



NEWSLETTER BIMESTRALE Conferenza Nazionale degli Organismi di Parità delle Università italiane



In questo numero

2 SFIDA A COLPI DI *ADVERTISING* SUL TEMA DELLA *DIVERSITY* TRA GLI STUDENTI DELL'UNIVERSITÀ DI UDINE

A cura di Martina Baldazzi.

3 GUARDARE CON GLI OCCHI DI UN BAMBINO

A cura di Mara Guglielmin.

4 LABORATORIO SUGLI STEREOTIPI SOCIALI

A cura di Martina Baldazzi.

5 UNA SCUOLA ESTIVA SULLA VIOLENZA DI GENERE

A cura di Mara Guglielmin

La Conferenza Nazionale degli Organismi di Pari Opportunità delle Università italiane dedica una *Newsletter* bimestrale per condividere con la Rete e i soggetti interessati riflessioni, buone prassi, esperienze. I temi sono quelli della promozione delle pari opportunità, e del benessere organizzativo, del contrasto alle discriminazioni, del ruolo dei Comitati Unici di Garanzia e altre figure impegnate in questo ambito. L'attenzione è rivolta alla realtà accademica, ma, potranno trovare spazio anche notizie che descrivono l'impegno degli Atenei, in particolare attraverso i propri Organismi di Parità, nella disseminazione sul territorio di una cultura di rispetto e valorizzazione delle differenze. Infine, troveranno spazio notizie e appuntamenti relativi ad eventi organizzati dalla Conferenza Nazionale e dagli Organismi di Parità aderenti alla stessa.

Questo numero, curato in modo particolare dal CUG dell'Università di Udine, offre, alcuni spunti di riflessione e informazioni su iniziative in materia di gestione delle diversità e superamento di stereotipi e pregiudizi.



Sfida a colpi di *advertising* sul tema della *Diversity* tra gli studenti dell'Università di Udine

I vincitori parteciperanno alla finale di On The Move 2018 della Fondazione Pubblicità Progresso

A cura di Martina Baldazzi

Giovedì 7 giugno 2018 gli studenti che hanno partecipato al Laboratorio di Advertising del corso di laurea in Relazioni Pubbliche dell'Università degli Studi di Udine a Gorizia hanno presentato le loro campagne di comunicazione sul tema della diversità. A valutare i lavori una giuria popolare composta da studenti e una giuria tecnica, ovvero una commissione formata da Patrizia Tomio, Presidente della Conferenza Nazionale degli Organismi di Pari Opportunità delle Università Italiane, il pubblicitario Davide Bevilacqua, i professori Roberto Bernocchi, Antonella Pocecco e Renata Kodilja, Delegata del Rettore per le Pari Opportunità e Presidente del Comitato Unico di Garanzia di UniUd.

La presentazione dei progetti si è inserita all'interno del Festival dello Sviluppo Sostenibile, con il convegno "Diversamente – Spunti creativi per una società diversamente uguale", durante il quale sono intervenuti anche i giurati Bernocchi e Tomio, fornendo interessanti opportunità di riflessione sulla comunicazione della e per la diversità e sul concetto sempre più attuale di intersezionalità, argomento molto dibattuto e di grande complessità.

I diciassette progetti presentati avevano l'obiettivo di sensibilizzare diversi pubblici, identificati attraverso un'attenta *targettizzazione*, su vari temi inerenti e collegati a quello della *diversity*, come bullismo, omofobia, religione, violenza, differenze generazionali e *gender pay gap*.

Un ulteriore incentivo per realizzare la miglior campagna di comunicazione è stato indubbiamente rappresentato dalla possibilità di essere scelti per partecipare a On The Move, contest di Pubblicità Progresso giunto quest'anno alla sua dodicesima edizione.

I progetti selezionati per partecipare al concorso sono sei: "Omofobia", del gruppo I Tre Moschettieri; "Granpa Sharing", sulle differenze generazionali; "#NoDiscriminazioneReligiosa" degli studenti di All Connected; "#SalvaUnoSmartphone" di ADS ZAP e i lavori dei gruppi Equamente e Glasses, entrambi sul *gender pay gap*.



Gli/le studenti/esse che hanno realizzato i progetti selezionati per partecipare a On The Move 2018.



Guardare con gli occhi di un bambino

Spot per superare gli stereotipi sulla disabilità

A cura di Mara Guglielmin

Cosa accade se si mettono un adulto e un/a bambino/a davanti a uno schermo e si chiede loro di imitare le smorfie che vengono fatte da diverse persone in un video? La risposta è semplice: le ripeteranno. Se una di queste persone proiettate sullo schermo, però, avesse una disabilità?

Con una campagna che mostra questo tipo di esperimento, un'associazione francese per persone multi-disabili "Noemi" ha deciso di mettere in risalto uno degli ostacoli più significati per l'integrazione e l'inclusione delle persone con disabilità: il non sapere come relazionarsi con gli stessi.

Nello spot, infatti, si vede come di fronte alla smorfia di una ragazza paraplegica, l'adulto rimanga impietrito e imbarazzato. Differente è però la reazione del/la bambino/a, che ripete la smorfia come aveva fatto per le altre persone comparse precedentemente nel video.

Questo semplice test mette in luce lo scoglio più difficile e comune per l'integrazione delle persone affette da disabilità, barriera per lo più dovuta alla presenza di stereotipi e pregiudizi che le vedono in

particolare come vittime da compatire, a cui bisogna riservare un trattamento speciale. Un giusto dosaggio di sensibilità è opportuno, come nei confronti di qualsiasi essere umano d'altronde, ma questo non significa che sia necessario adottare un atteggiamento diverso da quello che si avrebbe nei confronti di una persona normodotata; evitare il pietismo è la prima chiave per favorire l'integrazione.

Gli stereotipi nascono dalla necessità di categorizzare e quindi ordinare il mondo, utilizzando schemi cognitivi che aumentano con il passaggio all'età adulta. Questo è il motivo per cui i bambini dello spot mostrano una reazione differente dagli adulti, appaiono quindi più ingenui e spontanei perché non hanno preconcetti nei confronti della ragazza paraplegica.

Superare gli stereotipi imparando a guardare con gli occhi di un bambino e quindi relazionarsi con le persone con disabilità in modo naturale e spontaneo: la campagna verte su questo messaggio, con l'obiettivo ultimo di spingere verso una concreta integrazione sociale.

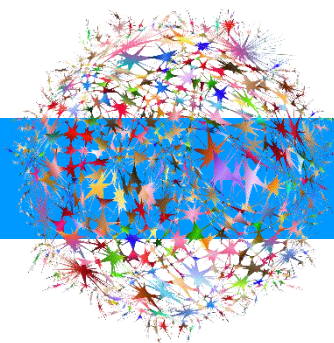
Le campagne sulla disabilità, purtroppo, non sono così numerose.

Si suggeriscono qui di seguito i link di alcuni buoni esempi.

- Campagna Associazione "Noemi": https://www.youtube.com/watch?v=6lyO_kaD5HM (oggetto dell'articolo)
- Campagna FamiglieSma:
<https://www.youtube.com/watch?v=an9f5leJs8;>
<https://www.youtube.com/watch?v=uze6JVVVV0Q>
- Campagna UNICEF: https://www.youtube.com/watch?v=_GofSucBneQ

Laboratorio sugli stereotipi sociali

Sensibilizzare i comunicatori di domani



A cura di Martina Baldazzi

Il laboratorio "Stereotipi sociali nella comunicazione" dell'Università degli Studi di Udine, supervisionato dalla Professoressa Renata Kodilja, Delegata del Rettore per le Pari Opportunità e Presidente del Comitato Unico di Garanzia dell'UniUd, nasce con l'obiettivo di informare e sensibilizzare gli studenti sul tema degli stereotipi sociali nell'ambito della comunicazione e della pubblicità.

Inizialmente creato per inserire un momento giocoso all'interno delle presentazioni dei Corsi di laurea in Relazioni Pubbliche e Comunicazione integrata per le imprese e le organizzazioni, il lavoro del laboratorio ha acquisito una graduale autonomia fino a diventare un progetto a sé stante che è stato presentato non solo all'interno dell'Università degli Studi di Udine ma anche nelle scuole superiori e al Convegno della Conferenza Nazionale degli Organismi di Pari Opportunità delle Università Italiane tenutosi a Genova il 3 e 4 maggio 2018.

Il progetto si articola in due fasi: inizialmente si mostra agli studenti una selezione di messaggi pubblicitari ricchi di stereotipi e che sono più o meno noti al pubblico; successivamente si sottopone ai ragazzi un semplice questionario a risposta multipla creato per stimolare una riflessione critica. Si nota immediatamente come si passi rapidamente dal semplice riconoscimento di un'immagine o di uno spot familiare alla consapevolezza della presenza di un sotto testo, nemmeno troppo implicito, in tali immagini. Si verifica quindi un cambiamento nella percezione di ciò che si sta guardando e si dà avvio a una discussione sulle motivazioni di tali scelte e sulle varie opzioni e soluzioni alternative a disposizione.

L'obiettivo primario del progetto è quindi quello di portare all'attenzione dei giovani studenti gli stereotipi che compaiono quotidianamente e in ogni tipo di media (spot pubblicitari, campagne di comunicazione, immagini promozionali...) e dar loro gli adeguati strumenti non solo per riconoscerli, ma anche e

soprattutto per contrastarli. Gli stereotipi, infatti, essendo profondamente radicati nella nostra cultura, rischiano di essere pigramente e spesso inconsapevolmente accettati come costruito culturale e di sfuggire a uno sguardo distratto o non ancora educato ad identificarli e contrastarli.



Conferenza Nazionale degli Organismi di Pari Opportunità delle Università Italiane, 3-4 maggio 2018 Genova.

Alcuni spot ricchi di stereotipi su cui riflettere.

- Racism kills - Islamic Short Film - Bayyinah Institute
<https://www.youtube.com/watch?v=D5PxcOwOCGw>
- Fiat 500 USA
<https://www.youtube.com/watch?v=1fBFm4OD2W0>
- Fernovus 2008
<https://www.youtube.com/watch?v=CUFxwQhUB8Y>
- Action Aid – The Jackal
<https://www.youtube.com/watch?v=TIQP9dwN-zc>
- #likeagirl
<https://www.youtube.com/watch?v=XjQBJWYDTs>



Una Scuola Estiva sulla violenza di genere Il peso delle parole



A cura di Mara Guglielmin

La Scuola Estiva della SIS (Società Italiana delle Storiche), nell'armoniosa cornice delle colline di Fiesole a Firenze, per l'edizione 2018 ha affrontato il tema della violenza contro le donne e di genere. Nello specifico "il nodo della matrice storica, sociale e culturale della violenza: quella rivolta contro le donne, ma anche tutte le forme di violenza che hanno origine dalle disuguaglianze sociali tra uomini e donne e dalle discriminazioni sessuali, rivolte contro chiunque infranga i modelli di genere e sessuali dominanti", come viene spiegato dalla Scuola stessa.



Aula magna – Centro Studi Cisl, Firenze.

Durante i cinque giorni passati all'interno del Centro Studi Cisl di Firenze, la SIS ha deciso di trattare questa tematica così delicata utilizzando come perno il punto di vista storico sull'argomento poiché ritenuto essenziale per disinnescare la cultura della violenza dal momento che favorisce, attraverso la presa di distanza, la comprensione.

Le radici della violenza infatti, si trovano nella nostra cultura, che vede ancora spesso la figura dell'uomo

come *pater familias*, dove ha quindi una posizione di dominio. La violenza di genere nasce infatti, dalle disuguaglianze sociali.

A costruire la cultura della violenza, è anche il linguaggio, sul quale desidero soffermarmi in questo articolo.

Le forme di violenza sono diverse: fisica, economica, psicologica ecc. e quest'ultima risulta essere la più diffusa. I dati ISTAT dicono infatti che il 43% delle donne italiane dichiara di aver subito violenza psicologica e proprio attraverso il linguaggio, che rappresenta quindi, uno degli aspetti di maggior rilievo quando si parla di violenza, soprattutto dal momento che riguarda ognuno di noi.

Il linguaggio è inoltre esso stesso frutto della cultura. Spesso accade che "ci facciamo parlare dalla lingua", pertanto quando si compie violenza o discriminazione attraverso essa, a volte lo si fa senza esserne consapevoli.

Il lessico è basilare, ma lo è ancora di più la sua contestualizzazione, quindi la sintassi e la pragmatica. Attraverso la prima si possono costruire frasi apparentemente uguali, ma che con lo spostamento anche di una singola parola possono cambiare connotazione. Si pensi ad esempio alla frase: "Non voglio che lei venga", che trasformata in "Lei, non voglio che venga" assume un significato assai differente. La pragmatica poi, è ancora più complessa poiché mette in rapporto quello che si dice con il contesto culturale.

I media hanno un ruolo centrale nella costruzione del linguaggio, compreso quello della cultura della

violenza. Questi infatti, oltre a trasmettere termini, strutture o metafore, hanno il potere di legittimarli.

Il problema sta nel fatto che spesso utilizzano una narrazione fortemente stereotipata, che vede ad esempio la donna come vittima. Mirano poi, alla spettacolarizzazione, che facilita la creazione di un immaginario della violenza, anch'esso stereotipato. La comunicazione ha un ruolo importante come mezzo di percezione e quindi classificazione della realtà, per tanto i messaggi e le immagini che vengono veicolati dai media hanno un forte impatto a livello sociale.

Nel linguaggio dei media e in generale all'interno della nostra cultura, il dilemma cruciale della violenza di genere è però, la sua invisibilizzazione. Ad esempio nel linguaggio ci sono diverse tecniche di occultamento come l'eufemizzazione, ossia l'evitamento di vocaboli determinati o la naturalizzazione, ossia il considerare le azioni come esito di istinti innati. In generale si tende quindi a banalizzare la violenza e come contrastare qualcosa che si pensa non esista o abbia poca rilevanza? Far conoscere e comprendere la questione è quindi di certo il primo e fondamentale passo, che permette la consapevolezza della sua complessità, oltre che della

sua esistenza. Passo successivo il coinvolgimento e quindi la connessione fra il numero più alto possibile di persone al fine di sensibilizzare e compiere azioni concrete in merito; la Scuola permette anche questo.

La Scuola Estiva della SIS rappresenta un'esperienza unica. Non solo un'occasione di approfondimento grazie all'intervento di numerose/i esperte/i in differenti aree professionali, come storia, giurisprudenza, linguistica e sociologia, ma soprattutto un'esperienza di condivisione e confronto in un clima sereno e amichevole.

Un'esperienza, quindi, a tutto tondo con lo scopo di affrontare la tematica da molteplici punti di vista e anche attraverso canali e strumenti differenti. È così che oltre a lezioni, discussioni e laboratori, anche cinema, poesia o musica possono fungere da ottimi spunti di riflessione.

Personalmente queste giornate mi hanno trasmesso, oltre a un bagaglio personale e di conoscenze non irrilevante, anche una forte sensazione di speranza e ottimismo nel futuro.



Partecipanti alla Scuola Estiva SIS 2018 “Violenza contro le donne e violenza di genere. Storie e pratiche di resistenza dall’età moderna a oggi”.

Hanno collaborato a questo numero

Martina Baldazzi

Martina Baldazzi, laureata in Lingue e letterature straniere all'Alma Mater Studiorum di Bologna e in Comunicazione Integrata per le Imprese e le Organizzazioni all'Università degli Studi di Udine. Attualmente lavora per LOWE - Land of Wine Empowerment, agenzia di comunicazione e promozione territoriale di cui è fondatrice e Presidente, ed è collaboratrice didattica del progetto "Stereotipi sociali nella comunicazione".

✉ martina.baldazzi @uniud.it

Mara Guglielmin

Mara Guglielmin, laureata in Relazioni Pubbliche all'Università degli Studi di Udine. Attualmente è tirocinante nel ruolo di referente del CUG - Comitato unico di garanzia per le pari opportunità dell'Università degli Studi di Udine.

✉ mara.guglielmin @uniud.it

Prossimi appuntamenti

Presentazione del volume degli Atti del Convegno

“La situazione italiana a un quarto di secolo dalla conferenza mondiale sulle donne di Pechino” *

organizzato dall'Università di Messina

Messina, 9 ottobre 2018 ore 17.00

Aula Magna di Ateneo

Convegno “Diversamente Scienza” *

organizzato dal CUG dell'Università degli Studi di Firenze e

dalla Conferenza Nazionale degli Organismi di Parità delle Università italiane

Firenze, 12 ottobre 2018 ore 9.00

Sala Comparetti - piazza Brunelleschi 4

Corso di formazione per i componenti degli Organismi di Parità universitari *

organizzato dal CUG dell'Università degli Studi di Macerata e

dalla Conferenza Nazionale degli Organismi di Parità delle Università italiane

Macerata, 29-30 novembre 2018

* Programma e dettagli saranno pubblicati sul sito della Conferenza Nazionale all'indirizzo <http://www.cpouniversita.it/>

Ottava Edizione Premio Immagini Amiche

iniziativa promossa dall'UDI, Unione Donne in Italia

si ispira alla Risoluzione del Parlamento Europeo, votata il 3 settembre 2008, sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità fra donne e uomini, e ha l'obiettivo di valorizzare la comunicazione per immagini senza l'utilizzo di stereotipi, senza strumentalizzazione e abuso dell'immagine femminile.

Segnalazioni di pubblicità attinenti aperte dal 1 settembre al 20 ottobre 2018 (info: <http://www.premioimmaginiamiche.it/>)

Cerimonia di premiazione presso Teatro Comunale di Carpi (Modena), 17 novembre 2018 ore 9.30

Mostra Espansioni 2018. “EvaLuna” 7° concorso internazionale di arte e fotografia

organizzato dal CUG dell'Università degli Studi di Udine,

dalla rete Espansioni e dal Comune di Gorizia

Gorizia, 6-25 novembre 2018

Museo di Santa Chiara - Corso Giuseppe Verdi, 18

Prossima edizione

Novembre 2019