



POTERE ALLA PAROLA
IV edizione 2015-2016

comunicare la differenza

progetto a favore del rispetto delle differenze di genere nel linguaggio

Comitato SeNonOraQuando? Torino in collaborazione con il
Salone Internazionale del Libro

LA PREMESSA

Ciò che non si nomina non esiste *

**Cecilia Robustelli, Lingua e identità di genere*

Il linguaggio, sia parlato che scritto, esprime e trasmette la visione della realtà di chi lo utilizza: non riflette la realtà in sé, ma il modo in cui essa viene interpretata ... esiste uno stretto legame tra l'uso del linguaggio e la disparità sociale di potere ... è facile intuire quanto il mondo dei media si configuri come un luogo carico di responsabilità, diffusore della coscienza del mondo sociale e portatore di modelli di comportamento linguistico della società ... Ma non sempre i comunicatori hanno la consapevolezza dell'influenza esercitata su questa percezione e delle conseguenze derivanti da un utilizzo scorretto della lingua, oggi non più tollerabile ... In una società globale e multiculturale, l'immagine dell'altro del diverso da sé è sempre più presente nella vita quotidiana. Prioritario da parte dei media il loro ruolo nella lotta contro ogni forma di discriminazione nel sostenere il cambiamento e nel promuovere modelli sociali, lavorativi e culturali in cui ciascun soggetto possa riconoscersi ... E se da un lato le donne stanno acquisendo maggiore partecipazione nella vita civile, dall'altro vi è una "resistenza" nell'uso della lingua a riconoscere tali posizioni e chiamarle con il loro nome ... Nonostante un'ascesa in ruoli, carriere, professioni e visibilità delle donne, non esiste un'adeguata trasformazione della lingua che usa ancora il maschile attribuendogli una falsa neutralità. Poiché il linguaggio e la realtà cambiano di pari passo e si influenzano reciprocamente, è invece importante conoscere le parole che esprimono i cambiamenti in atto dal punto di vista della parità e del riconoscimento della differenza. E' necessario definire le cose col loro nome che in italiano è sempre declinato anche rispetto al genere.

GIULiA "donne, grammatica e media", suggerimenti per l'uso dell'italiano di Cecilia Robustelli

una questione di concetto

il rispetto passa anche attraverso la restituzione del genere

Laura Boldrini, Presidente della Camera dei Deputati, 8 marzo 2014

IL PROGETTO

Per cercare di cambiare, insieme, il presente e il futuro delle donne in Italia, crediamo che si possa avviare un dialogo costruttivo e vogliamo far riflettere sulla necessità di continuare un cammino verso la parità: **le donne, presenti in tante professioni fino a poco tempo fa appannaggio solo degli uomini, chiedono di essere riconosciute.**

Vorremmo che istituzioni, pubblica amministrazione, scuola, politica, e ogni forma di informazione **usassero il femminile ogni volta che si parla di una donna**, qualunque ruolo o incarico ricopra. (*Donne con la A, SeNonOraQuando? Torino, marzo 2015*)

Per creare consapevolezza sul problema della discriminazione di genere nel linguaggio, riteniamo indispensabile **INFORMARE E FORMARE LE GIOVANI GENERAZIONI.**

le donne chiedono di essere riconosciute.

GLI OBIETTIVI

Vogliamo ribadire la necessità di costruire insieme, uomini e donne, il rispetto delle differenze tra i sessi tramite la correttezza lessicale e l'osservanza della grammatica nella comunicazione.

Attraverso l'ideazione e la produzione di testi o campagne creati dagli/dalle studenti/studentesse il progetto si pone anche altri obiettivi: promuovere azioni di sensibilizzazione, diffondere la cultura di parità e di superamento degli stereotipi, combattere la disuguaglianza di genere.

IL TARGET DI DESTINAZIONE

Questo progetto è destinato ai/alle GIOVANI: studenti/studentesse della Scuola Secondaria di primo e secondo grado e di Specializzazione dei futuri comunicatori/comunicatrici.

LE DUE SEZIONI

Per la realizzazione del progetto sono previste due sezioni:

DIRE LA DIFFERENZA, destinata a:

- allievi/e della Scuole Secondarie di primo e secondo grado.

PROMUOVERE LA DIFFERENZA, destinata a:

- allievi/e di Scuole di Specializzazione nel settore della Comunicazione.

DIRE LA DIFFERENZA

“Potere alla Parola” propone per l’edizione 2015-2016 un lavoro sul linguaggio capace di promuovere e includere le differenze di genere attraverso l’uso delle parole nel rispetto della parità, sia nella forma che nella sostanza.

Per ripristinare la correttezza lessicale e il rispetto delle differenze tra i sessi, occorre **ripartire dalla grammatica della lingua italiana e dalla scelta delle parole**. *Lina Appiano, “la grammatica e le parole”, Mammeonline*

“Siamo convinte che sia un passo necessario per garantire la rappresentazione dei due generi di cui è fatto il mondo: le donne non sono l’altra metà del cielo, sono una delle due metà.” (SNOQ, Torino 8 marzo 2015)

Non si tratta di sovvertire la grammatica o il lessico, ma il modo scorretto in cui vengono utilizzati, così che le donne risultino riconoscibili e autonome in ogni campo dell'agire e del sapere e raccontate al di là di stereotipi sessuali.

Ai/alle partecipanti della sezione "Dire la differenza" verrà richiesto di elaborare un TESTO corredato eventualmente anche da immagini, che EVIDENZI IL CORRETTO USO DEL GENERE NELLA LINGUA ITALIANA, nella forma di:

FIABA, RACCONTO, POESIA, DIALOGO, ARTICOLO, O ALTRO

PROMUOVERE LA DIFFERENZA

In italiano i nomi hanno il genere grammaticale maschile o femminile: il neutro, nella nostra lingua, non esiste. Se si parla di esseri umani (ma spesso anche di animali) di solito il genere grammaticale esprime l'appartenenza sessuale. Alcune teorie affermano che la lingua influenzi il pensiero. Altre che lo rappresenti.

La pubblicità italiana è considerata tra le più sessiste al mondo. Crea, sostiene e promuove stereotipi e modelli discriminanti, relegando la donna a ruoli gregari, decorativi, ipersessualizzati, sempre insignificante dal punto di vista della personalità e soprattutto delle **COMPETENZE**.

Come conseguenza, oltre che come "donne oggetto", le figure femminili vengono rappresentate dalla pubblicità nei ruoli di casalinga o mamma felice. Quasi del tutto assenti invece le donne lavoratrici (ad eccezione dell'ambito domestico). *La pubblicità italiana poco si occupa di donne che lavorano e che ricoprono un ruolo sociale al di fuori della famiglia.* Per questo è importante realizzare una campagna di sensibilizzazione a favore del rispetto delle differenze di genere nel linguaggio, anche quello della pubblicità.

Ai/alle partecipanti della sezione "Promuovere la differenza" verrà richiesto di elaborare una campagna di comunicazione sociale che **PROMUOVA IL CORRETTO USO DEL GENERE NELLA LINGUA ITALIANA**, nella forma di:

SPOT, AFFISSIONE, ANNUNCIO STAMPA, LEAFLET, BROCHURE

LA FORMAZIONE

E' previsto un breve "incontro di formazione" aperto a tutte le persone interessate.
La data dell'incontro è fissata per **giovedì 29 Ottobre 2015**, presso la "Sala delle Colonne" del Comune di Torino in P.zza Palazzo di Città, 1 - dalle **ore 14,30** alle **ore 18,00**.

Interverranno:

Rachele Raus – Linguista, Docente Universitaria

Milena Boccadoro - Giornalista

Lorenzo Todesco - Sociologo della Comunicazione, Docente Universitario

Elena Rosa – Esperta di pubblicità

PER PARTECIPARE

Tutte le informazioni saranno disponibili sul sito www.senonoraquando-torino.it

Per partecipare, e per qualsiasi chiarimento, è sufficiente inviare una mail a:
potereallaparola3@gmail.com

Tutti gli elaborati e le proposte **DOVRANNO PERVENIRE ENTRO E NON OLTRE IL 31 marzo 2016**, al seguente indirizzo di posta elettronica:

potereallaparola3@gmail.com

Referenti del progetto: **Albertina Bollati** cell. 3357720914 e **Miresi Fissore** cell. 3336866014