

Altri spunti per riflettere con gli studenti sulle Pari Opportunità e sulle Pari Opportunità nei media

Saper riconoscere uno stereotipo significa prenderne coscienza, esplorarlo, capirlo, classificarlo come tale, circoscriverne la valenza ed infine superarlo.

Il fatto di dover pensare a un formato comunicativo per contrastare il fenomeno degli stereotipi di genere basa la sua ragione di essere dai risultati di un esperimento di psicologia sociale in cui si dimostra che dover convincere gli altri sulla bontà di un atteggiamento di fatto modifica in quella stessa direzione il proprio atteggiamento.

LAVORARE SULL'IDENTITÀ

"Io sono": chiedere agli studenti di completare la frase, scrivendola in un foglio. Raccogliere i fogli e leggere le definizioni, probabilmente pochi si saranno definiti con "una ragazza" o "un ragazzo" e basta e quindi si può iniziare la riflessione sottolineando loro che nessuno quando presenta se stesso considera l'appartenenza di genere come una cosa importante. Quando presentiamo noi stessi sono le particolarità e le sfumature che facciamo risaltare. Succede la stessa cosa anche quando presentiamo un nostro amico/una nostra amica, ma non quando descriviamo una persona che vediamo o conosciamo poco. In quest'ultimo caso la nostra descrizione della persona è per categorie: per esempio è un maschio o una femmina.

"Cosa faccio": chiedere agli studenti come si vestono, cosa fanno nel tempo libero, quali giochi prediligono, quali oggetti o accessori usano, che lavoro vorrebbero fare, come si immaginano da grandi, ecc., dividere cosa hanno risposto le ragazze e cosa hanno risposto i ragazzi e chiedere loro riferendosi a ciò che hanno scritto i ragazzi "queste cose potrebbero riguardare anche le ragazze?", fare la stessa cosa riferendosi a ciò che hanno scritto le ragazze "queste cose potrebbero riguardare anche i ragazzi?" ascoltare le risposte e domandare il perché delle loro risposte.

"Quali le differenze?": chiedere agli studenti che differenza c'è fra uomini e donne secondo loro e annotare le risposte.

"Cosa devo saper fare? Cosa devo desiderare?": chiedere agli studenti se ci sono delle cose che devono saper fare proprio perché femmine o proprio perché maschi e cosa devono desiderare proprio perché sono femmine o proprio perché sono maschi. Far riflettere gli stessi sul fatto che i saper fare e i desideri individuati possono essere di entrambi i sessi oppure proprio no e perché. Fare la medesima analisi facendo raccogliere agli studenti delle pubblicità (in cartaceo o in video). Chiedere loro quali possono essere le conseguenze.

ANALISI DI FORMATI COMUNICATIVI (pubblicità, cartoni animati, fiabe, sitcom, ...)

chiedere agli studenti di identificare quali sono gli elementi che veicolano messaggi unisex, quali messaggi tipici maschili e quali messaggi tipici femminili, analizzando le voci fuori campo, i colori, le tonalità, i generi musicali di sottofondo, le caratteristiche visive, gli ambienti, i movimenti, le professioni rappresentate. Chiedere agli studenti quali pensano possano essere le conseguenze di queste rappresentazioni.

RIFLESSIONI SUGLI STEREOTIPI DI GENERE

Analisi delle parole dei bambini: Presentare agli studenti una serie di frasi dette da bambini piccoli, dicendo loro che alcune sono esplicitamente tendenziose e chiedere loro quali sono e perché

sono considerate tali.

Esempi di affermazioni dei bambini della scuola dell'infanzia stereotipiche o non stereotipiche su cui si potrebbe riflettere con gli studenti:

- EUGENIO (5 anni): babbo e mamma lavorano a casa con il computer, a volte cambiano zona e lavorano da un'altra parte nel posto di lavoro. Papà in casa lavora tantissimo, **aiuta la mamma in casa, si fa aiutare dalla mamma nel suo lavoro in giardino** (è la parola "aiuta" che non va!)
- ALICE (4 anni): la mia mamma cucina, pulisce il giardino, pianta le piante, va al lavoro, il babbo stende i panni fuori in giardino, mette a posto la mia stanza, a volte io lo aiuto

Le professioni: presentare agli studenti cosa hanno risposto dei bambini di 3 – 5 anni di età quando è stato chiesto loro quali sono i lavori da uomini e quelli da donne, chiedere loro se sono d'accordo o se li raggrupparebbero in altro modo, suggerendo, dopo aver ascoltato cosa hanno da dire, di aggiungere il gruppo "lavori che possono fare sia uomini che donne". Per quei lavori che sono rimasti, dopo la riclassificazione, esclusivamente maschili o femminili, si può affermare che probabilmente tendenzialmente sono più diffusi per quel genere ma chiediamo agli studenti di portare delle prove (foto, video) che dimostrino che possono essere svolti anche dal sesso opposto.

- *lavori che fanno gli uomini individuati dai bambini della scuola dell'infanzia:* elettricista e muratore; il pittore e il lavoro in banca; a volte lavorano anche a casa con il computer; maestri di moto; nuotatore e fantino; lavorano a casa e fanno le pulizie;
- *lavori che fanno le donne* individuati dai bambini della scuola dell'infanzia: lavorano all'università; fanno le pulizie; fanno le maestre; fanno le pizze; l'architetto; stanno a casa; cucinano; l'estetista; hanno un negozio;

"Come mi sentirei se": presentare agli studenti una serie di compiti attualmente normalmente svolti da maschi o da femmine e chiedere loro come si sentirebbero se li mettessero in atto in maniera controsteriotipica, chiedendo loro perché. Far emergere quindi i loro stereotipi e chiedere come si può far cambiare il loro sentimento. Esempio: nella nostra società stirare è un compito tipicamente svolto da donne, se io sono una donna e in famiglia non stiro mai come mi sento? Come mi fanno sentire gli altri? Perché? Cosa posso fare per non sentirmi così?; se io sono un uomo e in famiglia stiro come mi sento? Come mi fanno sentire gli altri? Perché? Cosa posso fare per non sentirmi così?

Ci deve essere uno spostamento di sguardo dall'esterno verso l'interno.

LAVORARE SUI GRUPPI prima di introdurre gli stereotipi è opportuno far riflettere gli studenti sulle differenze ingroup/outgroup

"Come vedo gli altri?": chiedere agli studenti di descrivere in un foglio come sono i maschi e in un altro come sono le femmine. Raccogliere i fogli suddividendo quelli scritti da femmine e quelli scritti da maschi. Si ottengono così 4 gruppi di descrizioni: 1) le descrizioni dei maschi fatte dai maschi (descrizioni ingroup) 2) le descrizioni delle femmine fatte dai maschi (descrizioni outgroup) 3) le descrizioni dei maschi fatte dalle femmine (descrizioni outgroup) 4) le descrizioni delle femmine fatte dalle femmine (descrizioni ingroup). Analizzare le descrizioni outgroup e le descrizioni ingroup, facendo riflettere gli studenti sulla semplificazione e omogeneità che emerge nelle descrizioni outgroup e sulla maggiore particolarizzazione e differenziazione che si trova nelle descrizioni ingroup. Ripetere la modalità per far emergere la differenza dei giudizi di valore espressi per l'ingroup e l'outgroup, chiedendo agli studenti di scrivere degli aggettivi.

LAVORARE SUI MEDIA come, quanti e quali sono le donne e gli uomini rappresentati dai media?

"Mi riconosco?": una volta descritti e caratterizzati i modelli di genere veicolati dai media, chiedere agli studenti se si riconoscono in essi, in cosa si sentono diversi e perché. Chiedere agli studenti di svolgere lo stesso sondaggio intervistando mamma e papà o altre persone adulte che conoscono. Analizzare in classe le risposte raccolte dagli studenti.

CONCLUSIONI DELLA RIFLESSIONE SUGLI STEREOTIPI

Alla fine di tutta la riflessione ma prima di decidere come contrastare il fenomeno, quindi prima di scegliere il prodotto di contrasto al fenomeno dei modelli stereotipici di genere con cui partecipare al concorso

"Cosa mi porto a casa": chiedere agli studenti di scrivere in un foglio cosa ha imparato da questo percorso (competenze e conoscenze). Raccogliere tutto ciò che viene scritto e successivamente far scegliere agli studenti quali competenze e conoscenze tra quelle imparate devono sempre tenere davanti agli occhi per essere persone libere nei loro giudizi. Chiedere agli studenti di scrivere su un foglio quali credenze aveva prima e che ora si accorge che sono sbagliate e che butterebbe via. Raccoglierle.

MATERIALI DI LABORATORIO\COS'È IL BRIEF

a cura di Daniela Rossi in "Che genere di cultura?"

http://www2.pariopportunita.provincia.venezia.it/upload//00000026/00000040/00000033/CheGenera_12-13-DEF.pdf

Il brief - Il cosiddetto brief è l'insieme delle informazioni che, in forma sintetica, è necessario definire prima dell'avvio di un intervento di comunicazione. Esso raccoglie:

- gli obiettivi strategici della comunicazione
- le ragioni che la giustificano
- i "confini"
- la natura dell'intervento
- le risorse delle quali si disporrà per la sua realizzazione.

Con il brief si definisce il profilo dell'iniziativa e se ne evidenziano le linee guida. Il brief, viene messo a disposizione di chi cura l'intervento di comunicazione. Esso si definisce attraverso le seguenti informazioni.

Elementi fondamentali:

Il bisogno - Il fondamentale passo iniziale è la definizione, chiara e sintetica, del bisogno alla base della richiesta.

Gli obiettivi strategici e operativi - Definire gli obiettivi strategici del progetto, individuando anche gli obiettivi operativi (più concreti, circoscritti, misurabili e limitati di quelli generali) nei quali si può ripartire il macro obiettivo di partenza:

- Target
- Sintesi del progetto (Questo è il cuore del brief).
- Tono di voce della comunicazione - Che non vuol dire soltanto il modo in cui scriverete la parte scritta, informativa o esplicativa o la frase slogan dell'annuncio pubblicitario, ma soprattutto l'approccio, lo stile, cioè come la comunicazione deve mostrarsi e parlare al pubblico.
- Parole chiave - In questa sezione mettete tutte le parole che possono fornire un indizio al team, ma sulle quali non volete sviluppare delle frasi intere.

I destinatari - Individuare i gruppi di destinatari ai quali rivolgiamo il messaggio.

I risultati - Sintetizzare i risultati prioritari che ci si attende con l'intervento. Quali miglioramenti si desidera ottenere, quali è fondamentale garantire.

Le iniziative analoghe - Raccogliere una documentazione che esemplifichi quanto è stato realizzato in precedenza al fine di presentare lo stile, i contenuti e le modalità comunicative già sperimentate.

SITOGRAFIA

- <http://www.impariascuola.it/public/guidacompleta.pdf>
- http://www2.pariopportunita.provincia.venezia.it/upload//00000026/00000040/00000040/2013-12_Dispensa_ott-dic2013.pdf
- http://www.provincia.imperia.it/Portals/_provincia/documents/CentroAntiviolenza/dal_guadare_al_vedere/gli_stereotipi_nelle_pubblicita_lo_stereotipo_la_donna_la_pubblicita.pdf

- http://www.soroptimist.it/public_nuovo/Volume_DonneStereotipi.pdf
- http://galaxiesproject.eu/TRAINING/IT/file/M2/Mod_2_Fase_2_STEREOTIPI%20approfondimento.pdf
- <http://www.regione.piemonte.it/pariopportunita/dwd3/CDP/temadic2008.pdf>
- <http://rosadoc.be/kinderboeken/pdf/toolkititalianpeda.pdf>
- <http://www.provincia.siena.it/var/prov/storage/original/application/7d1e5db19a7f93411164d86b5dc383a4.pdf>
- http://www2.pariopportunita.provincia.venezia.it/upload//00000026/00000040/00000033/cheGenere_12-13-DEF.pdf
- <http://nuovoutile.it/stereotipi-pubblicitari-sulle-donne/>
- http://www.ac.infn.it/personale/formazione/corsi_2009/Intro_al_corso.pdf
- <https://comunicazionedigenero.wordpress.com/2013/04/04/principesse-disney-fra-stereotipi-e-sessismo-liberainfanzia/>
- http://www.nuovocchiperimedia.it/socializzazione_ruoli_genere/
- <http://lofficinadelledonnetorino.wordpress.com/>
- http://www.regione.piemonte.it/parliamo/kit_scuola/pari_opp/dwd/vol_istituz.pdf
- http://www.allapari.regione.emilia-romagna.it/temi/lotta-agli-stereotipi-1/allegati_cultura_di_genere_e_stereotipi/sintesi_donne_media_censis_06.pdf
- <http://www.rosadoc.be/pdf/pagestoolkiteng.pdf>
- <http://europa.uniroma3.it/cdlsfp/files/896b7a12-ce55-48fa-8a32-8b345f127b61.pdf>