

## Introduzione alla lettura

# LA PICCOLA GUIDA MULTIMEDIALE ALLA PARITÀ DI GENERE

Dieci sezioni per un itinerario ricco e composito realizzato dai ragazzi e dalle ragazze dell'IIS. E. Ferrari di Roma per loro (e non solo). Un viaggio attraverso parole, suoni, immagini, documenti, testimonianze per sensibilizzare e prevenire la violenza di genere, educare alle differenze, abbattere gli stereotipi promuovendo la cultura della responsabilità civile. Un nuovo «manuale digitale» nato all'interno del percorso di **ÀP - Accademia popolare dell'antimafia e dei diritti**.

**Buona lettura e buona visione**

  
**otto**  
**8 per mille**  
CHIESA VALDESE  
UNIONE DELLE CHIESE METODISTE E VALDESI

*da* <sup>from - to</sup> **Sud**

## VIDEOSONDAGGIO

### ***PAROLE-VALORE***

### **CINQUE VOCABOLI SCELTI E RACCONTATI DAI RAGAZZI E DALLE RAGAZZE**

**Genere, femminicidio, sessualità, sexting, linguaggio.**

Sono questi i cinque vocaboli attorno ai quali si è scelto di ragionare in questo video.

Un punto di vista capace di scardinare stereotipi, pregiudizi e luoghi comuni su delicate questioni della nostra contemporaneità



Guarda il video

## RADIO

### LA SCENEGGIATRICE ASSIA PETRICELLI AI MICROFONI DI RADIODASUD

Dopo la lettura di *Cattiveragazze*, la *graphic-novel* che racconta da un punto di vista originale le biografie di donne **coraggiose e anticonformiste** che in periodi storici e luoghi diversi hanno segnato la storia dell'umanità, gli studenti e le studentesse hanno intervistato l'autrice Assia Petricelli per un interessante momento di scambio e confronto



Ascolta la puntata su RadiodaSud

## MUSICA

### LA VOCI CATTIVE DI MIRIAM MAKEBA E LOREDANA BERTÈ

Da un lato la testimone delle battaglie per i diritti del Sudafrica, conosciuta in tutto il mondo come *Mama Africa*. **QUI** il saluto di Roberto Saviano.

Dall'altro una cantante poliedrica e anticonformista, simbolo indiscusso della musica rock italiana degli ultimi quarant'anni.

Due **artiste eccedenti**, capaci di esprimere personalità forti e coraggiose. Gli studenti e le studentesse hanno scelto due loro grandi successi: **Patapata** e **Non sono una Signora** per raccontare l'universo delle "cattive ragazze" e per omaggiare le loro uniche e inimitabili voci.



## CINEMA

Tanti i film che le ragazze e i ragazzi hanno visto durante l'anno scolastico per discutere e ragionare sulle **questioni di genere** intrecciate ai temi dell'adolescenza. Dal drammatico *Fiore* di Claudio Giovannesi (2016) alla commedia *Piuma* di Roan Johnson (2016), passando per il biografico *Agorà* di Alejandro Amenábar (2009), il film in costume che ricostruisce la vita di Ipazia d'Egitto.

A partire dalla visione del film ***Vogliamo anche le rose*** è scaturita una riflessione sulla posizione della donna nella società italiana. Il film analizza infatti la nascita e gli sviluppi del **movimento femminista** nell'Italia degli anni '70, attraverso la ricostruzione di tre diari intimi di tre donne differenti per cultura e provenienza. La narrazione, realizzata attraverso le tre voci narranti delle scrittrici dei diari è inframezzata da riprese e interviste che mostrano lo sviluppo di una nuova coscienza in quegli anni: i cortei, il **dibattito sull'aborto**, il **divorzio**, i rapporti di coppia, il lavoro della donna, la **sessualità femminile** vissuta in maniera totalmente nuova, le riunioni femministe.

Queste tre vicende differenti sono lo spunto per raccontare un cambiamento radicale che ha investito tutta la società: la famiglia tradizionale in cui la moglie è al servizio del marito, la struttura fondata sulla patria potestà, con le sue considerazioni distorte sull'adulterio e il delitto d'onore, la liberazione sessuale e il suo significato reale, la **contraccezione** e il rapporto con la religione, i **pregiudizi** e i **condizionamenti** della società riguardo al matrimonio. Il film si conclude con una breve cronologia delle trasformazioni sociali avvenute alla fine del Novecento.



[Leggi la rassegna stampa del film](#)

## TEATRO

**"Dieci storie proprio così"** è lo spettacolo che abbiamo scelto di vedere per ragionare sulla tematica dell'**antimafia**. Una rappresentazione che riesce a mettere in luce, reinventandole, storie di coraggio e ribellione che vedono protagoniste sempre più spesso delle donne con diversi ruoli sociali (**sindaca, giornalista, studentessa, testimone di giustizia**, etc.)

*Dieci storie proprio così* è uno spettacolo teatrale che **si concentra sul presente**, su ciò che accade ora e su quello che ognuno di noi può realmente fare, assumendosi la responsabilità di un cambiamento faticoso, difficile ma irrinunciabile. Abbiamo così approfondito il tema della **scelta**. La criminalità organizzata si sta appropriando del nostro Paese e noi non ce ne siamo accorti?



Per saperne di più su  
*Dieci storie proprio così* - [www.theco2.org](http://www.theco2.org)

## **SPOT – PUBBLICITÀ**

### **Il sessismo nella pubblicità**

Lo studio *Come la pubblicità racconta le donne e gli uomini, in Italia* ha identificato 12 tipologie narrative femminili e 9 maschili.

Nell'81,27% dei casi femminili, siamo di fronte a «modelle» (ideale di bellezza), «grechine» (elemento decorativo che non dice niente), «disponibili» (in atteggiamenti di esplicita disponibilità o meglio possibile uso sessuale), «manichini» (corpo femminile o parti di esso), «ragazze interrotte» (annullate in quanto persona) e «preorgasmiche» (in espressione di piacere sessuale). Al contrario, la somma delle analoghe categorie per i maschi non arriva nemmeno al 20%. Così, mentre la donna viene narrata come «insignificante» dal punto di vista della personalità e delle competenze (un *oggetto* e poco *soggetto*), il profilo dell'uomo invece è sbilanciato verso il mondo del lavoro. In più della metà dei casi negli spot pubblicitari il maschio è presentato come un professionista, ma raramente come padre (solo nel 4,32% dei casi).

## SPOT – PUBBLICITÀ

### Pubblicità progresso tra limiti e buona volontà:

Abbiamo analizzato una serie di pubblicità progresso contro la violenza sulle donne. Esistono blog specializzati in questo tipo di analisi e monitoraggio che forniscono un quadro in cui la donna, rappresentata con «occhi neri», «raggomitolata in un angolo», «indifesa e impaurita», appare come «vittima predestinata» a subire la violenza maschile. Ci si rivolge quasi solo alle donne, mostrandole sempre come «soggetti oppressi», con segni evidenti di violenza fisica. Nelle rare occasioni in cui viene rappresentato il soggetto «violento», esso appare come un «mostro». Anche questo dato è rappresentativo di uno stereotipo, quello del maschio «tutto istinto e poco cervello». Se la vittima è solo una donna indifesa e il carnefice solo un violento per natura, l'idea che la violenza riguardi diventa un concetto di difficile metabolizzazione. Potremmo definire questo tipo di comunicazione «deresponsabilizzante».

Negli ultimi anni hanno cominciato ad affacciarsi altri tipi di campagne, che segnano una nuova rotta comunicativa. Un esempio è *La violenza ha molti volti, impara a riconoscerli*, in cui però, l'uomo «normale» viene nascosto e non reso riconoscibile. Sulla strada giusta, segnaliamo la campagna Noino.org che non si limita a denunciare la violenza di tipo fisico e mette in scena uomini come protagonisti della lotta alla violenza.



Approfondisci su [www.noino.org](http://www.noino.org)



## GIORNALISMO E MEDIA

Quando il mondo della stampa racconta casi di **femminicidio**, troppo spesso ricorre al vocabolo “raptus”, anche se, è doveroso ricordarlo ancora una volta, l'Associazione nazionale degli psichiatri italiani ha dichiarato che le giustificazioni psicopatologiche non hanno alcun fondamento scientifico.

L'articolo 17 della **Convenzione di Istanbul** è palesemente disatteso, nonostante da anni si parli di cambiare il linguaggio della stampa nei casi di violenza contro le donne. Risulta prezioso l'impegno della rete Giulia-Giornaliste Unite Libere Autonome che nel 2014 ha realizzato il video **lo me ne curo** per sensibilizzare i mass-media ad adoperare un linguaggio che non rimuova la gravità della violenza contro le donne.

Quello che scrivono i giornali incide così come quello che racconta la Tv. Se nel descrivere la violenza subita da una donna si sottolineano elementi come il suo *look*, il fatto se avesse bevuto, se avesse deciso di lasciare il marito, usando espressioni come «dramma della gelosia», «delitto passionale» ed insinuando le pericolosa idea che «se la sia cercata», le si esercita una nuova forma di sessismo. Le parole non sono neutre, e chi fa giornalismo ha una enorme responsabilità nella lotta, o nella conferma, degli stereotipi di genere.

La rete Giulia svolge un importante lavoro di informazione e formazione per i giornalisti. Sono necessari interventi capillari, nelle grandi e nelle piccole redazioni, perché il rispetto per le vittime della violenza passa attraverso le parole con cui le raccontiamo.



Clicca sull'immagine per una rassegna ragionata di titoli cosiddetti *fuorvianti*



Approfondisci sul blog femminile del *Corriere della Sera*

## DONNE AL CENTRO DELLA SCENA

Cinque protagoniste della storia che abbiamo scelto di conoscere meglio

Ipazia D'Alessandria - Rosa Parks - Franca Viola - Felicia Bartolotta - Liliana Segre



## DONNE E DIRITTI

Le donne hanno goduto per la prima volta del diritto di voto il 2 giugno del 1946. Sono passati oltre settant'anni dal *referendum* in cui l'Italia scelse di diventare una Repubblica. Ma a che punto è il lungo percorso che le donne hanno fatto nelle istituzioni italiane? Siamo di fronte a un cammino ancora in chiaroscuro, in cui la piena parità tra uomini e donne nel ricoprire incarichi di responsabilità nella vita civile, economica e sociale del Paese non è stata ancora raggiunta, nonostante il sorpasso realizzato da tempo dalle studentesse nel campo dell'istruzione superiore e universitaria e una presenza spesso maggioritaria in settori professionali qualificati (scuola, sanità, professioni legali). Le criticità si annidano in pregiudizi e stereotipi che continuano a penalizzare le donne nell'organizzazione della vita familiare e professionale.

In Italia, la struttura economica, l'organizzazione del lavoro, gli stereotipi di genere sono strettamente correlati a quanto lavoro di cura ci si aspetta che venga svolto dalla donna fra le mura domestiche, al tipo di *welfare* a cui hanno accesso e alle possibilità che hanno di entrare nel mercato del lavoro.

### Diritto al voto “un giorno bellissimo”

### Diritto lavoro “Occupazione femminile, fotografia dell'Italia di oggi”

### Il *gender pay gap* e il cammino verso la parità di retribuzione quali sono gli ostacoli da rimuovere?



## VIOLENZA DI GENERE, UNO SGUARDO DENTRO LE ISTITUZIONI

*La violenza contro le donne è una manifestazione dei rapporti di forza storicamente inuguali tra gli uomini e le donne, che hanno condotto alla dominazione sulle donne e alla discriminazione da parte degli uomini e costituisce un ostacolo al pieno progresso delle donne*

Tratto da La Piattaforma di Pechino

### Convenzione di Istanbul

<https://www.coe.int/it/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/210>

<http://www.ingenere.it/ricerche/attuazione-convenzione-istanbul-italia-rapporto-associazioni-donne>

### **Per un'ora d'amore - Proposta di legge introduzione educazione sentimentale nelle scuole**

<http://www.celestecostantino.it/introduzione-delleducazione-sentimentale-nelle-scuole/>

### Infografica

<https://temi.camera.it/leg18/infografica/OCD1778-4/infografica-politiche-di-genero-zip.html>

