

## SCHEMA DI PROGETTO

Responsabile progetto: Dott. Stefano Strona - Dirigente del Servizio Affari generali della Presidenza della Giunta regionale, tel 075 - 5043513, fax 075 - 5043494, e-mail sstrona@regione.umbria.it

### 1. Titolo del progetto e durata

Titolo **Un nuovo linguaggio per raccontare le donne**

Durata **Annuale**

### 2. Contesto in cui si colloca il progetto e indicazione delle finalità

Gli **stereotipi** sono tutte le credenze ed opinioni, socialmente condivise, che sono attribuite ad un gruppo o ad un genere e che finiscono con il determinarne il comportamento e le aspettative.

Gli stereotipi di genere sono quei codici e quelle categorizzazioni di cui ci si serve per interpretare e decodificare la rappresentazione del femminile e del maschile determinando la strutturazione di precise immagini mentali configurate come rappresentazioni socialmente condivise della differenza sessuale. Questo processo determina la concezione che si ha di sé, i comportamenti, il modo di rapportarsi con gli altri ed anche l'apprendimento delle aspettative che derivano dall'appartenenza al proprio genere. Per loro natura, quindi, gli stereotipi definiscono ciò che sono le persone ma anche come dovrebbero essere; creano aspettative differenti per i comportamenti maschili e femminili e finiscono, così, per avere una funzione normativa che spesso diventa discriminante. Ad es. quelle stesse qualità che nell'uomo sono considerate apprezzabili come l'autorevolezza e la competizione se, espresse da una donna, sono giudicate negativamente perché da lei ci si aspetta un confronto su basi paritarie e un atteggiamento più incline alla mediazione. Gli stereotipi, inoltre, non permettono i cambiamenti e perdurano anche quando sono cambiate le condizioni che li hanno generati; sono radicati nella cultura sociale e vengono trasmessi dalle "agenzie di socializzazione" più importanti (famiglia, scuola e media). Lo stesso articolo 37 della Costituzione recita "la donna lavoratrice ha gli stessi diritti e, a parità di lavoro, le stesse retribuzioni che spettano al lavoratore. Le condizioni di lavoro devono consentire l'adempimento della sua essenziale funzione familiare..." L'aggettivo essenziale attribuisce alla figura femminile, connaturandola ad essa, l'attività familiare alla quale deve essere subordinato ogni altro genere di attività. Lo stesso Consiglio Europeo (Gazzetta ufficiale dell'Unione europea 4.12.2009) riconosce che "...gli stereotipi di genere esistono ancora in ampia misura nonostante i diversi programmi comunitari volti a conseguire la parità tra i sessi... e quindi è necessario:

-monitorare l'attuazione delle disposizioni;

-lanciare campagne di sensibilizzazione contro gli insulti a sfondo sessista o le immagini degradanti della donna e dell'uomo nella pubblicità e nel marketing;

-effettuare studi e ricerche".

E' necessario, quindi, "mettere in discussione la suddivisione tradizionale dei ruoli. Condurre una formazione continua rivolta ai professionisti dei media e, in collaborazione con questi, azioni di sensibilizzazione della società" a partire dalle giovani generazioni.

La raccomandazione del Consiglio insiste anche sul ruolo che famiglia e sistema scolastico possono svolgere per lo sviluppo, nei ragazzi e nelle ragazze, di uno spirito critico nei confronti di ciò che viene trasmesso e sul grande compito che l'educazione può avere per impedire che la disuguaglianza di genere produca, una volta adulti, nuova discriminazione e disuguaglianza.

**Agenzie di socializzazione**

-La prima e la più importante è la **famiglia**: gli adulti trasmettono il sistema di ruoli, valori e regole che hanno acquisito e che ritengono necessario rispettare, pena una difficile accettazione sociale.

-La **scuola** è un altro importante agente di socializzazione e, per questo, deve avere tra i suoi obiettivi principali lo sviluppo dell'identità di genere attraverso il superamento dei modelli stereotipati e delle modalità di una educazione neutra e universale che, invece, deve rivolgersi a uomini e donne: soggetti portatori di bisogni e desideri diversi.

La stessa Risoluzione del Parlamento Europeo/2008 sollecita "iniziative informate a uno spirito di tolleranza e di astensione da ogni forma di stereotipo e aventi lo scopo di promuovere la cultura della parità di genere attraverso idonei programmi educativi" ed evidenzia "la necessità di eliminare dai testi scolastici, dai giocattoli, da videogiochi, da internet e dalla pubblicità.. i messaggi che ledono la dignità umana.."

-Negli ultimi decenni anche i **media** hanno avuto una grande importanza nell'orientare l'opinione generale sui concetti di femminilità e mascolinità nella misura in cui sono diventati "costruttori della realtà sociale poiché rendono più visibile, quindi rafforzano, a livello simbolico, determinati comportamenti sociali, così come ne celano altri, decretando gerarchie di valori".

I mass media, quindi, giocano un grande ruolo nel mantenimento della cultura della disuguaglianza tra i generi: riflettono, costruiscono e perpetuano un'immagine subalterna della donna.

Questo è vero nella quasi totalità dei paesi, come dimostrano decenni di ricerche nel settore della comunicazione. C'è, però, una specificità tutta italiana: in controtendenza rispetto ad altri paesi, in Italia il modello sessista è in crescita.

Una delle poche indagini comparative che ha analizzato l'immagine delle donne in dieci paesi europei "Women and media in Europe" (per l'Italia i dati sono stati raccolti dal CENSIS, 2006), ha posto l'Italia nelle ultime posizioni, insieme alla Grecia, per quanto riguarda la presenza della cultura sessista nei programmi televisivi.

L'indagine ha monitorato i programmi trasmessi negli ambiti dell'informazione, dell'approfondimento, della cultura e dell'intrattenimento.

In Italia la maggiore presenza femminile si ha nella fascia preserale con la messa in scena di donne dello spettacolo che perpetuano un'immagine femminile come decorazione, ornamento, oggetto di desiderio. Per quanto riguarda l'informazione, la donna compare soprattutto come vittima (67,8 dei casi) "donne del dolore" come le definisce in CENSIS.

Risultano in ombra le donne "normali", praticamente invisibili le donne della politica (6,4%; 1,5 per quella estera, 0,4% per economia e finanza).

Anche nei programmi di approfondimento, la presenza femminile è minima tra gli esperti (medici, giuristi, mondo dell'impresa e della finanza); le donne hanno voce, comunque poca, quando le tematiche affrontate sono di tipo sociale; sono maestre quando si parla di "natura, artigianato, poesia, astrologia".

Da tutti i dati emerge una grande distanza tra l'Italia e l'Europa.

I media, inoltre, giocano un ruolo fondamentale nel far vedere il corpo femminile come un mero oggetto sessuale, da guardare e giudicare.

Quando è oggettivato, il corpo femminile, è minimizzato ad alcune sue parti, che privano la donna di individualità e personalità.

"L'oggettivazione sessuale si verifica quando delle parti o delle funzioni di una donna sono separate dalla sua persona, guardate come se fossero capaci di rappresentarla (Bartky, 1990).

Ciò che è preoccupante è il dilagare dei processi di "auto-oggettivazione".

Questo si manifesta con una persistente e ostinata sorveglianza del corpo e può avere conseguenze molto serie sul benessere psico-fisico, soprattutto delle persone più giovani: è, infatti, legata ad un aumento di disturbi depressivi, di disfunzioni sessuali e di disordini alimentari come l'anoressia e la bulimia.

Un'attenzione particolare va riservata alla pubblicità, che è una componente dell'economia di mercato e che è una presenza costante nella vita delle persone.

I messaggi pubblicitari, compresi quelli dei manifesti affissi nelle città, parlano a spettatrici e spettatori affinché “consumino” o, meglio, comprino per consumare i diversi prodotti. Pubblicità pensate per sedurre e convincere, sollecitando e utilizzando gli stereotipi di genere più degradanti e conservativi che rappresentano veri ostacoli per una società moderna e paritaria. Per concludere, le iniziative volte a contrastare gli stereotipi di genere nella media e nella pubblicità devono essere affiancati da strategie e misure educative per sensibilizzare i bambini e le bambine, gli/le adolescenti ed aiutarli a sviluppare autonomia e senso critico.

### **L'Umbria**

L'Umbria ha già promosso, negli anni scorsi, interventi strutturati sulle tematiche degli stereotipi di genere e sui meccanismi della formazione delle identità sessuate tra cui si segnalano:

- Il progetto “Crescere e vivere nella differenza, maturare la propria soggettività”, articolato in dieci incontri con due gruppi classe del liceo classico “Propezio” di Assisi, ha proposto una riflessione sulla costruzione della identità di genere e sulla ricchezza e le problematiche delle differenze tra ragazzi e ragazze. L'iniziativa è stata curata da Anna Maria Piussi dell'Università degli Studi di Verona e Marco Deriu dell'Università degli Studi di Parma.

- Il progetto “Occhio alle differenze sessuali: percorsi di ricerca- intervento per la promozione delle convivenze di genere nelle scuole primarie e secondarie di primo grado”, è stato realizzato dal Centro di pari opportunità della Regione Umbria e dal comune di Terni. Il progetto, a cura della Dott.ssa Annunziata Rizzo e del Dott. Federico Fanelli, è finalizzato a promuovere un percorso di conoscenza, decostruzione e costruzione delle identità di genere e all'analisi degli stereotipi di genere, e consiste nell'attivazione di moduli /laboratori rivolti a gruppi classe delle scuole primarie e secondarie e ha come destinatari indiretti insegnanti e genitori. Nel corso del 2010 sono stati attivati quattro moduli/laboratori, ciascuno articolato in cinque incontri, che hanno coinvolto quattro gruppi classe, due della scuola primaria e due della secondaria di primo grado, e la relativa componente adulta: genitori ed insegnanti. Il percorso ha consentito di conoscere le rappresentazioni culturali dei bambini e delle bambine, dei ragazzi e delle ragazze in riferimento al genere e di utilizzare le rappresentazioni culturali emerse come materiale di analisi su cui riflettere in relazione alla costruzione dell'identità e della relazione tra generi. Il progetto prosegue nel 2011.

- Il percorso promosso dalla Consigliera regionale di parità ha visto, nel corso del 2009-2010-2011, il coinvolgimento della Regione, di numerosi Comuni e la realizzazione di un rilevante numero di iniziative pubbliche. Si tratta di incontri nel corso dei quali sono anche state presentate e discusse produzioni multimediali sul tema in oggetto ed è stata svolta una attività di sensibilizzazione della Scuola secondaria (docenti e studenti) incentrata sulla necessità di adottare linguaggi e metodologie di critica della produzione culturale ancora portatrice di stereotipi sessisti. Molti degli incontri sono stati effettuati direttamente nelle scuole e hanno coinvolto associazioni di donne e di diversa sensibilità (alcuni esempi: Il Filo di Eloisa e l'Albero di Antonia di Orvieto, Legambiente di Terni, il coordinamento di associazioni femminile denominato Donnasempre che opera su impulso e in collaborazione con il comune di Terni, Donne contro la guerra di Spoleto, i Tavoli per le pari opportunità promossi dai comuni di Foligno e di Orvieto, il Forum delle donne di Amelia).

Anche le linee programmatiche di legislatura della Presidente della Regione indicano, nella lotta agli stereotipi di genere, uno dei principali obiettivi dell'azione di governo regionale, secondo le indicazioni della Conferenza mondiale di Pechino (1995) e dell'Unione Europea a partire dalla Road Map. Il programma, articolato in azioni di vario tipo rivolte al mondo della formazione, dell'informazione, della comunicazione e della pubblicità, avrà come obiettivo la decostruzione degli stereotipi di genere, la loro eliminazione e, soprattutto, la realizzazione di iniziative che, con diverse modalità, affermino il valore e l'esperienza della costruzione di identità libere e consapevoli della propria differenza.

Per queste ragioni, si intende lavorare su un progetto iniziale di contrasto degli stereotipi di genere che dia continuità, articolazione e strutturazione al percorso già avviato, che prefiguri un impegno

di più lungo periodo e che coinvolga, più direttamente del passato, ragazze, ragazzi e docenti del mondo della scuola.

La Regione ha contestualmente fornito per il 2011 al proprio ente regionale di ricerca (Agenzia Umbria Ricerche) linee di indirizzo per lo svolgimento di ricerche mirate in materia di politiche di genere da effettuare nell'ambito delle ricerche annuali istituzionalmente assegnate all'ente di natura economico-sociale e su specifiche tematiche contenute nella Road Map.

Le risultanze del presente progetto costituiscono materiale di natura sperimentale atto ad orientare le ricerche medesime e utile per acquisire nuovi spunti di ricerca ed indicazioni per future politiche regionali.

E' infatti in corso di svolgimento da parte dell'AUR una ricerca articolata su un arco temporale di un anno rivolta a definire la situazione delle donne nel contesto regionale.

### **3. Contenuti ed articolazione dettagliata dell'iniziativa**

Il progetto è finalizzato ad accrescere la percezione dell'esistenza e persistenza degli stereotipi di genere nelle nuove generazioni e a stimolare percorsi per il superamento degli stessi.

Esso si sviluppa con la realizzazione di iniziative rivolte ad educatori e, più direttamente, a studenti e studentesse, finalizzate all'assunzione di criteri di osservazione attiva e di rimozione dei costrutti linguistici ed espressivi, mediante i quali si diffonde un'immagine screditata del soggetto femminile. In particolare sono previsti interventi di formazione rivolti ad insegnanti ed educatori, in modo organico evitando una eccessiva frammentazione e dispersione degli interventi che si vogliono invece concentrare nei due maggiori centri cittadini regionali.

Un punto qualificante del progetto è rappresentato dalla sua valenza di sistematicità e di stabilità mediante il coinvolgimento diretto dei soggetti che si ritengono interlocutori naturali (vedi punto 5) del processo di messa a punto di una strategia educativa adeguata agli obiettivi indicati. Si vuole, quindi, costituire un vero e proprio gruppo interistituzionale permanente in grado di condividere e, poi, di adottare come propria metodologia, il "lavoro in rete". Ciò consentirà una trasferibilità implicita del progetto all'interno degli ambiti di intervento dei singoli attori coinvolti e anche in quelli in cui la programmazione di attività prefigura una redditività più ampia di quella che, in via sperimentale, si metterà in atto mediante l'esecuzione di questo specifico progetto.

### **4. Metodologia e programma di lavoro**

Si tratterà di una duplice proposizione rivolta:

- agli studenti del triennio della Scuola media superiore (presentazioni di materiali, anche multimediali, sul tema della donna-oggetto in pubblicità e nei mass media)
- agli insegnanti mediante lezioni frontali ed interattive di aggiornamento professionale.

Contenuti didattici del corso:

- elementi di sociologia dei mass media, comunicazione, psicologia sociale e comunicativa;
- influenza dei mass media sulla costruzione degli stereotipi linguistici adottati dalla televisione dalla stampa, dalla pubblicità e loro azione sui processi di costruzione dell'identità (relazione tra genere, minori e mass media);
- analisi dei modelli femminili ed immagini emergenti;
- tecniche di analisi dei palinsesti televisivi e del linguaggio in uso nel sistema televisivo italiano e sua comparazione con sistemi di altri paesi, con particolare riguardo a quelli europei;
- autocontrollo e regolamentazione della produzione televisiva e pubblicitaria (normativa italiana e comparazione con quella di altri Paesi, prevalentemente europei).

Saranno realizzati, orientativamente, 8 incontri di quattro ore ciascuno di discussione con gli/le studenti presso gli istituti scolastici e 8 corsi di otto ore ciascuno di formazione/aggiornamento per

gli insegnanti, articolati nei due territori provinciali. Le sedi degli interventi saranno messe a disposizione dai soggetti a cui è rivolto il progetto.

Orientativamente ciascun incontro formativo per i docenti si rivolgerà ad un numero di docenti compreso tra 10 e 15 che moltiplicato per gli otto incontri previsti realizzerà un totale di circa 80 – 120 docenti formati che rappresentano un numero significativo di referenti.

Il percorso formativo e divulgativo sarà realizzato attraverso professionalità aventi competenze specifiche e altamente specializzate, da individuare nel rispetto della normativa regionale vigente.

Analoga considerazione riguarda gli studenti coinvolti che orientativamente oscilleranno complessivamente tra 1600 e 2400 unità.

Il periodo ottimale per lo svolgimento degli incontri è stato individuato, in accordo con l'Ufficio scolastico regionale, nel periodo compreso tra il 01 settembre 2011 e il 30 ottobre 2011 tenuto conto dell'andamento dell'attività didattica e degli impegni di studenti e docenti.

Si vuole, inoltre, promuovere un'azione educativa, ancora sperimentale ma concreta, di produzione diretta di materiali multimediali, da parte di studenti, finalizzata alla comprensione del processo di costruzione dei messaggi televisivi, istituendo un premio annuale relativo alla messa in opera di un prodotto multimediale utilizzabile, anch'esso, nelle scuole per ampliare, mediante la partecipazione al processo di realizzazione, le azioni di decostruzione dei linguaggi che offendono le donne.

I lavori presentati e il procedimento di valutazione degli stessi dovrà completarsi con l'erogazione del premio entro il termine del progetto.

Si vuole quindi ottenere dagli interventi formativi e divulgativi, prodotti di output che consentano da un lato di valutare gli effetti e la comprensione delle stimolazioni erogate e dall'altro di autoalimentare il processo formativo stesso.

I lavori prodotti saranno altresì oggetto di presentazione finale a chiusura del progetto contestualmente all'attribuzione dei premi agli Istituti scolastici.

Per il progetto, la Regione Umbria intende impegnare direttamente la somma di 10.000 euro a cui si aggiungeranno 12.000 euro resi disponibili dal Centro regionale per le pari opportunità, dalle due Province umbre e dalle Consigliere regionale e provinciali di parità.

La scadenza scelta del 15 maggio per la presentazione della domanda a contributo, tenuto conto della tempistica connessa alla valutazione, risulta compatibile con la previsione del periodo di realizzazione del progetto.

Il progetto, appena approvato, sarà illustrato con appositi incontri ai Dirigenti scolastici degli istituti di scuola superiore di secondo grado per acquisire le adesioni e procedere alla definizione degli aspetti organizzativi e metodologici.

Le attività saranno seguite da uno specifico gruppo di coordinamento e monitoraggio costituito dai rappresentanti del partner di progetto nella fase sia di implementazione sia di attuazione.

Tale gruppo si adopererà anche per relazionare l'intero progetto con particolare riguardo agli obiettivi raggiunti attesi ed inattesi.

## **5. Attori istituzionali e/o altre associazioni o altri enti coinvolti**

La Regione Umbria intende coinvolgere direttamente e, in modo permanente con un Protocollo di intesa, la Direzione scolastica regionale con cui condividere, in primo luogo, gli obiettivi formativi ed educativi previsti dal progetto, in modo tale che la formazione degli insegnanti possa essere inserita, nei termini dell'aggiornamento professionale, all'interno di quella prevista annualmente per i docenti della Scuola primaria e secondaria.

I partner istituzionali che intervengono in Umbria sulle tematiche della parità e delle pari opportunità, quali le Consigliere regionale e provinciali di parità per gli aspetti legati al contrasto alla discriminazione che vede nell'uso degli stereotipi sessisti il fondamento culturale della

medesima; il Centro pari opportunità regionale, previsto nello Statuto regionale quale principale strumento di attuazione di politiche di genere, nonché dotato di un servizio specializzato di documentazione in materia di produzione culturale femminile (Biblioteca delle donne) e di un servizio di contrasto alla violenza (Telefono Donna); l'ANCI; le Province, per le deleghe di pari opportunità e per le loro competenze in materia di istruzione secondaria;

## **6. Destinatari dell'iniziativa e risultati attesi**

Come già indicato, destinatari privilegiati saranno studenti del triennio ed insegnanti delle scuole medie superiori soprattutto delle città di Perugia e di Terni, che si vogliono dotare di strumenti critici specifici per la corretta percezione degli stereotipi sessisti tanto nei libri di testo, quanto nei mezzi di comunicazione. Un preciso obiettivo perseguito è quello di promuovere un gruppo stabile di insegnanti che lavori su queste tematiche in modo sistematico. Destinatari indiretti saranno i soggetti istituzionali coinvolti nel percorso che, ugualmente, potranno confrontarsi con la necessità di adottare strumenti critici e linguaggi maggiormente consoni al rispetto del soggetto femminile.

Come già evidenziato nei punti precedenti, un ulteriore risultato atteso proviene dai lavori degli studenti e riguarda il feed-back delle attività progettuali svolte rispetto alla percezione degli stereotipi e alle proposte per il loro superamento. Gli elementi ricavati costituiscono un valido supporto sperimentale per la ricerca in corso da parte dell'AUR.

Risultati attesi sono poi costituiti dalla trasferibilità a cascata degli stimoli formativi realizzati e dall'acquisizione di elementi di innovatività.

## **7. Trasferibilità, sostenibilità ed elementi di innovatività**

La messa a punto di un modello di lavoro in collaborazione con i soggetti istituzionali che sono chiamati a svolgere un ruolo educativo sui temi in oggetto, rappresenta un'occasione di trasferimento e di messa in comune di saperi e competenze che spesso restano specialisticamente ed esclusivamente riferiti ai soggetti che se ne occupano. E' evidente, inoltre, la ricaduta educativa e formativa contenuta nell'azione di formazione/aggiornamento degli insegnanti, ai quali spetta il compito di tradurre, per i loro studenti, modalità di insegnamento e contenuti nuovi, come la decodifica del linguaggio in uso nei media e nei testi, nella mediazione didattica prevista dalle azioni formative.

La messa a sistema di un intervento progettuale nell'ambito di una ricerca di maggior respiro sulle tematiche degli stereotipi nel contesto regionale costituisce esso stesso elemento di innovatività così come la condivisione di un intervento progettuale da parte di più attori tutti con specifiche competenze in materia di politiche di genere al fine di sviluppare un sistema coordinato di azioni e di concertazione sulle tematiche delle donne.

## **8. Azioni di promozione e diffusione dell'iniziativa progettuale**

La promozione dell'iniziativa avverrà, anch'essa, con il coinvolgimento dei destinatari diretti ed indiretti del presente progetto. Verranno, inoltre, utilizzati i canali della comunicazione e informazione: incontri, stampa, televisioni, internet.

I lavori prodotti dagli studenti saranno altresì oggetto di presentazione a chiusura del progetto e costituiranno materiale di divulgazione.