hot



Illustrazioni

Illustration system

Illustrazioni argomenti

Lgbtqia+



Storytime



Prime volte



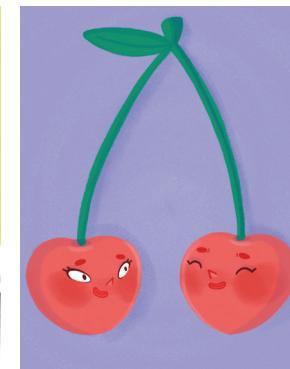
Farlo safe



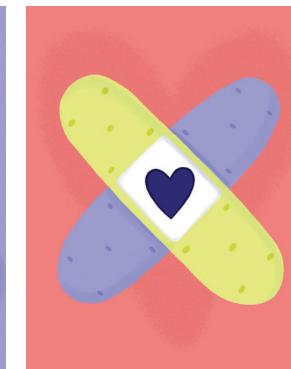
Sesso



Relazioni



SOS

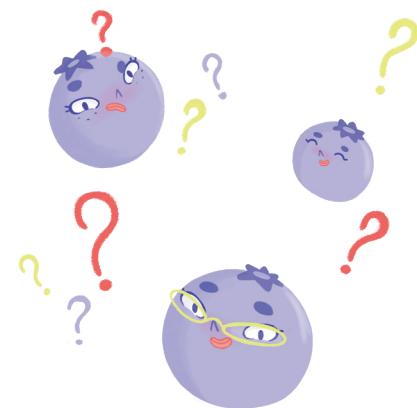


Conoscersi



Illustrazioni giochi

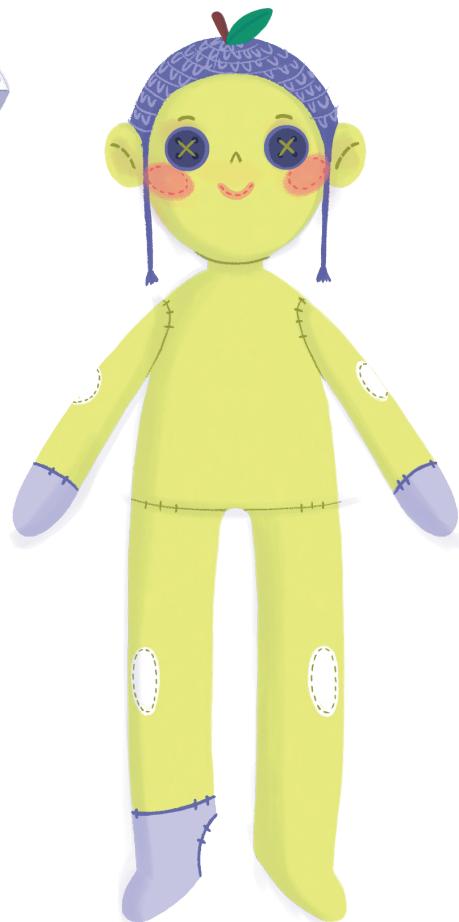
Ma quante ne sai?



Giochi



Tocca qui!



POV



Illustrazioni per supporti fisici

Esperte



Innamorati



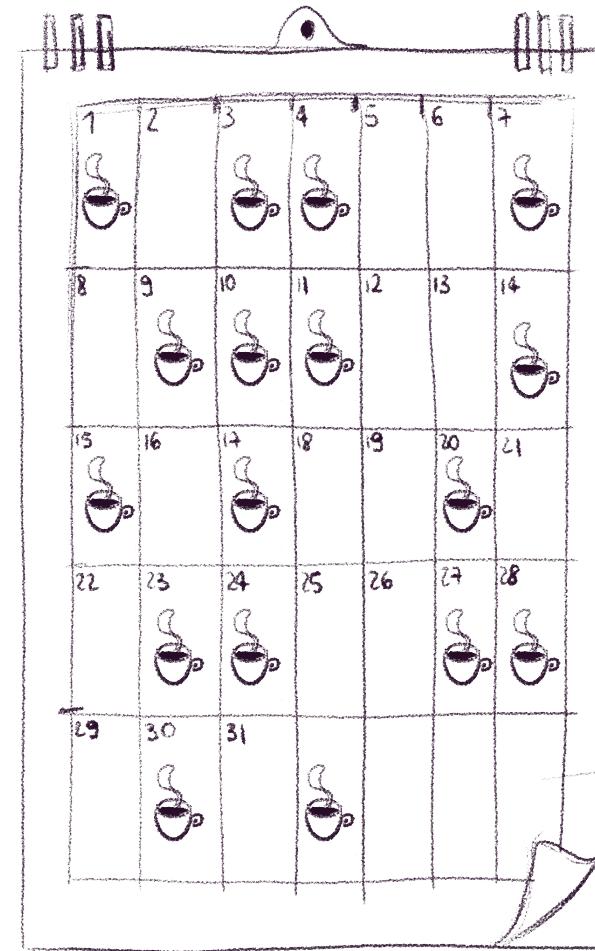
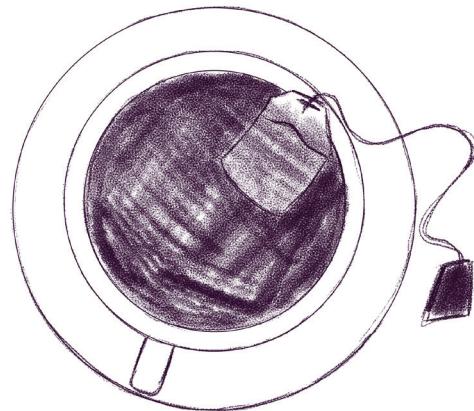
Proteggiti



Scopriti



Sketch



0.6
Output



6.1 Piattaforma web

Come abbiamo visto nell'analisi del target, la utenti possono essere declinati in due categorie: **utenti attivi e utenti passivi**.

Gli **utenti attivi** sono coloro che **utilizzano social e piattaforme generando contenuti e interazioni** (post, stories, commenti).

La **utenti passivi** tendono ad **osservare da lontano senza mai intervenire attivamente**, seppur consumando i contenuti sulle diverse piattaforme.

L'esigenza è quindi quella di creare un progetto che consenta alla utenti attivi di creare contenuti e interagire con essi, e alla utenti passivi di intrattenersi con i contenuti di altri utenti.

Per fare questo, è stato deciso di seguire il **funzionamento dei principali social media** nello scenario dell'anno 2024.

Il fulcro della piattaforma si basa su una **sezione dedicata allo**

scrolling, dove la utenti possono scorrere tra contenuti creati da altri utenti.

Proprio come Instagram, Tiktok e altri social media, il progetto punta all'**autogestione e all'autoalimentazione della utenti**, fatta eccezione per le risposte alle domande, che saranno formulate da medici ed esperte.



Output

Piattaforma web

In che modo subentra l'educazione sessuale in una piattaforma autogestita dalla utenti?

La necessità è quella di **trasformare i contenuti generati in qualcosa di educativo e formativo**; per questo motivo il focus è stato, fin dal principio, un **format di posta del cuore**, ovvero di **domanda e risposta**.

A rispondere saranno i volontari del sito, che procederanno a moderare i contenuti che violano le linee guida e a risolvere i dubbi degli utenti o a confortarli.

Per fare questo, la volontari scriveranno le loro risposte **dietro la facciata di un personaggio** disegnato apposta per il target e per le funzionalità richieste, ovvero **medicina, peering e psicologia** (vedi punto 5.2.2/pag. 176).

Uno dei punti fondamentali è l'**accessibilità del servizio**, che deve essere facilmente fruibile da tutti. Considerando l'età del target, ovvero gli anni in cui si inizia a possedere uno smartphone, dobbiamo tenere a mente il fatto che **non tutti la ragazzi potrebbero possedere un dispositivo a livello individuale**.

Alcuni ragazzi potrebbero avere un dispositivo mobile in comunione con la genitori, oppure un computer di famiglia, o ancora potrebbero non avere alcun dispositivo a loro disposizione, fatta eccezione per computer presenti nelle biblioteche pubbliche e nelle scuole.

Per questo motivo, il **funzionamento principale del servizio non può basarsi su un'applicazione mobile**, per quanto questa, a prima vista,

potrebbe risultare la soluzione ideale. La direzione che è stata scelta per lo sviluppo del servizio verte, invece, su una **piattaforma web, usufruibile sia da mobile che da desktop**.

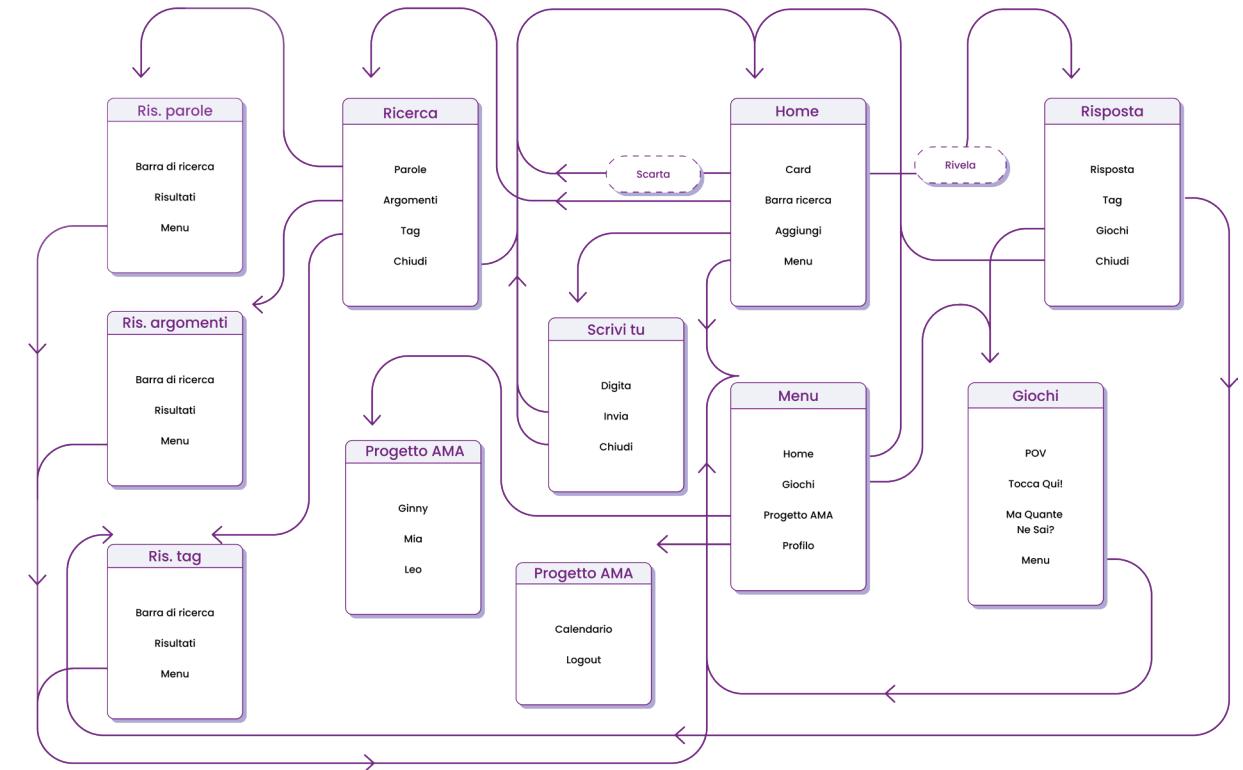
Il sito web offre la possibilità di **porre domande in modo anonimo e ricevere risposte affidabili e verificate da esperti**, tra cui sessuologi e psicologi. Oltre alla possibilità di porre domande e visualizzare quelle della altri utenti, **il sito propone anche minigiochi interattivi**, che permettono di imparare divertendosi.

6.1.1 User flow

Per la realizzazione della piattaforma, è stato sviluppato un user flow che presenta i **vari percorsi che gli utenti possono seguire all'interno del sito**. La mappatura ha consentito l'individuazione degli **ipotetici errori e la loro risoluzione**.

Il sito viene organizzato in diverse sezioni:

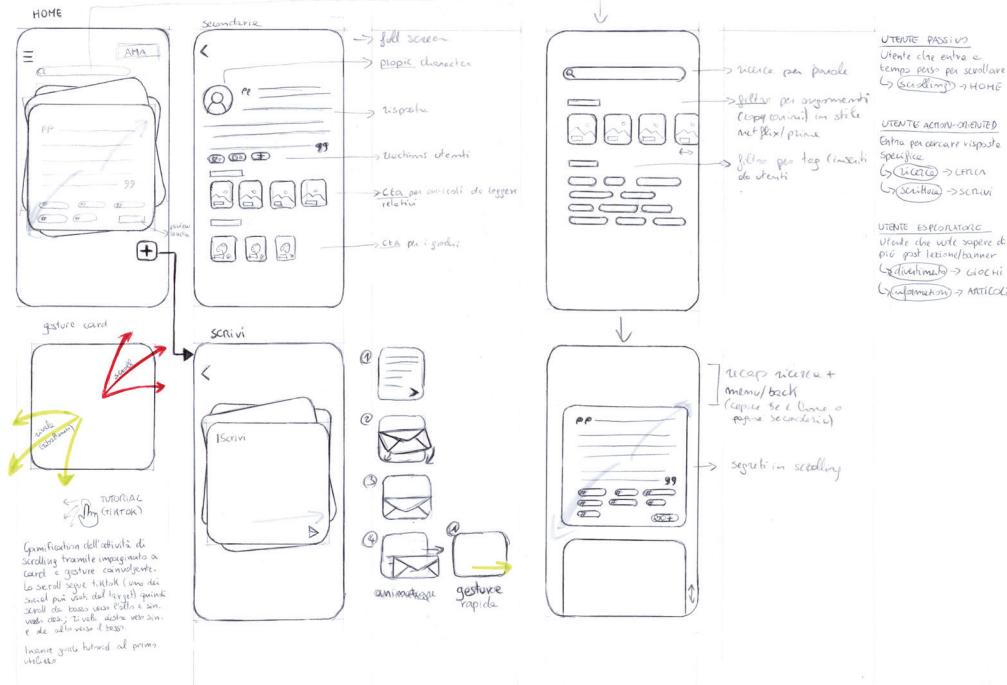
Home page: pagina dedicata alla visualizzazione delle domande e alla ricerca;
Scrivi: pagina dedicata alla scrittura della propria domanda;
Giochi: pagina con dei mini giochi;
AMA: pagina che racconta il progetto.



6.1.2 Wireframe

Il wireframe del sito è stato sviluppato in due fasi: **low fidelity** e **high fidelity**. Questo processo ha permesso di ottenere una **visione iniziale semplificata della struttura** e, successivamente, di **identificare e risolvere eventuali errori o incongruenze**.

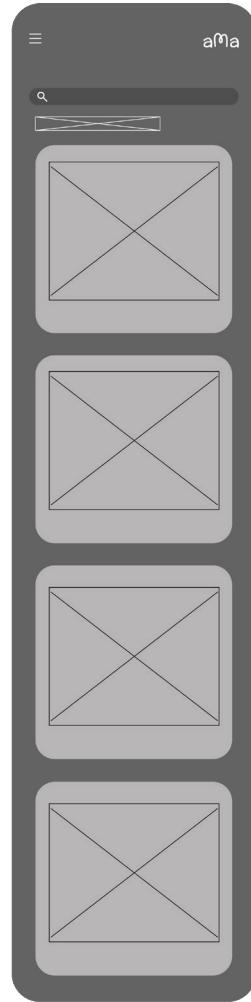
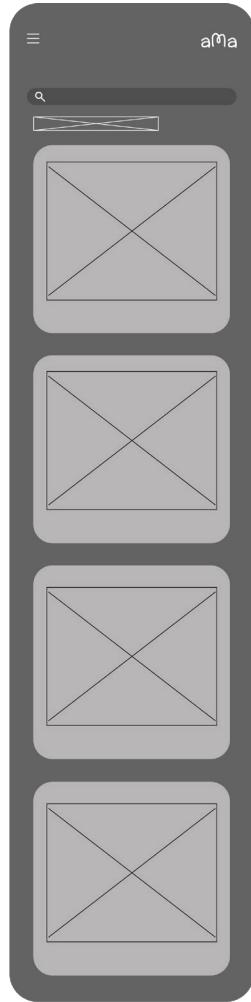
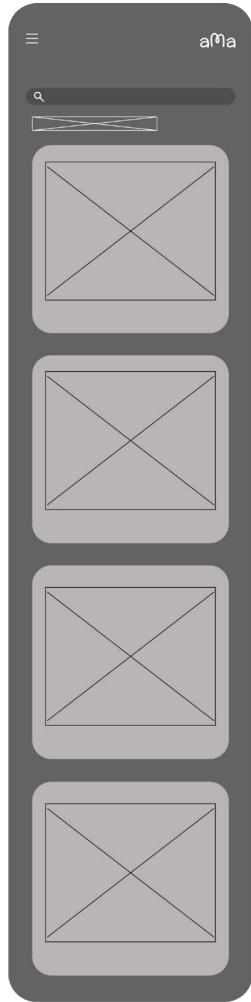
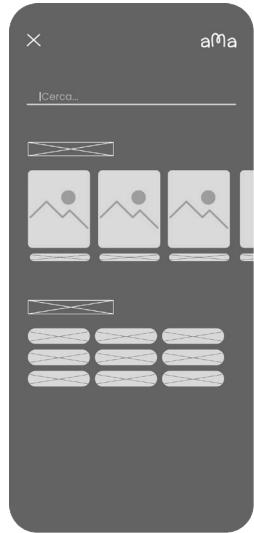
La realizzazione del wireframe è stata fondamentale per **definire meglio la disposizione dei componenti e ottimizzare l'esperienza utente** prima di procedere con l'**implementazione del design visivo**.



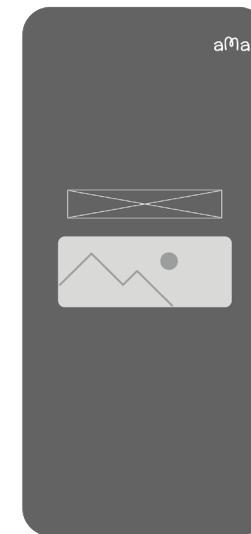
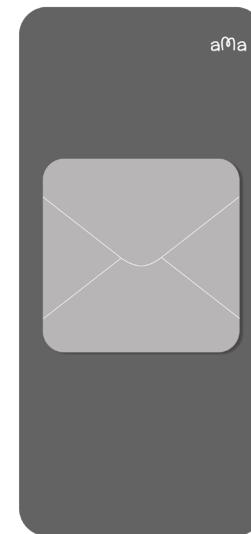
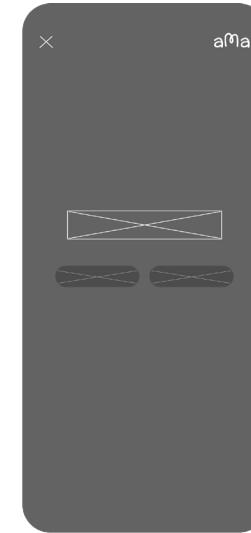
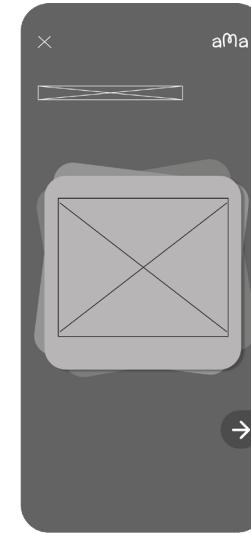
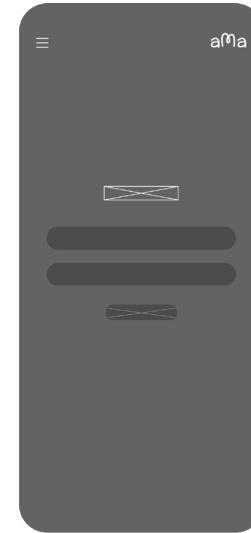
Home



Ricerca



Scrivi tu



Output

Piattaforma web

Wireframe

Giochi

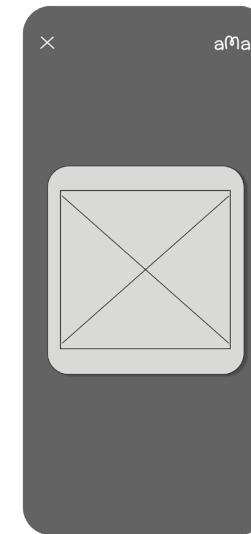
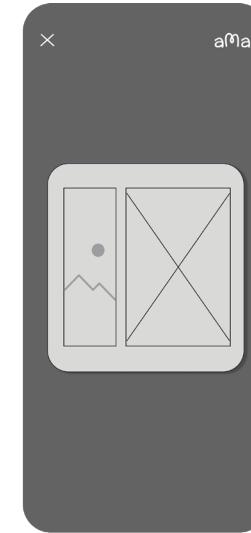
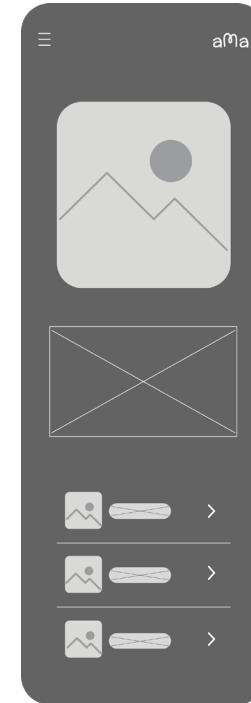


Output

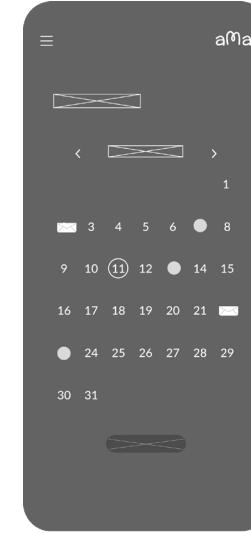
Piattaforma web

Wireframe

Progetto AMA



Profilo



6.1.3 Design system

Il design system del sito raccoglie **tutti i componenti e le linee guida che garantiscono una coerenza ed efficienza nella progettazione e sviluppo dell'interfaccia utente.** Include elementi visivi come **colori, tipografie, icone, e spaziature,** insieme a componenti interattivi come **bottoni, moduli e navigazione.**

L'obiettivo è quello di creare un'**esperienza utente fluida, intuitiva e accessibile.**

Testo

32 bold	Titolo
22 semibold	Sottotitolo
17 regular	Testo primario
13 regular	Testo secondario
10 regular	Testo terziario

Bottoni

Dimensioni

Small



Medium

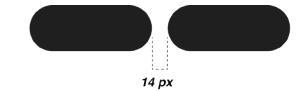


Medium



Distanziamento

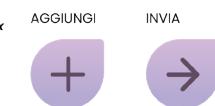
Tasti



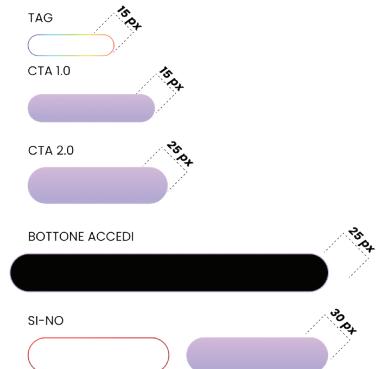
Testo

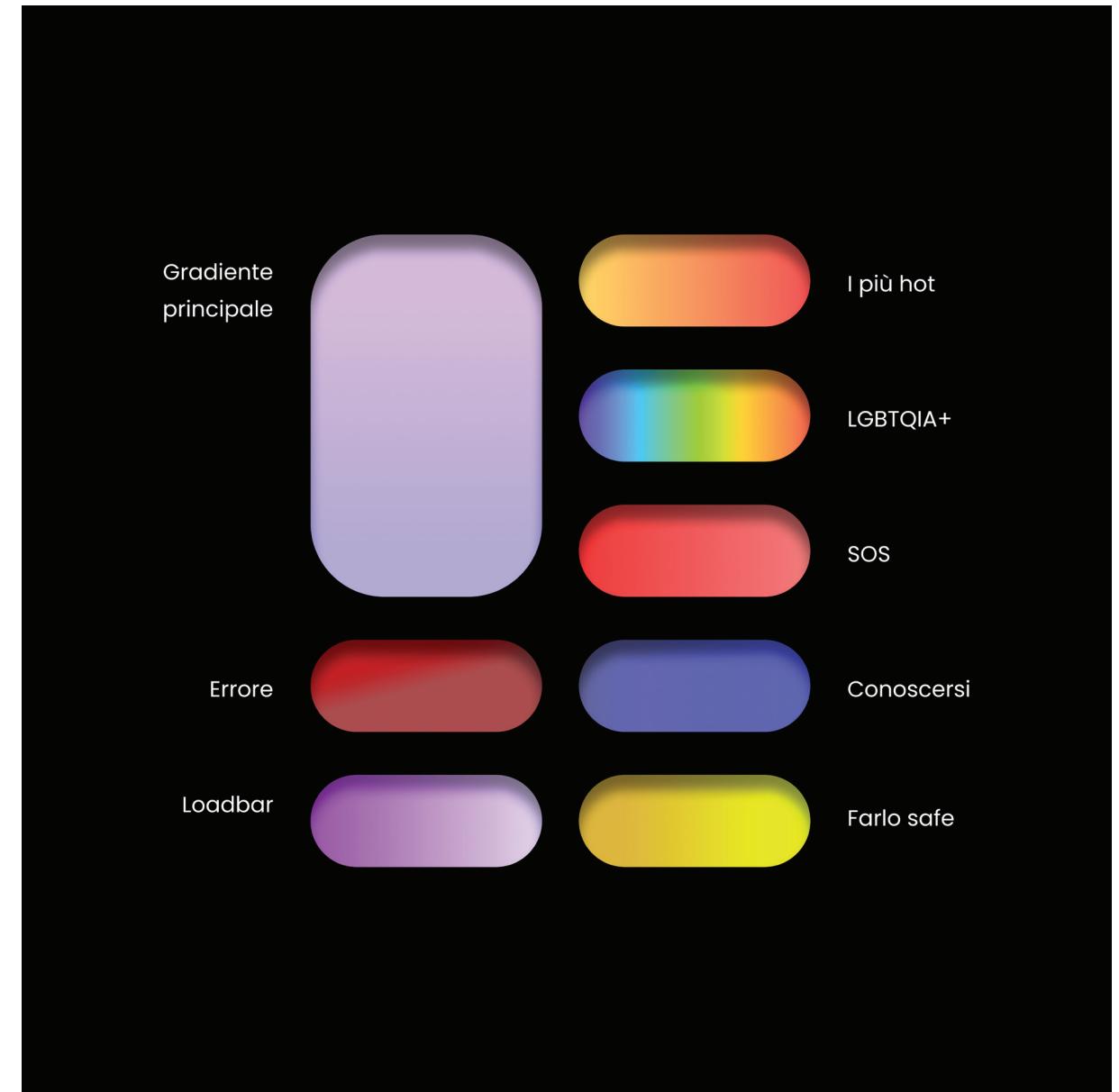


Tasti aggiuntivi



Angoli





6.1.4 Esperienza utente

La piattaforma prevede una home, dove è possibile scorrere tra i **contenuti generati da altri utenti**, sotto forma di **card**, con una **gesture di swipe a sinistra**.

Una seconda gesture, quindi un **click**, porterà invece l'utente a **ribaltare le card e a rivelare la risposta dei volontari**.

Le gesture aiutano ad aumentare la **gamification** della piattaforma.

Sempre dalla home, si ha la possibilità di **aggiungere la propria storia e scrivere una card ad AMA**.

In alto, si rimanda alla **pagina di ricerca**, suddivisa in tre: **ricerca per parole chiave, per argomenti o per tag**.

Gli **argomenti** più rilevanti hanno un **gradiente colore associato**, il quale spunta fuori nei tag che ricadono sotto ad essi e sul bordo delle card inerenti.

Per aggiungere contenuti formativi, ma senza appesantire la piattaforma con un approccio troppo testuale e accademico, sono stati previsti **tre minigiochi**.

Tocca qui!

Minigioco che punta ad insegnare agli utenti il significato e la complessità di quelle che sono le **zone erogene**. Lo scopo è quello di indovinare su un manichino quali sono le zone. In realtà, **a questo gioco si vince sempre**: qualsiasi punto si tocchi, viene contato come zona erogena, dato che l'esperienza varia da persona a persona e qualsiasi parte del corpo può esserlo!

POV

Questo minigioco mette gli utenti di fronte ad un **ipotetico scenario di vita reale** per verificare se le scelte che prenderebbero sarebbero abbastanza sicure. Come si comporterebbero durante un primo appuntamento? Contrarrebbero una malattia sessualmente trasmissibile?

Ma quante ne sai?

Il minigioco in **formato quiz** che non può mai mancare. Gli utenti devono rispondere a **domande a scelta multipla** riguardo all'educazione sessuale, al corpo umano, piacere, identità sessuale e di genere e molto altro.

Scendendo nel menu laterale troviamo la sezione **Progetto AMA**, dove viene presentato il progetto e i personaggi protagonisti. Infine, troviamo una sezione **profilo**, dove è possibile vedere il **riepilogo delle domande inviate** al sito anche sotto forma di **calendario**. In questa sezione si possono **consultare i propri dati** ed effettuare il **logout**.

Per creare un **ambiente empatico e amichevole** e avvicinarsi il più possibile agli utenti della piattaforma, è stato deciso di studiare 3 personaggi illustrati. Ognuno risponde a delle **tematiche specifiche** inerenti al ruolo assegnato loro. Sono stati progettati cercando di aumentare la **rappresentazione di diversità e disabilità**, in modo da rendere il **progetto** il più **inclusivo** e **accogliente** possibile (vedi punto 5.2.2).



6.1.5 Interfaccia utente

L'interfaccia utente della piattaforma è stata progettata per offrire un'esperienza coinvolgente, accessibile e visivamente distintiva, con un equilibrio tra estetica e funzionalità.

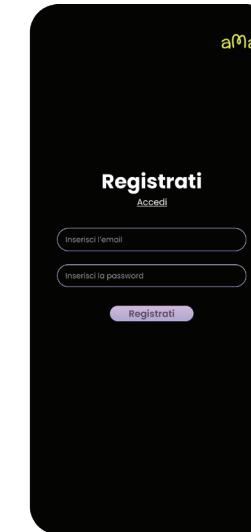
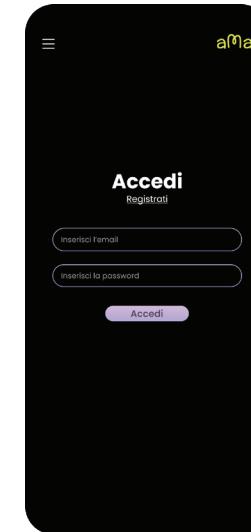
La palette cromatica scura conferisce eleganza e professionalità, mentre i gradienti vivaci associati a tematiche specifiche aggiungono un tocco di dinamismo e aiutano l'utente a orientarsi visivamente. Elementi come la barra di ricerca, i tag, i pulsanti e alcune pagine secondarie utilizzano un gradiente lilla, che si distingue dal nero predominante e rende l'interfaccia più accattivante senza compromettere la leggibilità.

Le illustrazioni sono un altro punto di forza della piattaforma: vivaci e ben integrate, non solo decorano, ma contribuiscono a rafforzare

l'identità del progetto e a creare un'esperienza visiva piacevole. Anche l'animazione fluida e il sistema di navigazione con swipe offrono un approccio moderno e intuitivo, rendendo la piattaforma accessibile anche a chi non ha particolare familiarità con strumenti digitali. Questa attenzione ai dettagli dimostra l'impegno nel creare un ambiente digitale che non sia solo funzionale, ma che trasmetta anche empatia, leggerezza e un forte senso di personalizzazione.

UI sito web

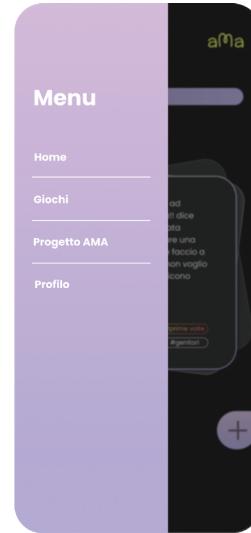
Accesso



Pagina personale



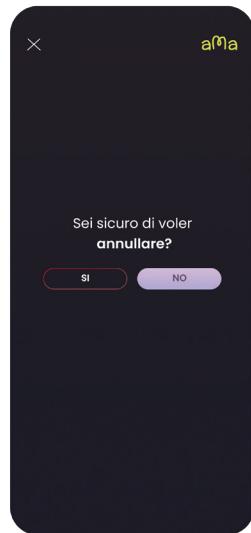
Homepage



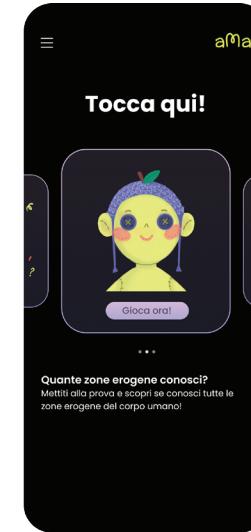
Ricerca



Scrivi tu



Pagina giochi



Progetto AMA



Accesso

L'esperienza utente inizia con un accesso tradizionale tramite **username e password**, che garantisce **sicurezza e personalizzazione** dei contenuti.

Pagina personale

Nella **Pagina personale**, i3 utenti trovano un **calendario interattivo** che segna i giorni in cui hanno inviato domande e mostra quale esperto ha risposto. Questo sistema offre una **panoramica utile e personalizzata** del proprio percorso sulla piattaforma.

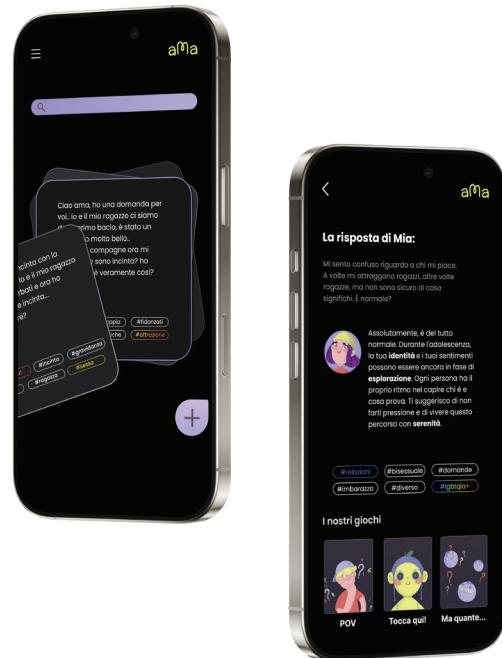


Home

La **Home** è il cuore pulsante della piattaforma, con un'interfaccia che combina **funzionalità** e **interattività**. Caratterizzata da **card** organizzate in un **formato quadrato**, nella parte superiore delle card troviamo le domande degli utenti, seguite dagli hashtag nella parte inferiore.

Gesture della card

Lo **swipe a sinistra** scarta la card e mostra la successiva, mentre un **singolo clic la ribalta**, rivelando risposte degli esperti accompagnate dalla foto del personaggio che ha risposto e dalle CTA per accedere ai giochi della piattaforma.



Ricerca

La **pagina di ricerca** amplia le modalità di esplorazione dei contenuti del sito.

Ricerca per parole chiave

Tramite **input testuale**.

Argomenti

Visualizzati con **illustrazioni accattivanti e gradienti distintivi**.

Tag

Elencati in basso con **contorni in gradiente**, allineati al tema generale della piattaforma.

Barra di ricerca

Situata in alto, rimanda alla pagina di ricerca e permette di **cercare contenuti** per **parole chiave, argomenti** o **tag**.

Menu hamburger

In alto a sinistra, offre **accesso rapido a Home, Giochi, Progetto AMA** e **Profilo**.

Aggiungi domanda

Un pulsante **“+”** in basso a destra apre una pagina secondaria con un'interfaccia vivace e un'animazione accattivante al momento dell'**invio della domanda (la card si trasforma in una lettera che vola via)**.



Scrivi tu

Altra pagina secondaria accessibile solo dalla home, permette di **scrivere la propria domanda e di inviarla alla piattaforma**, dove degli esperti provvederanno a rispondere.



Pagina giochi

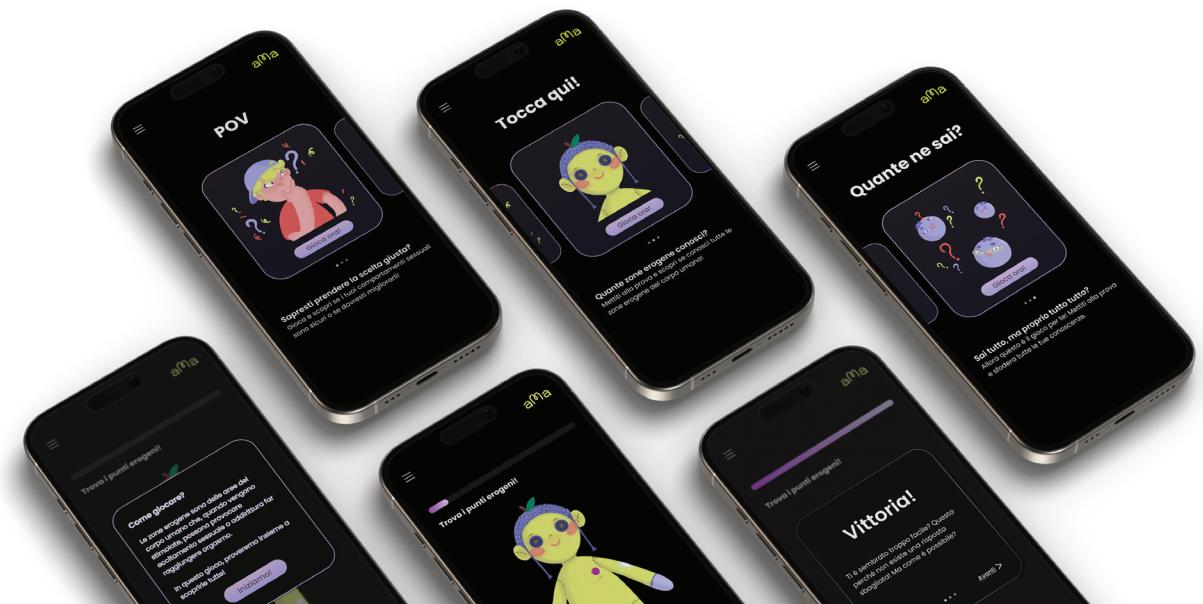
La sezione **Giochi** è un altro elemento chiave dell'interfaccia, progettato per intrattenere e coinvolgere. **Card orizzontali scorrono lateralmente** e includono un'illustrazione tematica, una **descrizione breve** e una **CTA** per iniziare a giocare.

Tocca qui

Presenta un'interfaccia creativa con una **bambola di pezza** su cui posizionare **spilli** per individuare **zone erogene**. I **feedback testuali** aggiungono un **tono giocoso e suggestivo**, mentre la schermata finale educa gli utenti sull'**universalità delle zone erogene**.

Pov e Ma quante ne sai?

Attualmente non prototipati.



Progetto AMA

Questa pagina **introduce brevemente il progetto** e fornisce ulteriori dettagli sui **personaggi**.

Personaggi

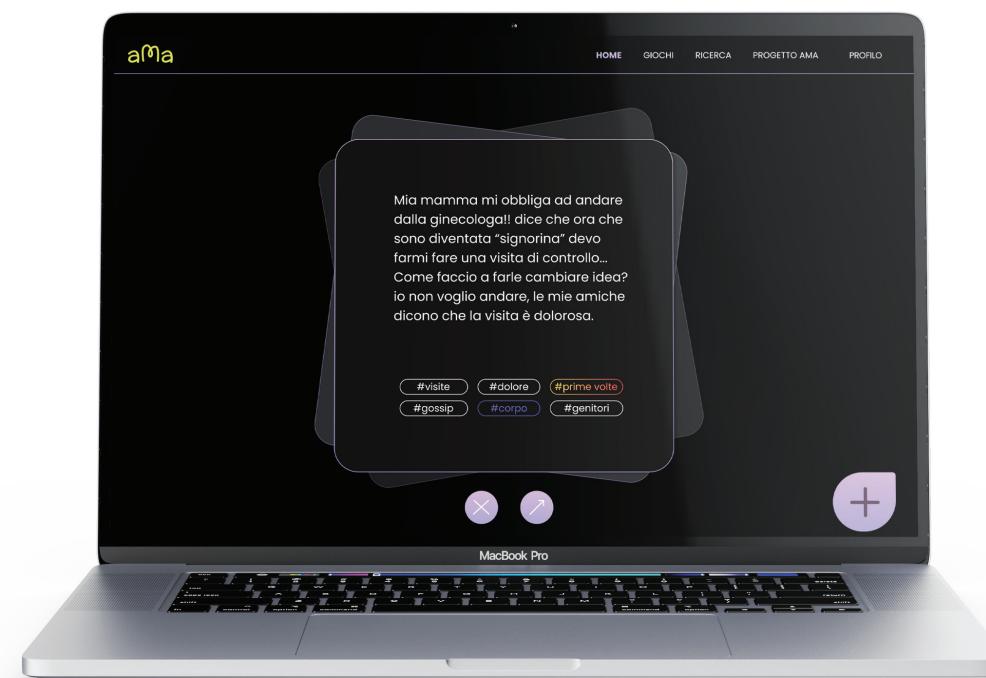
Ogni card mostra il **nome**, l'**età** e la **professione**, con la possibilità di ribaltarle per ulteriori dettagli.



Versione desktop

Il sito nella versione desktop presenta la **stessa interfaccia** della versione mobile.

La differenza sostanziale è la presenza di **due pulsanti al centro** per decidere se ruotare la carta o passare a quella successiva.



6.1.6 Linee guida

Linee guida risposte

Le risposte fornite dalla piattaforma AMA devono riflettere i valori fondamentali del progetto: **empatia, inclusività, correttezza scientifica e attenzione alla sensibilità dell'utenza.**

Per garantire un approccio uniforme e rispettoso, si delineano le seguenti linee guida.

1. Approccio generale verso chi pone la domanda

Empatia e rispetto

Rispondere sempre con **tono accogliente e rispettoso**, tenendo conto della vulnerabilità e del coraggio che può servire per porre certe domande.

Neutralità

Non giudicare o esprimere opinioni personali, ma basarsi su informazioni accurate, scientifiche e inclusive.

Chiarezza

Fornire risposte semplici e dirette, adattando il linguaggio al target giovane senza essere infantilizzanti.

Riservatezza

Anche se le domande vengono pubblicate in forma anonima, trattare ogni quesito con la massima **discrezione e serietà**.

2. Inclusività nelle risposte

Linguaggio inclusivo

Usare un **linguaggio che non presuma l'identità di genere o l'orientamento sessuale** di chi scrive.

Esempio: Evitare "ragazzo/ragazza" e usare termini neutri come "partner".

Se il contesto lo consente, utilizzare il neutro inclusivo (es. schwa:

"ragazza") o costruzioni che evitino il genere (es. "chiunque tu ami", "la persona con cui hai una relazione").

Non presupporre che la persona abbia un solo partner, sia monogama o sia sessualmente attiva.

Attenzione alla sensibilità

Evitare stereotipi o generalizzazioni legati a sesso, genere, orientamento sessuale, cultura o background familiare.

Usare un **linguaggio positivo** che non possa risultare offensivo.

Esempio: dire "persone con disabilità" invece di "disabili".

Non utilizzare espressioni che potrebbero ferire, anche inavvertitamente, e verificare l'assenza di parole potenzialmente "triggering".

3. Temi specifici e tono di risposta

Domande personali

Rispondere con attenzione, ma evitando di essere troppo specifici o di offrire diagnosi. **Rimandare a professionisti in caso di necessità.**

Educazione e informazione

Fornire **risposte educative e pratiche**, basandosi su evidenze scientifiche e promuovendo comportamenti responsabili.

Dubbio o incertezza dell'utente

Accogliere dubbi o confusione con **comprensione**, incoraggiando la persona a esplorare senza paura.

4. Trattamento delle domande inappropriate

Alcune domande non possono essere pubblicate o ricevere risposta, in base ai seguenti criteri:

Contenuti violenti o offensivi

Domande che includono **bestemmie, insulti o linguaggio offensivo** verso chiunque. Contenuti che incitano all'**odio** o alla **discriminazione** (es. razzismo, omofobia, transfobia, sessismo, abilismo, ecc.).

Incentivo a comportamenti scorretti o pericolosi

Richieste di supporto per **atti illegali, violenti o pericolosi** per sé o per altri. Contenuti che promuovono disordini alimentari, autolesionismo, abuso di sostanze o altre pratiche dannose.

Privacy e sicurezza

Domande che includono **dettagli troppo personali o identificativi** che mettono a rischio la privacy dell'utente o di altre persone.

5. Struttura della risposta

Saluto e accoglienza

Se possibile, accogliere chi scrive con un **messaggio empatico e personalizzato** (es. "Ciao, grazie per la tua domanda! È importante che tu abbia deciso di condividere i tuoi dubbi con noi.").

Risposta al quesito

Fornire una **risposta chiara, accurata e inclusiva**, basata su informazioni scientifiche o esperienze validate.

Evitare opinioni personali o suggerimenti non supportati da evidenze.

Conclusione e incoraggiamento

Concludere con un **messaggio di supporto o motivazione** (es. "Spero che queste informazioni ti siano utili. Ricorda che non sei sola, e puoi sempre contare su AMA per altre domande!").

Eventualmente, **suggerire ulteriori risorse** o incoraggiare a consultare un professionista, se necessario.

6. Superare gli stereotipi sulla sessualità

Le risposte fornite sulla piattaforma devono riflettere un approccio basato su informazioni scientifiche e lontano da stereotipi culturali o retaggi sociali, che possono distorcere la comprensione della sessualità.

Evitare stereotipi fuorvianti

Non perpetuare credenze comuni o altre narrazioni basate su tradizioni culturali o religiose.

Fonti neutrali e affidabili

Utilizzare solo **fonti autorevoli**, preferibilmente provenienti da istituzioni scientifiche, per garantire che le **informazioni** siano **imparziali** e non condizionate da ideologie o pregiudizi.

Chiarire concetti sociali

Quando necessario, spiegare che alcuni termini o concetti, come la "verginità", sono **costrutti sociali** piuttosto che realtà biologiche, mantenendo un **tono educato e rispettoso**.

Sensibilità culturale

Considerare che alcune credenze possono essere radicate in specifici background culturali o religiosi; rispondere con **empatia**, ma **senza rinunciare alla correttezza scientifica**.

Promuovere pensiero critico

Incoraggiare chi pone la domanda a **riflettere in modo autonomo**, basandosi su **informazioni accurate** e lontane da pregiudizi.

Linee guida UX Copy

Tono di voce

Empatico e amichevole

Parla come un amico fidato, che ascolta senza giudicare.

Semplice e diretto

Usa un linguaggio chiaro, evitando termini troppo tecnici o complicati.

Stile comunicativo

Coinvolgente e moderno

Usa un linguaggio dinamico e attuale, che risuoni con il target giovane.

Inclusivo e neutrale

Adotta un linguaggio rispettoso e rappresentativo di tutte le identità, evitando stereotipi o generalizzazioni.

Messaggi chiave

Incoraggiante

Dai fiducia e valorizza le curiosità dell'utente.
(es. "Ottima domanda, ecco cosa sapere!").

Proattivo

Invita sempre all'interazione o a esplorare ulteriori risorse.

Linee guida UX Copy

Lunghezza e struttura

Conciso

Vai dritto al punto, mantenendo i testi brevi ma completi.

Facile da leggere

Usa frasi brevi, elenchi puntati e suddividi i contenuti in sezioni chiare.

Tono visivo

Usa emoji con parsimonia e solo se pertinenti, per aggiungere calore e accessibilità.

Empowerment

Metti sempre l'utente al centro, usando un linguaggio che dia sicurezza e promuova la consapevolezza.
(es. "Hai tutto il diritto di fare queste domande!").

Qui mi piace

Super hot

Continua così

Ci hai preso

6.1.7 Beta test

Considerazioni generali

Durante la fase di beta test della piattaforma AMA, abbiamo coinvolto un **gruppo eterogeneo di 20 partecipanti** per raccogliere **feedback** esaustivi e rappresentativi. I tester includono **adolescenti tra i 12 e i 15 anni**, in linea con il target primario della piattaforma, e un campione di adulti selezionati per ottenere riscontri più tecnici e analitici.

L'obiettivo principale era analizzare l'**efficacia** dell'interfaccia utente, la **chiarezza** delle funzionalità e il **coinvolgimento emotivo e cognitivo** degli utenti. Le prove sono state condotte su **dispositivi mobili**, utilizzando un **prototipo interattivo sviluppato su Figma**, in modo da simulare fedelmente l'esperienza utente definitiva.

Usabilità e navigazione

L'aspetto centrale valutato è stato l'approccio alla **navigazione**. Complessivamente, il **90%** dei tester ha giudicato la **piattaforma intuitiva e di facile utilizzo**.

La **divisione chiara** tra le sezioni, la **posizione degli elementi interattivi** e la **coerenza del design** sono stati apprezzati, anche da utenti meno abituati a navigare su piattaforme digitali.

Tuttavia, alcuni **punti critici** sono emersi, soprattutto per quanto riguarda la comprensione iniziale delle funzionalità principali: il **20%** dei tester ha riportato una certa **difficoltà nello scorrimento delle card per scartare o ribaltare**. Con il sistema attuale, che utilizza un singolo **click** (o tap) per ribaltare e rivelare le card, è emersa la **necessità di introdurre un breve tutorial iniziale** per migliorare l'esperienza complessiva.

Design visivo

Il **95%** dei partecipanti **ha apprezzato il design** e le illustrazioni vivaci e dettagliate. I **gradienti** utilizzati per evidenziare alcuni argomenti sono stati descritti come **accattivanti e stimolanti**, con commenti come:

"I gradienti invogliano a esplorare di più, rendono tutto più interessante!"

(Marco, 15 anni)

"Le illustrazioni sono stupende, danno personalità alla piattaforma."

(Sara, 14 anni)

Tuttavia, il 20% ha sollevato una riflessione interessante: il fatto che **solo sei gradienti** siano stati utilizzati per argomenti specifici potrebbe creare l'impressione che quei temi siano trattati in modo preferenziale rispetto agli altri. Questa osservazione ci spinge a valutare una **possibile uniformazione dell'impatto visivo degli argomenti** per evitare ulteriori fraintendimenti.

Card interattive

Le **card** sono risultate uno dei punti di forza principali della piattaforma, con il **75%** dei tester che ha dichiarato di trovarle **facili e divertenti da usare**.

La possibilità di **scartare** una card **scorrendo verso sinistra** è stata percepita come **intuitiva** dalla maggior parte dei partecipanti. Il nuovo sistema di ribaltamento, basato su un singolo **click** (o tap), ha mostrato di essere **funzionale**, ma una piccola percentuale (**15%**) **ha suggerito** che sarebbe utile un'**indicazione più chiara** sulle modalità di interazione.

Questo rinforza l'importanza di implementare il **tutorial iniziale**, che è già stato previsto in fase di programmazione, ma che non è stato integrato nel prototipo per scelta strategica.

Giochi educativi

L'idea di integrare **giochi interattivi** è stata **unanimente apprezzata**: il 100% dei tester ha trovato l'**approccio innovativo e utile** per facilitare l'apprendimento di tematiche delicate in modo meno formale.

Tocca Qui, l'unico gioco prototipato, è stato accolto con entusiasmo, con molti commenti positivi sull'**interattività e l'umorismo dei messaggi di feedback**.

"È bello sapere che non si può perdere, ti insegna che ogni corpo è diverso!"

(Andrea, 13 anni)

"I commenti durante il gioco sono simpatici e fanno passare il messaggio in modo leggero, ma efficace."

(Anna, 14 anni)

Alcuni partecipanti hanno espresso **curiosità per gli altri giochi, POV e Ma Quante Ne Sai?**, che non essendo stati prototipati hanno generato un leggero **senso di incompletezza**.

Questo aspetto, però, era già stato previsto come un ostacolo tipico dei prototipi, poiché le funzionalità limitate tendono inevitabilmente a generare **confusione nel pubblico**.

Motion graphic

L'**animazione che accompagna l'invio di una domanda** è stata particolarmente apprezzata dal 85% dei partecipanti, che l'hanno definita **"soddisfacente"** e **"ben integrata con il design generale della piattaforma"**.

Inclusività del linguaggio

Un aspetto importante era verificare se il **linguaggio** adottato fosse percepito come **rispettoso e inclusivo**. Il **90%** dei tester **ha risposto positivamente**, lodando l'attenzione posta nel **non assumere stereotipi** e nel trattare ogni utente con sensibilità. Tuttavia, alcune osservazioni hanno messo in luce la **necessità di rendere ancora più chiaro che tutti i temi sono trattati con la stessa importanza**, indipendentemente dall'estetica delle card associate.

Criticità emerse**Tutorial iniziale**

Il 20% dei partecipanti ha sottolineato la **necessità di una guida iniziale** per comprendere appieno le funzionalità principali, come il **sistema di scorrimento delle card e la struttura dei giochi**. Questo feedback è estremamente utile, poiché conferma una necessità che avevamo già previsto e che sarà soddisfatta in fase di programmazione.

Impatto visivo dei gradienti

Come accennato, i **gradienti utilizzati** per sei argomenti specifici hanno **sollevato dubbi** in una parte dei tester (20%), che ha suggerito che ciò **potrebbe dare l'impressione di un trattamento preferenziale** di quei temi rispetto ad altri.

Gradiente della pagina "Scrivi tu"

Alcuni partecipanti (15%) hanno segnalato che il **gradiente lilla** utilizzato in questa pagina **potrebbe risultare troppo chiaro** rispetto al resto del design, creando una discrepanza visiva.



Feedback qualitativo dai questionari

Alla domanda **“Qual è l’aspetto che ti è piaciuto di più della piattaforma?”**, i commenti sono stati entusiastici:

“I giochi sono una bomba, riescono a insegnare cose importanti senza annoiare.”

(Giorgia, 15 anni)

“L’idea delle card e dei gradienti è super moderna, sembra di usare un social, ma con un fine più utile.”

(Matteo, 12 anni)

Per quanto riguarda **“Quale funzionalità miglioreresti?”**, alcune risposte si sono concentrate sull’usabilità:

“Il sistema di swipe potrebbe essere più intuitivo, magari con un tutorial iniziale.”

(Federico, 14 anni)

“Farei in modo che tutti gli argomenti siano messi in risalto allo stesso modo.”

(Giulia, 13 anni)

Infine, alla domanda **“Consigliaresti questa piattaforma?”**, il **95% dei tester ha risposto affermativamente**, sottolineando che AMA è uno **strumento utile, innovativo** e perfettamente in linea con le esigenze del target di riferimento.

Feedback quantitativo dai questionari

Alla domanda **“Qual è l’aspetto che ti è piaciuto di più della piattaforma?”**:

45%: Illustrazioni e gradienti
30%: Giochi educativi
20%: Sistema di card
5%: Colori scuri

Alla domanda **“Quale funzionalità miglioreresti?”**:

30%: Gesture
20%: Gerarchie visive
15%: Layout pagine
15%: Mancanza tutorial
20%: Dettagli design

Alla domanda **“Consigliaresti questa piattaforma?”**:

95%: Sì
5%: Da migliorare

Alla domanda **“Pensi che questa piattaforma sia utile per il target 12-15 anni?”**:

80%: Sì
15%: Utile per tutti
5%: No

Alla domanda **“C’è qualcosa che cambieresti nei giochi?”**:

60%: Soddisfatti
25%: Curiosità altri giochi
15%: Meno espliciti

Conclusioni e prospettive future

Il beta test ha confermato la validità della piattaforma AMA, evidenziando numerosi punti di forza come l’**approccio originale**, il **design accattivante** e la **capacità di trattare tematiche complesse con leggerezza e sensibilità**.

Sebbene siano emerse alcune **criticità**, come la **percezione legata ai gradienti** e l’**assenza momentanea di un tutorial**, i feedback complessivi sono stati estremamente positivi e ci forniscono una chiara direzione

per migliorare ulteriormente il progetto. AMA si presenta quindi come una **piattaforma con un potenziale straordinario**, capace di **combinare educazione e intrattenimento in modo innovativo e inclusivo**.

6.1.8 Gestione dei flussi

Affrontiamo il tema della gestione dei flussi delle domande e risposte analizzando le **diverse fasi di crescita del sito** e come il **ritmo di pubblicazione** si adatterà al suo sviluppo. La gestione dei contenuti è essenziale per garantire un'**esperienza fluida e positiva** per la utenti di AMA, e deve crescere parallelamente alla piattaforma stessa, tenendo conto delle collaborazioni esterne e delle risorse disponibili.

In una fase iniziale, quando il sito verrà pubblicato, ci sarà una **selezione di cento domande e risposte prefabbricate**.

Queste risposte saranno in parte **simulate da noi e in parte raccolte da persone in target** (come studenti delle scuole medie e superiori) nelle loro classi, per evitare che la piattaforma risulti vuota al momento del lancio.

Questo approccio permetterà agli utenti di **iniziare a esplorare il sito e interagire con i contenuti già presenti**.

Durante la **prima fase**, l'impegno sarà quello di pubblicare un **numero limitato di risposte alle domande**, con un ritmo di circa **dieci risposte a settimana**.

Queste usciranno in modo regolare, ad esempio **ogni lunedì**, per dare un senso di continuità. Con l'**avanzamento** del progetto e l'appoggio di un ente esterno, la **frequenza** delle risposte **aumenterà gradualmente**.

Una volta raggiunto un **flusso maggiore di domande**, si passerà a pubblicare **venti risposte a settimana**, mantenendo la qualità del contenuto.

Man mano che la piattaforma cresce, e con l'espansione

della rete di collaborazioni, la frequenza di pubblicazione potrà arrivare a **due volte a settimana** (pubblicando venti risposte per volta), **qualora si ricevano circa 60 domande settimanali**.

In caso di picchi di domande, come ad esempio **quando il sito raggiungerà 150 domande settimanali**, si potrà passare alla **pubblicazione giornaliera, con dieci risposte al giorno**.

Questo garantirà che tutte le domande trovino risposta in tempi rapidi, evitando accumuli e ritardi.

La gestione dei flussi deve sempre prevedere un **marginale per le domande che non rispettano le linee guida o che sono vuote**. Inoltre, nel caso si verifichi una **diminuzione del numero di domande settimanali**, si dovrà essere pronti a **rallentare il ritmo di pubblicazione**, mantenendo

un buon equilibrio tra risposte e nuove domande. In situazioni in cui, pur avendo raggiunto una pubblicazione consistente, **non si ricevono abbastanza domande** per mantenere i ritmi, verranno **pubblicate domande prefabbricate e simulate che sono state scritte preventivamente**.

Questo permetterà di mantenere una costante affluenza di contenuti senza compromettere la continuità del servizio.

Con il raggiungimento di una pubblicazione quotidiana, le **collaborazioni** tra il progetto AMA e l'ente esterno devono essere **consolidate**. A questo punto, le risposte dovranno seguire il ritmo della crescita dell'utenza, per garantire che ogni domanda venga trattata in modo adeguato. In caso di necessità, si potrà considerare l'implementazione

di ulteriori risorse per supportare i volontari e rispondere tempestivamente a un volume maggiore di domande. **La piattaforma dovrà sempre essere pronta a crescere in modo organico**, seguendo i flussi naturali di utilizzo.

Un aspetto fondamentale per il progetto AMA è che le **risposte alle domande non siano fornite da chatbot, ma da persone reali, esperte o volontari appositamente formati**. Riteniamo che l'aspetto umano e qualitativo delle risposte sia essenziale per il nostro approccio, in quanto i chatbot potrebbero rispecchiare o perpetuare gli stereotipi e le idee preconcepite da cui vogliamo allontanarci. Crediamo che solo una persona reale, con **empatia e consapevolezza**, possa rispondere

alle domande con il **rispetto** e la **comprensione** che i temi trattati richiedono. I volontari dovranno seguire le **linee guida stabilite**: rispondere in **modo accurato e rispettoso alle domande**, scegliere gli **hashtag più pertinenti** e mantenere un **linguaggio inclusivo e non giudicante**.

0.7
Campagna di
comunicazione



7.1 Strategia di comunicazione

Pre-lancio

Nella fase di pre-lancio, l'obiettivo principale è quello di **creare curiosità** e un senso di attesa attorno al progetto.

Con l'affissione di **poster** in giro per la città, specialmente nei **pressi delle scuole**, si ha l'obiettivo di sponsorizzare il progetto in forma anonima, in modo tale che entri subito a far parte della **quotidianità** di ognuno. Parallelamente, è fondamentale costruire una **presenza online** sui social media più frequentati dai ragazzi, come Instagram e TikTok. Qui, attraverso **brevi video** e **post accattivanti**, si possono lanciare messaggi intriganti senza rivelare troppo. L'iniziativa consiste nel **fermare per strada ragazzini e porre loro domande inerenti alla sfera sessuale-affettiva**, così da

incuriosirli su tale tema.

Infine, **stickers** e **cartoline** con frasi evocative verranno **distribuiti nei luoghi frequentati** dalla giovane anticipando che il sito sarà presto disponibile online.

Lancio

Il lancio consiste nell'**effettivo utilizzo del sito**. Attraverso un QR code presente sulle **cartoline** e sugli **adesivi** la ragazza potranno arrivare direttamente al sito. La **pubblicazione di contenuti social** e di manifesti in giro per la città aiuteranno alla diffusione della piattaforma.



Post lancio

Dopo il lancio, la fase post-lancio si concentra sul **mantenimento dell'interesse** e sull'**ampliamento della base di utenti**.

Verrà monitorata l'attività della piattaforma e **pubblicate regolarmente le risposte alle domande**. Attraverso stories, reels o TikTok, verranno condivise in **forma anonima alcune delle domande più interessanti** poste sul sito, creando una rubrica che dia visibilità all'interazione della community e incoraggi sempre più giovane a partecipare.

7.2 Materiale fisico

Oltre al sito, che rappresenta il touchpoint principale del progetto, è stata ideata una serie di **materiali fisici progettati per promuovere la piattaforma nella vita quotidiana degli ragazzi**.

Questi materiali sono stati pensati per essere **distribuiti direttamente nelle scuole**: il luogo principale in cui il target di riferimento trascorre gran parte del loro tempo. Inoltre, l'obiettivo del progetto è quello di **educare** e pertanto **l'ambiente scolastico è il più adatto a tale scopo**.

Questi materiali hanno un ruolo fondamentale nella strategia di diffusione, poiché consentono di **raggiungere il target in modo diretto e nel loro contesto quotidiano**. Questi **materiali, visivamente accattivanti** e in linea con il gusto estetico del target, sono stati concepiti per **suscitare curiosità e interesse**, rendendo il **progetto riconoscibile e facilmente reperibile**.



Campagna di comunicazione

Materiale fisico

Fanzine

7.2.1 Fanzine

Tra i materiali fisici realizzati per promuovere il progetto, abbiamo progettato una **fanzine illustrata in stile fumetto**, in cui viene **raccontata una breve storia**. Questa ha l'obiettivo di catturare l'attenzione degli ragazzi e di avvicinarli al progetto in modo **divertente e coinvolgente**.

La fanzine è incentrata su un **adolescente alle prese con una situazione di crisi legata a tematiche sessuali o affettive**, che in qualche modo trova consiglio in AMA. Questo approccio narrativo consente di **affrontare argomenti complessi con leggerezza**, rendendo i **contenuti più accessibili al target**.

La fanzine, se aperta per intero, sul **retro**, illustra il progetto e **invita** i ragazzi a **visitare il sito per porre domande e risolvere i propri**

dubbi personali.

Per il progetto di tesi è stata realizzata **una sola fanzine**, destinata alle **scuole superiori**, ma nella fase di attuazione del progetto è **prevista la realizzazione di una seconda fanzine, destinata, invece, alle scuole medie**.

La decisione di realizzare **due versioni** riflette la **necessità di modulare la tematica in base alle diverse esigenze del target**, garantendo che gli **argomenti** siano **adeguati al contesto e al livello di maturità dei ragazzi**.

1ª Fanzine

La prima fanzine è destinata alle **scuole superiori** e al suo interno è **inserito un preservativo**.

Un ragazzo scrive ad AMA per sapere se è sicuro utilizzare un preservativo che aveva nel portafoglio. Alla sua domanda risponde Ginny dicendo che tenere il preservativo nel portafoglio, non è sicuro, e gli ricorda di stare attento.

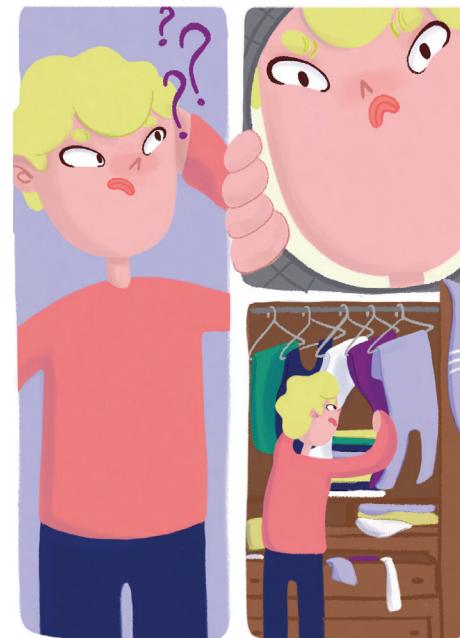
Appena letta la risposta riceve una notifica da una ragazza la quale gli chiede di andare a casa sua. Pensando sia un invito a passare del tempo da soli, cerca in tutta casa dei preservativi per rimpiazzare quello che aveva nel portafoglio, ormai inutilizzabile. Dopo aver cercato ovunque senza risultato, dallo schermo del suo telefono appare la dottoressa Ginny che gli consegna un preservativo nuovo.

Il ragazzo, ricevuto il preservativo, corre immediatamente dalla ragazza, ma una volta giunto alla sua porta, si rende conto che l'invito non era per un incontro romantico, ma bensì era una festa a cui erano presenti anche altri invitati.

2ª Fanzine

La seconda fanzine è destinata alle **scuole medie** e al suo interno sono inseriti degli **stickers** del progetto.

Una ragazza si trova in classe e alza la mano per chiedere di andare in bagno. Una volta entrata in uno dei bagni, sente delle voci che si stanno avvicinando di due ragazze che stanno parlando tra di loro. Una sta dicendo all'altra di aver scoperto che una sua amica è rimasta incinta dopo aver baciato il suo ragazzo. La ragazza che ha ascoltato la conversazione da dietro la porta risulta sconvolta da questa informazione e si preoccupa. Alzando gli occhi sulla porta del bagno, nota uno stickers con il logo di AMA e con citata la frase "Chiedimi quello che vuoi". La ragazza scrive immediatamente al sito chiedendo se l'informazione appena ricevuta fosse vera, ed esce dal bagno. Mentre si lava le mani, ancora scioccata dalla notizia, dallo specchio compare Ginny che con tono amichevole, ma ufficiale, le dice di non preoccuparsi perchè quell'informazione è sbagliata e le consegna uno stickers di AMA, in modo che lei possa andare sul sito.



7.2.2 Poster e cartoline

Il materiale fisico ideato per il progetto prevede anche la realizzazione di **un poster 50x70** e di **3 cartoline 10x15**.

Poster

Pensato per essere **affisso nei pressi delle scuole**, incuriosisce e indirizza direttamente il target al sito tramite un **qr code**.

Caratterizzato da un **claim accattivante e coinvolgente** cattura l'attenzione e porta la ragazza ad **avvicinarsi per saperne di più**.

Inoltre l'**illustrazione** predominante della **tre esperti** che risponderanno alle domande sul sito, rafforza l'immagine di un **supporto professionale e affidabile** e introduce il progetto e i suoi obiettivi principali.



Cartoline

Le 3 cartoline sono invece ideate per essere **distribuite nelle scuole** e ciascuna presenta un **titolo evocativo (Proteggiti, Scopriti, Innamorati)**. Ogni cartolina introduce brevemente un **concetto chiave legato al progetto** e riconduce direttamente al sito tramite un **qr code**. È stato scelto di realizzare delle cartoline perchè, essendo **illustrate**, oltre che essere **informative**, sono anche **esteticamente piacevoli** e questo le rende **oggetti gradevoli da conservare**.

Tutti questi materiali sono stati progettati non solo per la loro **utilità pratica**, ma anche per il loro **valore estetico**, con l'intento di incentivare i ragazzi a conservarli come **promemoria del sito e del progetto AMA**.



7.2.3 Gadget

Infine, sono stati progettati altri gadget che verranno **distribuiti nelle scuole e in altri contesti**. Questi **gadget**, oltre a svolgere una **funzione promozionale**, sono stati pensati per essere **oggetti piacevoli e facilmente riconoscibili**, al fine di mantenere il **progetto visibile e memorabile nel tempo**.

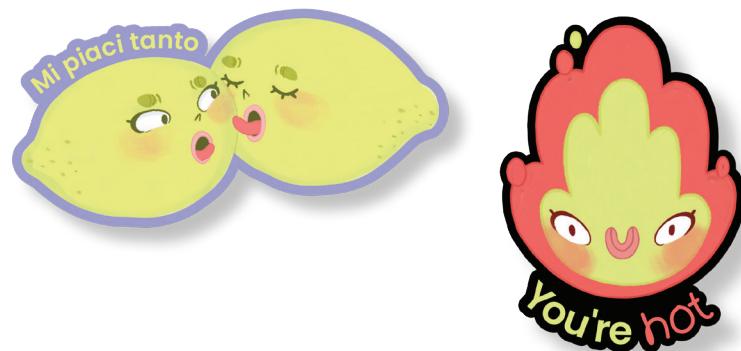
Preservativi

I **preservativi** distribuiti con la fanzine **destinata agli studenti delle scuole superiori**, sono stati **personalizzati con le illustrazioni** del progetto, così da creare un legame visivo e tematico.



Stickers

Ci sono degli **stickers** che, oltre ad essere **inclusi nella fanzine** destinata agli studenti delle scuole medie, saranno distribuiti al **termine delle interviste** utilizzate per i contenuti social. Questi stickers illustrati, dal **tono divertente e innocentemente provocatorio**, promuovono il progetto e sono **oggetti piacevoli da ricevere e conservare**.



Spille e matite

Inoltre, sono state realizzate anche delle **spille raffiguranti i tre esperti** che risponderanno alle domande e un **pacchetto di matite brandizzate AMA**.



7.3 Social media e web

Dall'analisi dei dati raccolti è emerso un quadro chiaro delle abitudini digitali del target di riferimento e questo ci ha permesso di realizzare una **campagna di comunicazione adeguata** e di scegliere i **mezzi più opportuni** per diffonderla. La fascia d'età compresa dai 12 ai 15 anni si caratterizza per una **significativa eterogeneità nell'uso dei social media**.

Secondo i Termini di Servizio di **Instagram**, l'**età minima per creare un account è di 13 anni**. Tuttavia il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) in Italia, stabilisce che **i minori di 14 anni possano iscriversi alla**



Campagna di comunicazione

Social media e web

piattaforma solo con il consenso esplicito di un genitore o di un tutore. Di conseguenza in Italia, dai 14 anni in su, è possibile creare un account Instagram senza il consenso dei genitori; sotto i 14 anni è necessario il consenso esplicito di un genitore o di un tutore legale.

Alla luce di questo regolamento, il nostro target comprende sia ragazzi che utilizzano già in maniera attiva ed autonoma piattaforme come Instagram, sia ragazzi che ancora non hanno accesso diretto ai social. In seguito al questionario però, abbiamo potuto scoprire che molta ragazze, per avere accesso

ad informazioni e notizie, tipicamente reperibili sui social, **utilizzano i canali di WhastApp**, che li indirizzano facilmente a siti web. Dai risultati emersi, abbiamo compreso che la creazione di un **sito web** rappresentava la **scelta più adatta per il nostro target**.

La sua accessibilità tramite **link condivisibili su piattaforma di messaggistica come WhastApp**, comunemente in uso dal target, lo rende uno **strumento** facilmente **reperibile** anche per chi non ha ancora accesso ai social media.

Nonostante la scelta del sito web come canale principale per la sua maggiore accessibilità e facilità

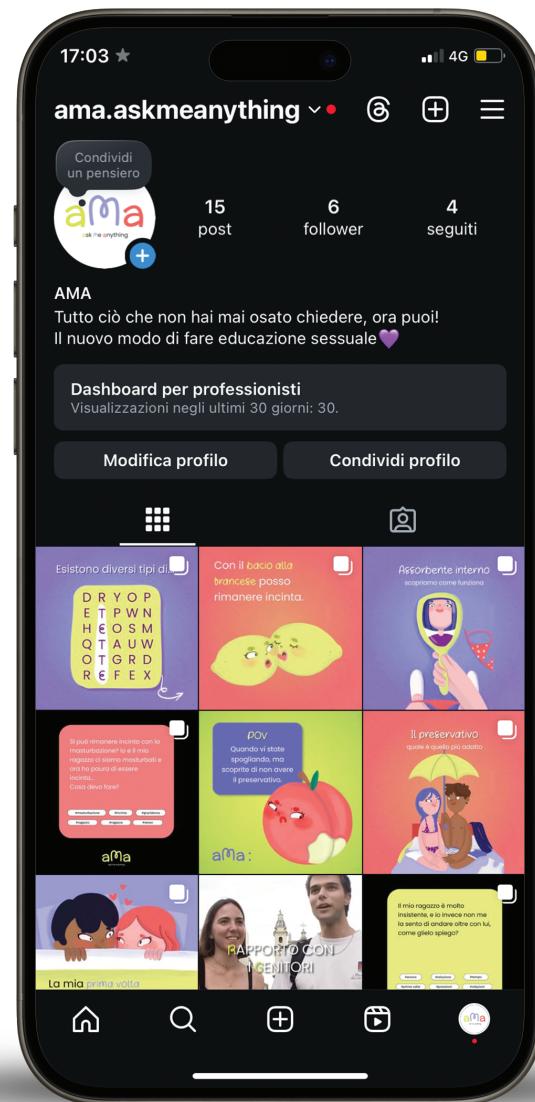
di utilizzo da parte del target, abbiamo deciso di **affiancarlo ad una pagina Instagram**.

Questa strategia ci consente di raggiungere più efficacemente anche quella parte di target che utilizza già attivamente i social e, allo stesso tempo, di offrire **informazioni utili anche ad un pubblico più ampio**, al di fuori del target di riferimento, così da **ampliare l'impatto del progetto e garantire una maggiore diffusione dei contenuti educativi**.

7.3.1 Rubriche social

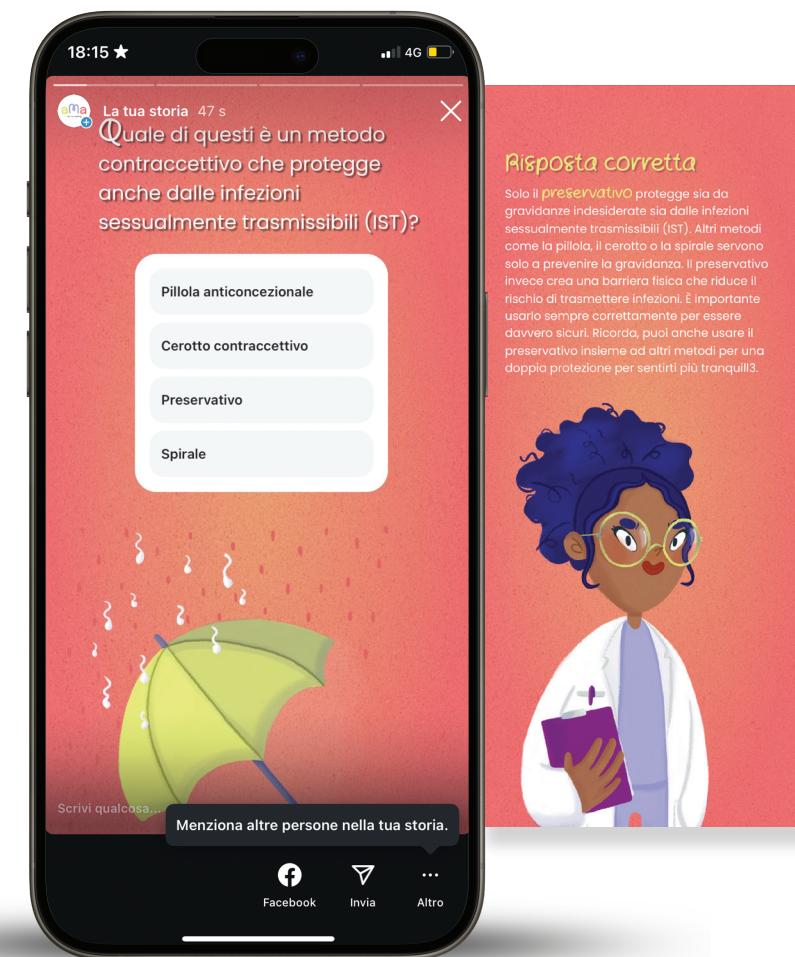
La pagina Instagram del progetto, **@ama.askmeanything**, è strutturata in diverse **rubriche tematiche**, ciascuna progettata per affrontare **specifici aspetti dell'educazione sessuale e affettiva** in modi interattivi, accattivanti e coinvolgenti.

Di seguito vengono descritte in dettaglio le varie rubriche. La combinazione di queste rubriche permette di creare un **ambiente variegato e stimolante**, capace di rispondere alle **diverse esigenze e preferenze del target di riferimento**.



Quante ne sai?

Questa rubrica si sviluppa sulle **stories di Instagram**, in cui vengono proposti **quiz interattivi**. In questo modo vengono coinvolti i ragazzi in **brevi sessioni di domande e risposte**; dopo aver risposto, infatti, possono verificare la loro risposta nella stories successiva e ricevere una **spiegazione veloce** inerente alla domanda. Questo format rende l'**apprendimento divertente** e permette anche di consolidare le conoscenze acquisite.



Fake news

Questa rubrica si concentra sul **chiarire dubbi e smentire dicerie** riguardanti la sessualità e le relazioni affettive.

Attraverso **post informativi**, vengono forniti **dati accurati**, basati su evidenze scientifiche, aiutando gli adolescenti a distinguere i fatti dai miti.

ama.askmeanything

La mia **prima volta** perderò sicuramente un sacco di **sangue**.

NON è così!

Non tutte le ragazze perdono sangue la prima volta che hanno un rapporto sessuale. L'imene, una sottile membrana che può coprire in parte la vagina, a volte si può rompere, ma non sempre provoca sanguinamento. **Ogni corpo è diverso** e non c'è una "regola" che vale per tutti.

16:56 ★ 4G

AMA.ASKMEANYTHING Post

ama.askmeanything

Con il **bacio alla francese** posso rimanere incinta.

NON è così!

I baci alla francese, chiamati anche "**limoni**" non possono causare una gravidanza. Perché ciò avvenga, è necessario un rapporto sessuale penetrativo completo. Quindi, **goditi il momento** senza preoccupazioni!

Visualizza insight Promuovi post

ama.askmeanything Fermi tutti, facciamo un po' di chiarezza! Sfatiamo questi miti e godiamoci il momento con serenità e spensieratezza, ma sempre in sicurezza e con consapevolezza. 🍋

10 minuti fa

Esperienze di sconosciuti

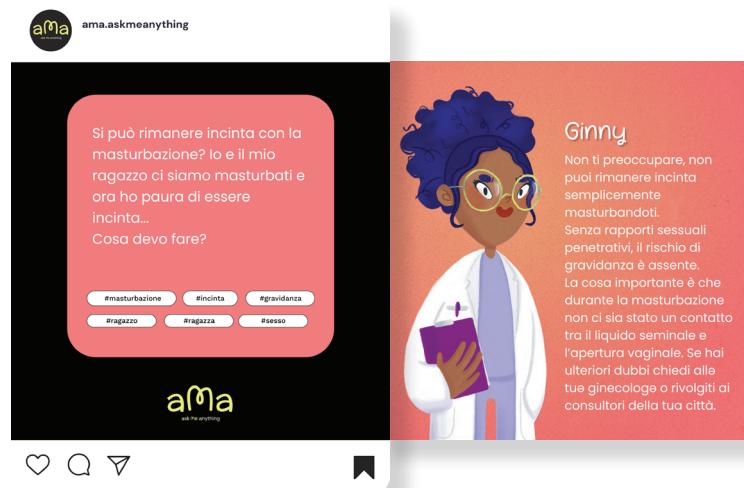
Per questa rubrica vengono pubblicati dei **Reels** con **interviste a ragazzi** in cui raccontano le loro **esperienze** e **condividono situazioni personali**.

Le storie autentiche mirano a creare un **senso di comunità** e a **normalizzare le esperienze comuni**, offrendo **spunti di riflessione e supporto emotivo**.



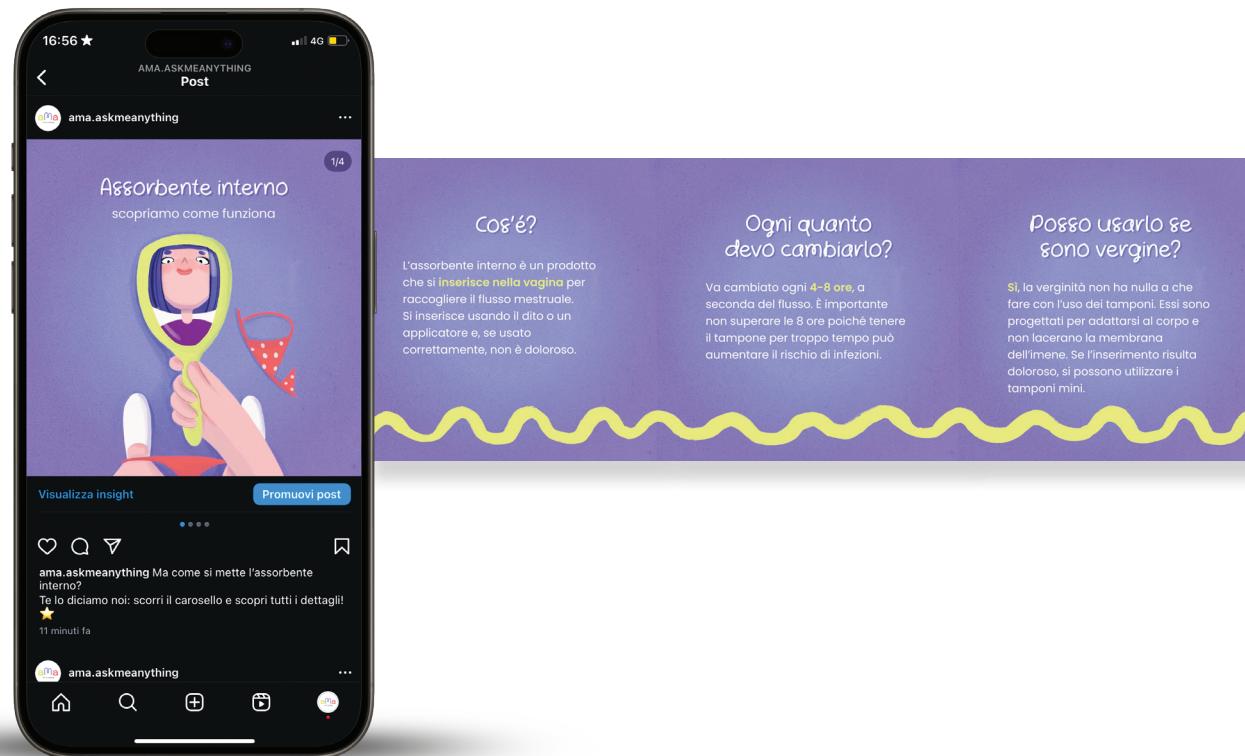
Ciao AMA

I post di questa rubrica contengono le **domande poste sul sito web** del progetto, insieme alle risposte fornite dalli esperti. Questi post permettono di creare un **collegamento diretto tra il social e il sito web** e aiutano a costruire un archivio di domande frequenti che possono essere facilmente consultate dalli utenti.



Alla scoperta

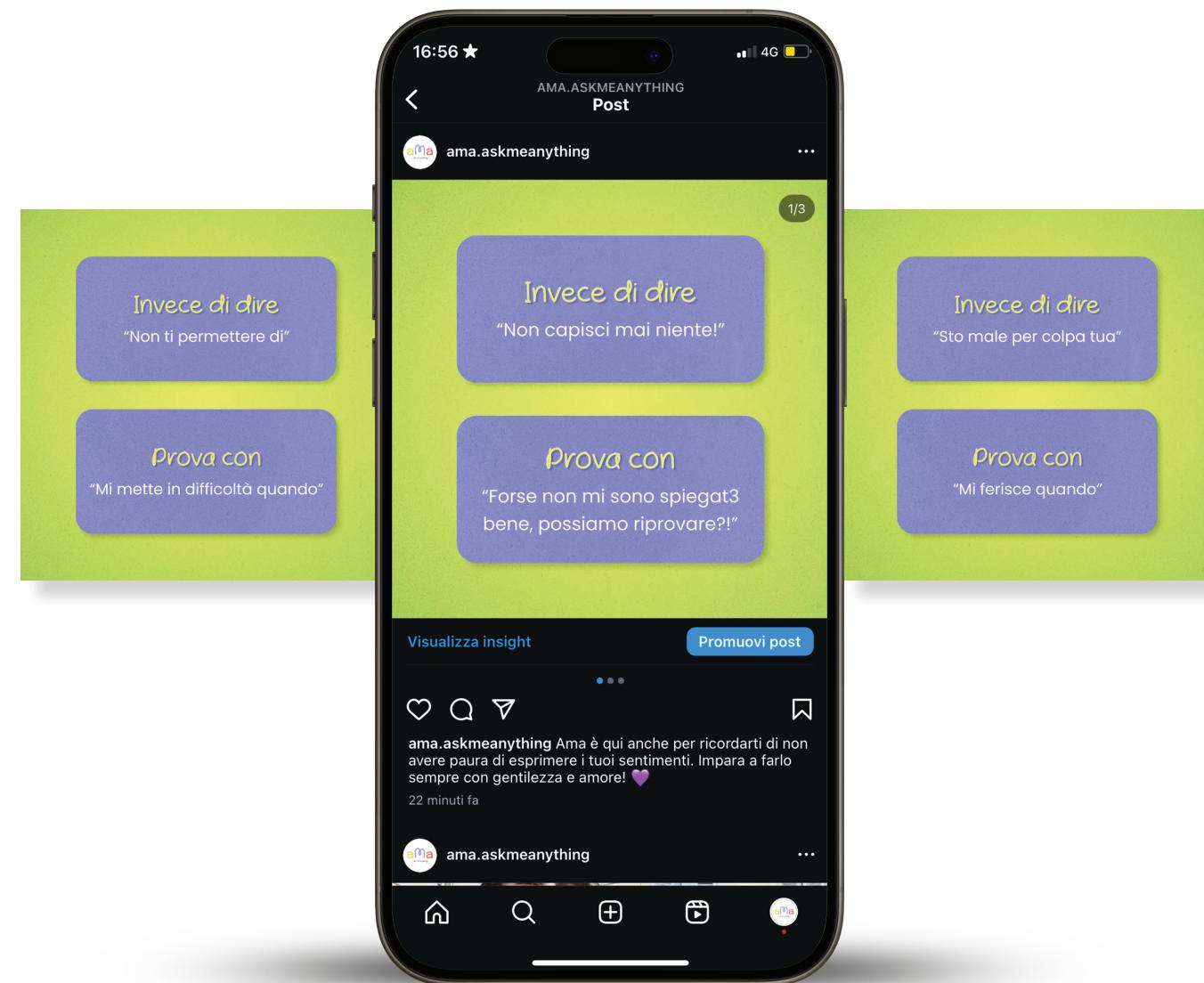
Questa rubrica svela **argomenti scientifici** legati alla sessualità e all'affettività; punta a fornire **informazioni chiare e accessibili**, aiutando le ragazze a comprendere meglio temi complessi legati alla loro **crescita personale** e al loro **corpo**.



Cuore a cuore

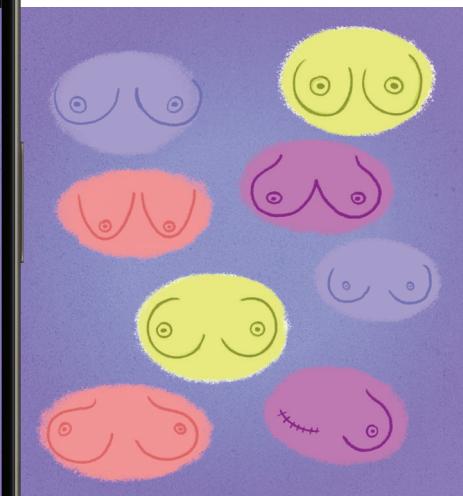
Questa rubrica è dedicata alle **relazioni interpersonali** e al comportamento in ambito affettivo. I post affrontano temi come la **gestione dei conflitti**, la **comunicazione efficace**, il **rispetto reciproco** e l'importanza del **consenso**.

L'obiettivo è fornire strumenti pratici per **costruire e mantenere relazioni sane e positive**.



A carte scoperte

Questa rubrica propone **post divertenti** che includono **giochi** ed **indovinelli** legati a temi di sessualità e affettività. L'obiettivo è attirare l'attenzione del pubblico attraverso un **approccio ludico**, stimolando la **curiosità** e il **coinvolgimento**.



7.3.2 Calendario editoriale

Il calendario editoriale è stato sviluppato nell'ottica di **organizzare e gestire la pubblicazione dei vari contenuti**, in modo da mantenere una visione chiara delle attività da svolgere, garantendo **coerenza, tempismo e continuità**, evitando possibili sovrapposizioni o buchi di pubblicazione. Il calendario è strutturato per garantire la **pubblicazione di contenuti ogni giorno della settimana**, prestando attenzione agli orari che meglio si adattano alla routine del target.

Abbiamo ipotizzato che gli orari più indicati siano:

Ore **8:00 del mattino**, quando la ragazza si **preparano per andare a scuola**, prendono i pullman e consultano le pagine social.

Ore **16:00 del pomeriggio**, quando la ragazza, dopo essere tornata da scuola e aver pranzato, fanno delle **pause dallo studio**.

Ore **20:00 della sera**, quando la ragazza, tornata da eventuali attività extrascolastiche, dopo aver cenato, **si rilassano** navigando sui social.

LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
CIAO AMA h 8:00	QUANTO NE SAI? h 8:00	A CARTE SCOPERTE h 8:00	QUANTO NE SAI? h 8:00	A CARTE SCOPERTE h 8:00	QUANTO NE SAI? h 8:00	
CUORE A CUORE h 16:00	FAKE NEWS h 16:00	CIAO AMA h 16:00	CUORE A CUORE h 16:00	FAKE NEWS h 16:00	CIAO AMA h 16:00	ALLA SCOPERTA h 16:00
	ESPERIENZE DI SCONOSCIUTI h 20:00	ALLA SCOPERTA h 20:00		ALLA SCOPERTA h 20:00	ESPERIENZE DI SCONOSCIUTI h 20:00	FAKE NEWS h 20:00

0.8

Considerazioni finali
e prospettive future



8.1 Prospettive future

La conclusione della fase progettuale ci ha trovate **estremamente soddisfatte** del lavoro svolto con costanza e dedizione in questi mesi, sia per il tempo considerevole che abbiamo investito nel progetto, sia per i valori che esso porta con sé.

Questo percorso, ricco di **impegno e motivazione**, ci ha permesso di coltivare un progetto che va oltre la semplice iniziativa: rappresenta qualcosa in cui crediamo fermamente e che, un giorno, **vorremmo vedere realizzato**. Non si tratta solo di una piattaforma digitale, ma di un'**opportunità concreta per generare impatto positivo**.

Con il tempo, e cresciuta in noi l'idea che questo progetto debba continuare a vivere e crescere, non solo come testimonianza del nostro lavoro, ma anche come strumento per **fare la differenza**.

La passione con cui abbiamo lavorato ha alimentato il desiderio di far sì che il progetto continui a **evolversi, migliorare e adattarsi alle necessità** di chi potrà beneficiare dei suoi contenuti. Siamo consapevoli che il valore di AMA emergerà quando riuscirà a **entrare nella vita di altre persone**, aiutandole e guidandole verso una maggiore consapevolezza.

L'idea che AMA possa diventare un **punto di riferimento**, in particolare per le giovani generazioni, ci riempie di speranza. Sappiamo che l'**educazione sessuale**, se gestita in modo inclusivo, sicuro e privo di pregiudizi, può rappresentare un **supporto fondamentale** per chiunque sia **in fase di crescita e formazione personale**. In un mondo in cui le informazioni a riguardo sono spesso distorte, parziali o accompagnate da stigmi, sentiamo di avere una

Considerazioni finali

responsabilità nel fornire uno **strumento valido e accessibile**, che permetta alle persone di acquisire conoscenze accurate **senza sentirsi giudicate o inadeguate**. L'idea di contribuire a un **mondo più aperto e consapevole** ci stimola, e vogliamo dedicare ogni sforzo necessario per far sì che AMA rappresenti una **fonte sicura di informazioni**, basata su un **approccio scientifico e rispettoso delle diversità**.

Sappiamo che la fase successiva richiederà **competenze tecniche specifiche**, per garantire che la piattaforma sia funzionale, intuitiva e in grado di raggiungere un pubblico ampio. Per questo motivo, siamo determinate ad affidare lo sviluppo tecnologico a qualcuno che possieda le competenze necessarie e che possa garantire un risultato finale all'altezza delle nostre aspettative.

Prospettive future

Desideriamo che AMA non sia solo un'idea teorica o un progetto in fase embrionale, ma che diventi **concretamente accessibile e operativo**, contribuendo attivamente al benessere delle persone. La scelta di affidare lo sviluppo a un professionista qualificato nasce dalla consapevolezza che per trasformare questa visione in realtà è fondamentale disporre di strumenti tecnici adeguati e di una solida base informatica.

In questo percorso, non intendiamo semplicemente delegare la realizzazione della piattaforma, ma **vogliamo partecipare attivamente**, monitorando ogni fase e collaborando strettamente con chi si occuperà dello sviluppo tecnico.

È importante per noi che l'**essenza e i valori** di AMA rimangano **intatti** durante questa fase di transizione.

Vogliamo che il prodotto finale rispecchi a pieno la visione originaria, trasmettendo la stessa attenzione e cura che abbiamo dedicato alla progettazione, affinché AMA possa davvero essere percepito come uno **spazio sicuro e accogliente**.

Siamo profondamente motivate a far sì che l'**educazione sessuale** diventi **accessibile, rispettosa e informativa**. Questo progetto rappresenta per noi un modo di **offrire supporto**, di essere presenti per le generazioni future e di **aiutare concretamente** tutte a navigare un tema spesso difficile da affrontare.

AMA è per noi un **simbolo di fiducia e speranza**, e il nostro obiettivo è che diventi una **realtà tangibile e concreta**, capace di fare la differenza.

8.2 Incontri scolastici

Un passo fondamentale per l'evoluzione del progetto AMA sarà portare l'educazione sessuale e affettiva direttamente **nelle scuole**, creando **incontri** pensati per essere **innovativi, interattivi** e **inclusivi**. L'obiettivo è quello di coinvolgere la studenta degli **ultimi due anni della scuola secondaria di primo grado** e dei **primi due anni della scuola secondaria di secondo grado**, adattando le attività a ciascuna fascia d'età per garantire un'**esperienza coinvolgente e adeguata**.

Gli incontri si svolgeranno preferibilmente **classe per classe**, così da creare un'**atmosfera raccolta** e favorire il **dialogo aperto** e la **partecipazione attiva**. Tra le proposte ci sono laboratori che **uniscono il gioco all'apprendimento**, come versioni dal vivo dei format progettati per la piattaforma online, per esempio "POV", che esplora diverse

prospettive su temi legati all'affettività e al consenso, o "Tocca Qui", un'attività che mira a far conoscere il corpo in modo consapevole e rispettoso. A queste si aggiungono **dimostrazioni pratiche**, come l'insegnamento pratico dell'uso corretto del preservativo, pensate per promuovere un'educazione sessuale concreta e responsabile. Verranno inoltre proposte **attività dinamiche e creative** che stimolino la curiosità e il pensiero critico degli studenti.

Per mantenere il **tono intimo e accogliente** che caratterizza AMA, il format "**Posta del Cuore**" verrà adattato in una versione fisica attraverso una **box per le domande anonime**, simile a una **cassetta della posta**, da lasciare negli istituti scolastici. Gli studenti potranno così esprimere liberamente i loro dubbi e curiosità, che verranno affrontati

Considerazioni finali

in modo rispettoso durante gli incontri o sulla piattaforma.

Al termine delle attività, verranno distribuite due **zine illustrate**, pensate come **strumenti educativi originali e divertenti**. La zine dedicata agli studenti delle medie sarà più leggera nei toni e arricchita da adesivi con messaggi positivi, mentre quella pensata per le superiori avrà un contenuto più maturo e includerà un preservativo, per promuovere la prevenzione e la consapevolezza in modo diretto e pratico. Per garantire un'esperienza il più completa possibile, immaginiamo di **collaborare con associazioni già attive** nel campo dell'educazione sessuale e affettiva. Questo permetterà di ampliare il nostro impatto e di affidarsi a **esperti qualificati** che possano supportare sia la gestione delle attività sia le esigenze delle scuole.

Incontri scolastici

In linea con i valori fondamentali di AMA, i volontari coinvolti seguiranno **precise linee guida**, adottando un **approccio basato sull'inclusività e sulla sensibilità**. Il **linguaggio** sarà sempre **rispettoso** di ogni identità di genere, orientamento sessuale e background culturale, creando un **ambiente sicuro e accogliente** per tutti gli studenti. Sarà inoltre fondamentale **evitare stereotipi o atteggiamenti** che possano risultare dannosi o **discriminatori**, favorendo invece la **creazione di uno spazio educativo, libero da giudizi**.

Questi incontri rappresentano un'opportunità unica per portare l'educazione sessuale e affettiva fuori dagli schermi, offrendo agli studenti non solo conoscenze utili, ma anche gli **strumenti concreti e la consapevolezza** per affrontare le sfide della crescita con serenità e sicurezza.

8.3 Ipotesi di collaborazione

Per garantire la sostenibilità e l'efficacia del progetto AMA, riteniamo fondamentale **collaborare con realtà già attive nel campo dell'educazione sessuale e affettiva**, sia per le **attività nelle scuole** sia per la **gestione delle risposte alle domande** degli utenti sul sito web.

L'obiettivo è integrare il nostro approccio innovativo con le **competenze di professionisti qualificati**, come ginecologi, psicologi ed educatori, assicurando così un **livello elevato di professionalità e affidabilità**.

In una fase iniziale, potremmo avviare una **collaborazione con realtà locali**, sfruttando legami e dialoghi già avviati. Un esempio concreto è la sezione della **Croce Rossa Italiana di Giaveno**, con cui abbiamo già discusso il progetto e che ci sembra in **piena sintonia con la nostra visione**.

Grazie a questa collaborazione, sarebbe possibile iniziare a operare in alcune scuole della zona e a gestire i primi flussi di domande sulla piattaforma, beneficiando dell'esperienza e delle risorse di una realtà consolidata nel territorio.

In una prospettiva di crescita ed espansione, il nostro obiettivo è stringere **collaborazioni con una rete più ampia**, idealmente a **livello nazionale**.

Tra le realtà che abbiamo considerato, la **Croce Rossa Italiana** su scala più ampia e il **Consultorio Giovani Torino** rappresentano opzioni di grande interesse, grazie alla loro esperienza e al loro **radicamento nel contesto educativo e sanitario**.

Abbiamo inoltre riflettuto sulla possibilità di avvalerci di **partner con una forte presenza digitale e vicini al nostro target**, ma alcune

Considerazioni finali

Ipotesi di collaborazione

Ipotesi, come quella di collaborare con **Webboh**, sono state **scartate poiché meno coerenti con i nostri valori e obiettivi**.

Questa **strategia a due fasi, partendo da collaborazioni locali per poi espandersi a una rete nazionale**, ci permetterà di crescere in modo graduale, ma solido, mantenendo la qualità delle nostre attività e costruendo una **base di fiducia** con i nostri utenti e le comunità in cui operiamo. Collaborare con partner già attivi nel settore rappresenta non solo una risorsa fondamentale per iniziare, ma anche un'**opportunità per garantire la continuità e l'impatto positivo del progetto AMA nel lungo periodo**.

8.4 Coinvolgimento di volontari e professionisti

Il **coinvolgimento di volontari e professionisti qualificati** rappresenta un elemento cruciale per **assicurare un'educazione sessuale e affettiva accessibile, aggiornata e di alta qualità**. La sinergia tra le diverse competenze di volontari e professionisti consente di garantire un **servizio educativo ampio e attento alle esigenze degli utenti**.

I **volontari** svolgeranno un ruolo significativo e fondamentale sia all'interno della piattaforma, **rispondendo alle domande** degli utenti, sia in ambito scolastico, partecipando agli **incontri formativi** nelle scuole. A tal fine, è fondamentale che tutti i volontari seguano **linee guida dettagliate e prestabilite**, così da mantenere **uniformità e qualità nel supporto offerto**.

Per il corretto funzionamento della piattaforma e la sua espansione nelle scuole, i volontari riceveranno **formazione specifica e orientamento continuo** per poter rispondere alle domande che gli utenti inviano sul sito. Questo ruolo richiede **preparazione e sensibilità** per fornire **risposte chiare, rispettose** e conformi agli obiettivi educativi del progetto.

Le linee guida per i volontari stabiliscono i **criteri fondamentali di intervento**, quali la **correttezza dei contenuti**, l'uso di un **linguaggio inclusivo** e l'**attenzione ai diversi bisogni** dell'utenza. Inoltre, prevedono i limiti di competenza per assicurare che **solo i professionisti rispondano alle questioni più complesse**, garantendo così un **servizio educativo accurato e sicuro**.

Considerazioni finali

In prospettiva futura, per rispondere alla crescente richiesta di un servizio educativo che includa il supporto diretto sia sul sito che nelle scuole, il progetto prevede di **collaborare con associazioni già attive nel campo dell'educazione sessuale e affettiva**. Una collaborazione di questo tipo permetterà al progetto di espandersi con efficacia, raggiungendo così un **pubblico più ampio** e garantendo standard educativi elevati in ogni contesto.

Il contributo di professionisti qualificati nei settori di ginecologia, anatomia, psicologia e identità personale rimane centrale per garantire che i **contenuti** e le **risposte fornite** siano **scientificamente fondate e aggiornate**. La loro presenza è essenziale per mantenere il rigore e la qualità del servizio sia sulla

Coinvolgimento di volontari

piattaforma che nelle scuole, dove le informazioni devono rispondere a domande specifiche e offrire un **supporto sicuro e accurato**.

I ginecologi e gli anatomisti, per esempio, assicurano che le risposte fornite sui temi di salute sessuale e riproduttiva siano sempre in linea con le ultime linee guida scientifiche, mentre gli psicologi apportano un valore aggiunto per quanto riguarda le dinamiche personali, le relazioni e il benessere emotivo.

Grazie alla **sinergia tra volontari preparati e professionisti specializzati**, sarà possibile offrire un servizio educativo strutturato, che accompagni ogni utente verso una **comprensione più ampia e consapevole della propria sessualità e affettività**, sia online che nelle scuole.

8.5 Conclusioni

Il percorso di sviluppo della piattaforma AMA è stato tanto sfidante quanto stimolante, permettendoci di concretizzare un **progetto innovativo e indirizzato a un target giovane e diversificato**.

Una delle **difficoltà** maggiori incontrate è stata proprio la **definizione e la gestione del target**: la piattaforma si rivolge sia a ragazzi delle scuole medie che a studenti delle superiori, **due fasce d'età** che, nonostante la vicinanza, presentano **esigenze, interessi e livelli di maturità differenti**. Questo divario ha richiesto un grande sforzo nel **bilanciare i contenuti e il tono comunicativo**, affinché risultassero **accessibili e coinvolgenti per tutti**.

Nonostante questa sfida, riteniamo di essere riuscite a creare una base solida per un progetto che può essere ulteriormente perfezionato. Avremmo voluto

sviluppare maggiormente alcune funzionalità, come la **prototipazione** dei giochi interattivi e **adattare i contenuti** per rispondere in modo ancora più specifico alle esigenze delle diverse fasce d'età.

Guardando al **futuro**, speriamo che AMA possa evolversi in una **piattaforma capace di adattarsi ancora meglio al suo pubblico**, ampliando i contenuti e implementando soluzioni scalabili che soddisfino le esigenze di un target così eterogeneo.

Il nostro obiettivo è che il progetto diventi uno **strumento educativo inclusivo, innovativo e divertente**, capace di supportare i giovani in un momento cruciale della loro crescita personale.

Considerazioni finali

Conclusioni



0.9 Bibliografia

Ellie Cooper, "Which Countries Have The Best Sex Education?"biird,
<https://www.biird.co/blogs/thenest/which-countries-have-the-best-sex-education>

L'educazione sessuale negli adolescenti, La finestra sulla mente, 1 Dicembre 2023, <https://psi-che.santagostino.it/educazione-sessuale-adolescenti/>

Alice Politi, "Educazione sessuale a scuola: che cosa dice la proposta di legge che vuole combattere l'analfabetismo empatico ed emotivo", Vanity Fair 4 Novembre 2024
<https://www.vanityfair.it/article/educazione-sessuale-a-scuola-proposta-di-legge>

Milena Gabanelli e Andrea Priante, Educazione sessuale a scuola in Italia: ecco perchè si è indietro anni luce, "Il Corriere della sera", 29 Novembre 2023, <https://www.corriere.it/dataroom-milena-gabanelli/educazione-sessuale-scuola-italia-ecco-perche-si-indietro-anni-luce/b4b56b8c-8e01-11ee-80d7-6428e39ac8b7-va.shtml>

Educazione sessuale e affettiva: perchè è importante a scuola, "Save the children", 6 Febbraio 2024, <https://www.savethechildren.it/blog-notizie/educazione-sessuale-e-affettiva-perche-e-importante-a-scuola>

Elisa Cassi, Educazione all'affettività per bambini di quarta e quinta elementare, "ElisaCassi", 10 Maggio 2022, <https://www.elisacassi.it/educazione-allaffettivita-per-bambini-di-4-e-5-elementare/>

Consutorio giovani, "Azienda Sanitaria Locale Città di Torino", Febbraio 2024, <https://www.aslcittaditorino.it/servizi/consutorio-giovani/>

Giulia Siviero, Cioè un vecchio giornale per giovanissime, "Il Post", 7 Febbraio 2024, <https://www.ilpost.it/2024/02/07/cioe-un-vecchio-giornale-per-giovanissime/?amp=1>

Mysecretcase
https://www.instagram.com/org4smeria_mysecretcase?igsh=NnU0amlqY2R3ZzNz
https://www.instagram.com/mysecret_education?igsh=MTQwejl2M3h0YnJrNQ%3D%3D

e sitografia

Heimi
<https://www.instagram.com/heimi.saluteeprevenzione?igsh=ZGJkcnpoeXFjZTF5>

147
<https://www.147.ch/it/temi/>

Vaginaverso
<https://www.vaginaverso.it/academy/>

Wlamore
<https://www.wlamore.it/contraccezione-co/>

Fluyda.me
<https://www.instagram.com/fluyda.me/>

Psicologiacruda
<https://www.instagram.com/psicologiacruda/>

Woman factor community
<https://www.instagram.com/woman.factor.community/>

Accountciclo
<https://www.instagram.com/accountciclo?igsh=cm5qcqzgzMDUzNXpl>

Pina Meriano, "Incontri, Video e affissioni che riguardano la sfera sessuale: con la campagna per Sex Education, Netflix fa marketing per il sociale", "Inside marketing", 17 Settembre 2021, <https://www.insidemarketing.it/promozione-sex-education-netflix-campagna-sociale/>

Linda Pompei, Sex Education: un nuovo modo per combattere le violenze sessuali, "Sistemacritico", 28 Agosto 2023, <https://www.sistemacritico.it/sex-education-un-nuovo-modo-per-combattere-le-violenze-sessuali/>

Naveen Kumar, Antonio Bonocore, "Sex Education ha cambiato per sempre il nostro modo di percepire il sesso sul piccolo schermo", "gqitalia", 21 Settembre 2023, <https://www.gqitalia.it/article/sex-education-ha-cambiato-modo-di-percepire-sesso>

Regione Piemonte, "L'EDUCAZIONE AFFETTIVA E SESSUALE ONLINE, DOCUMENTO di INDIRIZZO PER I CONSULTORI GIOVANI" 9 Dicembre 2020
https://www.regione.piemonte.it/web/sites/default/files/media/documenti/2021-11/documento_edusex_online_rev1_del_9-12-2020.pdf

Regione Piemonte, "Sanità, Consultorio"
<https://www.regione.piemonte.it/web/temi/sanita/salute-materno-infantile/consultori>

AIED, "Associazione Italiana per l'Educazione Demografica"
<https://www.aied.it/lassociazione/>

Ministero della Salute, "Organizzazione Mondiale della Sanità", 15 Aprile 2024
<https://www.salute.gov.it/portale/rapportiInternazionali/dettaglioContenutiRapportiInternazionali.jsp?lingua=italiano&id=1784&area=rapporti&menu=mondiale>

Ufficio regionale per l'Europa dell'OMS e BZgA, "Standard per l'educazione sessuale in Europa"
<https://www.fissonline.it/pdf/STANDARDOMS.pdf>

Fondazione veronesi, "la nuova guida del sesso dell'OMS", 17 Gennaio 2014
<https://www.fondazioneveronesi.it/magazine/articoli/pediatria/la-nuova-guida-al-sesso-delloms>

"Educazione sessuale, la scoperta del corpo", 2013
https://www.youtube.com/watch?v=64f8yi_dKFc

Pier Paolo Pasolini, 2012
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLDFB6179F67301590>
<https://www.youtube.com/watch?v=hily0QeCTSc>

"Effetti della pornografia per l'educazione sessuale" Mondo internazionale, 28 ottobre 2021
<https://mondointernazionale.org/post/effetti-della-pornografia-per-leducazione-sessuale>

Silvia Zanellato, Mariangela Quagliano, Celeste Bittoni, Luigi Fughi, Giulia Menditto, Mathilda Bottoni, "Educazione Sessuale Pornografia e Web", Università di Padova.
https://psico.elearning.unipd.it/pluginfile.php/252814/mod_resource/content/1/GRUPPO%20PORNOGRAFIA.pdf

Naveen Kumar, "Sex education ha cambiato il modo di percepire il sesso sul piccolo schermo" GQ, 21 Settembre 2023
<https://www.gqitalia.it/article/sex-education-ha-cambiato-modo-di-percepire-sesso>

Linda Pompei, "Sex Education: un nuovo modo per combattere le violenze sessuali", Sistema critico 28 Agosto 2023
<https://www.sistemacritico.it/sex-education-un-nuovo-modo-per-combattere-le-violenze-sessuali/>

0.10

Ringraziamenti



Un grazie generale

Giunte alla fine di questo progetto, che rappresenta un traguardo per tutte noi, vorremmo ringraziare **tutti coloro che ci hanno sostenuto e accompagnato durante questo percorso.**

Un ringraziamento va ai nostri relatori **Fabio Guida** e **Massimiliano Leone**, per il **supporto** e per l'**entusiasmo** dimostrato verso il nostro progetto. Un ringraziamento speciale va ai **volontari della Croce Rossa** e alle **dottesse del Consultorio giovani**, il cui contributo e tempo dedicato hanno arricchito in modo significativo il nostro progetto.

Infine, desideriamo ringraziare i nostri **compagni di corso**, che ci hanno accompagnato durante tutto il nostro percorso della triennale, condividendo con noi **momenti che conserveremo sempre nel cuore.**



Chiara

Un grazie alla mia famiglia per essere sempre al mio fianco.

A mia mamma e mio papà, per il loro amore e sostegno costante.

A mio fratello, alla sua presenza rassicurante e ai suoi consigli che porto sempre con me.

Ad Amedeo, che mi ha accompagnata, con pazienza, dal primo all'ultimo momento di questo percorso.

Alle mie compagne di avventura, con cui ho condiviso tante gioie, traguardi e frustrazioni.

A Carola, Sara, Mart e Denise, per la vostra amicizia che custodisco con affetto.

E Infine, al mio Angelo, mio nonno, che ha sempre voluto che inseguissi i miei sogni.
Ogni mio traguardo è tuo.



Ilaria

Grazie,

A mia mamma e mio papà che, con il loro amore e la loro costante presenza, hanno sempre fatto di tutto per vedermi felice.

A Riki e Glo per gli scherzi, i ricordi, per quelle risate di troppo che non ammetto, ma apprezzo.

A tutta la mia famiglia, su cui so di poter sempre contare.

Alle mie compagne di gruppo, con cui ho condiviso dal primo momento questo percorso e che sono contenta di poter definire amiche.

A Sofi, Lili e Sofi, le amiche che spero essere di una vita.

Alle mie bimbe, per i sorrisi spontanei e per la gioia che inconsapevolmente mi fanno provare.

Alla pallavolo, per avermi fatto incontrare gli amici che mi sono accanto e con cui condivido i momenti che porto nel cuore.

Grazie a tutte le persone che non ringrazio mai abbastanza di farmi nascere un sorriso e di portare nella mia vita il sole.



Irene

A mamma, alla mia migliore amica,
Grazie di avermi insegnato che "un giorno senza sorriso è un giorno perso", perché proprio grazie a questo insegnamento sono riuscita ad andare avanti nei giorni più bui. Grazie di aver sempre creduto nei miei sogni e di avermi tenuto la mano quando credevo di non farcela. Oggi riesco a vederti lì davanti a me, che mi sorridi con le lacrime agli occhi. Spero di averti resa fiera di me.

A papà, la mia spalla,
Grazie di avermi insegnato la tenacia di non mollare mai davanti agli ostacoli, di affrontare con razionalità e maturità la vita. Grazie per tutti i momenti di confronto e per avermi dato la possibilità di raggiungere i miei sogni. Spero di averti reso orgoglioso di me.
"Domani è un nuovo giorno", come mi ripeti sempre dopo una giornata no.

Grazie ad entrambi per avermi insegnato cosa sia l'amore e cosa vuol dire amare. Vi devo tutto, ogni mio traguardo è anche vostro.

Alla mia sorellina, Sofia,
Grazie di essere la mia complice, grazie per le risate, per la complicità e per le serate passate a interrogarmi prima di un esame. Sono fortunata ad averti come sorella, sono così orgogliosa della donna che stai diventando. Sappi che la tua sorellona ci sarà sempre.

A Roberta, la mia casa a Torino,
Questi tre anni a Torino non sarebbero stati uguali senza di te, sei stata la mia casa, il mio rifugio dopo le belle e le cattive notizie. Grazie di avermi fatto da "mamma", grazie delle risate, degli abbracci, dei pianti e dell'amore che mi hai dato. Conserverò sempre con gelosia questi ricordi.
Ti voglio bene.

Alle mie compagne,
Grazie di avermi insegnato cosa vuol dire la vera amicizia, grazie di essere state delle perfette compagne d'avventura. Vi auguro ogni bene che la vita vi possa dare, perché ve lo meritate.
So di aver trovato le amiche per la vita.

Grazie a tutti coloro che ho incontrato lungo questo percorso, perché ognuno di loro mi ha donato qualcosa, nel bene e nel male.
Vedremo cosa ha in serbo il futuro per me!



Micaela

Grazie a mamma, per la pizza del mercoledì.
A papà, per le torte di mele.
E ad Alde, per le stand-up comedy.
Non sarebbe lo stesso senza.

Grazie alle mie compagne di gruppo, per il percorso lungo e condiviso, dal giorno zero fino ad oggi.

Grazie a Minù, per aver dato un nuovo significato al quarto gradino.

Grazie a Riri, per le passeggiate silenziose (e per tu sai chi).

Grazie a Lili, per le conversazioni notturne più memorabili della mia vita.

Grazie a Eli, perché c'è sempre stata.

Grazie a Marco, per lo yummy food e il supporto emotivo.

Grazie a Arcane s2 ep 7, pour être la pire des bénédictions.



A noi,
Chiara, Ilaria, Irene, Micaela.

