

ELENA CARATTI

RIMEDIAZIONI GENDER-SENSITIVE

**CONTRIBUTI E PROGETTI PER LA FORMAZIONE
DI UN IMMAGINARIO CONSAPEVOLE**

Il mondo mediatico rischia di offuscare pensiero e contenuti. Come contrastare la natura restrittiva degli stereotipi femminili e ogni forma di discriminazione di genere? Il design della comunicazione, attraverso un progetto etico di 'rimediazione', è chiamato a contribuire alla responsabilizzazione delle nuove generazioni, dotandole degli strumenti interpretativi per osservare la realtà oltre i modelli culturali disponibili e ogni forma di manipolazione.

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



RIMEDIAZIONI GENDER-SENSITIVE

La comunicazione massmediale, in molte delle sue espressioni, agisce indisturbata omologando ogni differenza e idealizzando il reale. Occorrono un nuovo immaginario e nuovi strumenti critici per osservare e interpretare la realtà oltre i modelli stereotipati diffusi dai media.

Questo libro costituisce la sintesi di un lavoro di ricerca che vede coinvolti più ambiti: il design della comunicazione, l'ambito degli studi di genere (più in particolare la didattica in una prospettiva di genere), le riflessioni che hanno per oggetto una dimensione etica della comunicazione multimediale.

Attraverso l'attività ideativa e progettuale, il design della comunicazione può intraprendere una serie di azioni concrete di sensibilizzazione critica dei promotori e degli utenti della comunicazione. In particolare, all'interno del mondo della formazione, può dotare le nuove generazioni degli strumenti interpretativi per osservare la realtà, per decostruirla e per consentire loro di partecipare al cambiamento come cittadini attivi.

COLLANA DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

Direzione

Giovanni Baule

Comitato scientifico

Sylvain Allard, *UQAM, Université du Québec à Montréal, Canada*

Heitor Alvelos, *Universidade do Porto, Portogallo*

Ruedi Baur, *Intégral, Parigi, Francia; Berlino, Germania; Zurigo, Svizzera*

Fausto Colombo, *Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Italia*

Luca De Biase, *Nova Sole 24Ore, Italia*

Steven Heller, *School of Visual Art, New York, Usa*

Michael Renner, *The Basel School of Design, Svizzera*

Roberta Valtorta, *Museo di fotografia contemporanea, Cinisello Balsamo, Milano, Italia*

Ugo Volli, *Università degli Studi di Torino, Italia*

Comitato di redazione

Valeria Bucchetti

Margherita Pillan

Salvatore Zingale

Progetto grafico

Sistema grafico copertine

Graphic design: Elena Zordan

Art direction: Maurizio Minoggio

Sistema grafico

Umberto Tolino

Impaginazione

Giulia Piccoli Trapletti

Fotografie

Marta Isabella Reina

Il progetto della collana Design della comunicazione nasce nell'ambito dell'attività di ricerca e didattica di Design della comunicazione del Politecnico di Milano.

Design della comunicazione

La collana Design della comunicazione nasce per far emergere la densità del tessuto disciplinare che caratterizza questa area del progetto e per dare visibilità alle riflessioni che la alimentano e che ne definiscono i settori, le specificità, le connessioni. Nel grande sviluppo della cultura mediatica la presenza del Design della comunicazione è sempre più trasversale e in continua espansione. La comunicazione richiede un sapere progettuale là dove la cultura si fa editoria, dove i sistemi di trasporto si informatizzano, dove il prodotto industriale e i servizi entrano in relazione con l'utente. Il design della comunicazione è in azione nella grande distribuzione dove il consumatore incontra la merce, nella musica, nello sport, nello spettacolo, nell'immagine delle grandi manifestazioni come nella loro diffusione massmediale.

La collana è un punto di convergenza in cui registrare riflessioni, studi, temi emergenti; è espressione delle anime che compongono il mondo della comunicazione progettata e delle differenti componenti disciplinari a esso riconducibili. Oggetto di studio è la dimensione artefattuale, in tutti i versanti del progetto di comunicazione: grafica editoriale, editoria televisiva, audiovisiva e multimediale, immagine coordinata d'impresa, packaging e comunicazione del prodotto, progettazione dei caratteri tipografici, web design, information design, progettazione dell'audiovisivo e dei prodotti interattivi, dei servizi e dei sistemi di comunicazione complessa, quali social network e piattaforme collaborative. Accanto alla dimensione applicativa, l'attenzione editoriale è rivolta anche alla riflessione teorico-critica, con particolare riguardo alle discipline semiotiche, sociologiche e massmediologiche che costituiscono un nucleo portante delle competenze del designer della comunicazione.

La collana si articola in tre sezioni. I SAGGI accolgono contributi teorici dai diversi campi disciplinari intorno all'area di progetto, come un' esplorazione sui fondamenti della disciplina. Le PROSPETTIVE presentano documenti che provengono dalla ricerca e da esperienze progettuali, come un osservatorio sul fare proprio dell'attività sul campo. Gli SNODI ospitano interventi di raccordo disciplinare con il Design della comunicazione.

Copyright © 2015 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.

*L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera
accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito
www.francoangeli.it.*

Elena Caratti

Rimediazioni gender-sensitive

Contributi e progetti per la formazione
di un immaginario consapevole

Prefazione di Giovanni Baule

FrancoAngeli

aclaegi

Indice

Rimediazioni gender-sensitive

Prefazione | 9

Una duplice sensibilità. Design e educazione alle culture di genere
di Giovanni Baule

Note introduttive | 17

1. Mediazioni, rimediazioni

- 1.1 Impegno etico | 23
- 1.2 Rimediazioni e design della comunicazione | 28
- 1.3 Stereotipi femminili e media | 32
- 1.4 Educare in una prospettiva di genere | 41
- 1.5 Pratiche di alfabetizzazione dello sguardo | 49

2. Artefatti comunicativi per l'educazione

- 2.1 Introduzione ai casi studio | 57
 - 2.1.1 *Faking It. Get Real*, Australia | 64
 - 2.1.2 *Cuntaline*, Italia | 65
 - 2.1.3 *Vita reale*, Svizzera | 67
 - 2.1.4 *Pinkstinks*, Uk | 69
 - 2.1.5 *Guess Who?Nurse & Firefighter*, Usa | 71
 - 2.1.6 *lab-elle*, Svizzera fr. | 73
 - 2.1.7 *The HTML5 Gendered LEGO Advertising Remixer*, Usa | 75
 - 2.1.8 *Visualizing Gender Stereotypes*, Italia/Uk | 77

- 2.1.9 *Game Girl Workshop*, Danimarca | 78
- 2.1.10 *Genrimages*, Francia | 80
- 2.1.11 *Draw the line*, Canada | 82
- 2.1.12 *Gender in de blender*, Belgio | 83
- 2.1.13 *Virtual stories*, Svizzera | 86
- 2.1.14 *Progettare la Parità in Lombardia*, Italia | 88
- 2.1.15 *The Representation Project: Rewrite the story*, Usa | 89

3. Il progetto W.Re.media.toolkit

- 3.1 Quadro generale di riferimento | 93
- 3.2 Temi rilevanti per la ricerca | 99
- 3.3 Obiettivi | 107
- 3.4 Naming e senso del progetto | 110
- 3.5 I dispositivi progettati | 113
- 3.6 La sperimentazione in aula | 130
- 3.7 Conclusioni relative al progetto | 134

Bibliografia | 146

Prefazione

Una duplice sensibilità. Design e educazione alle culture di genere

di Giovanni Baule

Come questo volume testimonia, l'area della comunicazione si confronta con uno dei suoi lati più esposti, quello che investe il tema delle culture di genere: lì dove più evidente è lo sfruttamento delle immagini-corpo, dove più facilmente si perpetuano stereotipi legati a ruoli e comportamenti, dove, anche in modo sottile, transitano messaggi che mettono in questione l'intero profilo di una civiltà. Proprio per questo la comunicazione è chiamata direttamente ad intervenire su questo terreno. In particolare il design della comunicazione – che progetta comunicazione, che elabora culture del comunicare – inizia a praticare apertamente l'area delle culture di genere e, dopo una fase di analisi critica e di denunce condivise, ricerca a fondo, con tutta la propria specificità e con una consapevolezza interdisciplinare, modi del

progetto in grado di rimediare alle distorsioni in atto. Le culture di genere, a loro volta, si mostrano come un terreno critico e uno dei più avanzati terreni di sperimentazione dove le pratiche stesse del fare comunicazione possono intervenire per sanare le lacerazioni del tessuto comunicativo. Questa è una prima forma di sensibilità che in termini autoriflessivi, ma sempre più performativi, il design della comunicazione mette ora in gioco.

Contemporaneamente si apre un campo particolare, di centrale importanza: quello della formazione; un campo che il design della comunicazione già conosce e dove può lavorare con tutte le tecniche e i riferimenti di cui dispone, per proporre strumenti che consentano di leggere, smontare, disarticolare quegli stessi messaggi che quotidianamente vengono immessi nel circuito comunicativo e che toccano le rappresentazioni di genere con una intensità inedita e imprevedibili ricadute. Si inizia così ad attivare programmaticamente una sorta di contropiede comunicativo, un costante controcanto in grado di contenere una deriva distorsiva e di contrastare l'espandersi di modelli manipolativi.

Un design della comunicazione, dunque, sensibile alle culture di genere e a un'educazione critica ai modelli comunicativi: ma la costruzione e la sperimentazione di strumenti per la didattica implicano, in questo campo particolare, un altro livello di sensibilità. Perché l'a-

rea degli studi di genere investe non solo una questione d'ordine socio-politico, ma il profondo delle relazioni tra individui e gli individui stessi: nel nostro caso, i profili individuali e le scelte, gli orientamenti, la sfera privata di soggetti in formazione, che, come tali, su identità e differenza si interrogano di continuo. Se il sociale tende a radicalizzare – perché così è, di necessità, nei conflitti emancipativi e nelle istanze paritarie –, se la sedimentazione storica dei punti di vista e delle costruzioni consolidate del pensiero critico hanno un senso in quanto tappe vive di una società in cammino, il piano della formazione degli sguardi e delle consapevolezze individuali va oltre quei terreni del confronto/scontro: facendoli propri, deve saper tradurre e declinare.

Etica delle immagini, etica della comunicazione, etica del genere, etica dell'educazione: non implicano punti di vista impositivi ma percorsi di condivisione e strumenti critici, che, accompagnati da una critica degli strumenti, vanno continuamente messi a fuoco, ridiscussi, rivisti. Compongono, nel loro insieme, una linea sottile, talvolta sottilissima, che, legando campi etici diversi, si scontra paradossalmente con la grossolanità delle immagini di deformazione, con il loro impatto immediato, la loro penetrazione facile e veloce. Eppure rappresentano l'unica strada che può essere percorsa, una pratica, interstiziale per sua natura, che deve sapersi incuneare tra

una tessera e l'altra di un mosaico fortemente strutturato e di grande effetto, un lavoro di dettagli e di cesello. Formare nella direzione di nuove visioni non imposte significa fornire strumenti e non soluzioni: accompagnare su percorsi e non per destinazioni, dotare di alfabeti – per la scrittura e la lettura anche “visiva” – e non di frasi fatte o costrutti dogmatici. Il conformismo proprio della visione dei media e del loro portato stereotipato non può essere contraddetto da un conformismo formativo dotato di soluzioni preconfezionate, ma da strumenti capaci di attivare l'intelligenza critica, piccoli motori di una fabbrica dell'intelligenza.¹

Il progetto di strumenti per la sperimentazione di momenti di formazione alle sensibilità di genere parte da consapevolezze ormai acquisite, da studi consolidati e da urgenze riconosciute, supportate dalle innumerevoli raccomandazioni ribadite dagli organismi internazionali. Ma sposta il piano degli obiettivi sui metodi e sulle pratiche formative: una messa alla prova, suscettibile di verifiche continue e di sviluppi che va oltre il piano di confronto sui principi.

La teoria dell'esperienza che Dewey aveva messo al cen-

1. E. De Conciliis, “La fabbrica dell'intelligenza”, in *Che cosa significa insegnare*, Napoli, Edizioni Cronopio, 2014.

tro del suo discorso sull'educazione,² il “nesso organico fra educazione e esperienza personale”, ha storicamente fissato l'esperienza come mezzo e fine dell'educazione con tutte le conseguenti ricadute sulla pratica educativa: compresi gli strumenti di cui questa pratica si deve dotare, veri e propri strumenti d'esperienza.

Lavorare sugli strumenti, mai definitivi, progettati e di continuo riprogettabili, è uno dei compiti del design. Gli strumenti per la formazione sono parte del design e ne rappresentano una missione imprescindibile.

Il mondo dei media è sicuramente l'interfaccia dura, dove si moltiplicano e si diffondono quelle visioni stereotipizzanti che producono guasti diffusi. Forzando la cornice di riferimento di Dewey, almeno per quanto riguarda il piano delle culture di genere (ma, verrebbe da dire, non solo), “formazione tradizionale” risulterebbe quella impartita in massima parte dai mezzi di comunicazione di massa, per il manifesto conformismo dei contenuti, per i modelli culturali imposti; mentre il compito dell'“educazione progressiva” andrebbe a carico di un intervento “dolce” e di strumenti “dolci” fatti di decodifiche, smontaggi e riscritture.

2. J. Dewey, “Bisogno di una teoria dell'esperienza”, in *Esperienza e educazione* (1938), Milano, Raffaello Cortina, 2014, p. 11.

Come tali li riconoscerebbe lo stesso Serres,³ per il quale:

Dolcezza non significa soltanto tenerezza, mansuetudine e pace, ma definisce anche un insieme di saperi, di tecnologie e di pratiche – quelle, precisamente, dell'intervento e dell'accesso – la cui importanza prende velocemente il sopravvento sulle tecniche dure che utilizziamo [...]. Dolci, le tre rivoluzioni della scrittura, della stampa e del computer hanno sconvolto la storia, le condotte, le istituzioni e il potere nelle nostre società, in modo molto più fondamentale dei mutamenti duri, [...] colpi di martello su un bulino, fusione dell'acciaio, motori, bombe nucleari. Dolce si dice degli atti della scala informazionale: tracce, marche, segni, codici e il loro significato...

Nell'approntare dispositivi destinati alla scena educativa si sa di dover entrare in punta di piedi nel processo educativo in quanto processo plurale e complesso; in una dimensione dialogica. Si pensi, a ragione, come in una società multiculturale ogni percorso su questo terreno vada di continuo misurato con altre sensibilità, con i portatori di altre culture e di diverse visioni che alimentano di necessità ulteriori sensibilità traduttive. E ancora: le esperienze didattiche supportate da questi dispositivi strumentali presuppongono il lavoro in comune di giovanissimi uomini e donne in formazione su temi un

3. M. Serres, *Tempo di crisi*, Torino, Bollati Boringhieri, 2010, p. 85.

tempo divisivi: non è da sottovalutare anche questa forte e delicata novità.

Sensibilità per i temi di genere e sensibilità per la questione formativa si intrecciano e viaggiano dunque in parallelo dentro una cultura del design critico. Se quello della formazione si mostra a tutti gli effetti un lavoro di frontiera⁴, quella dell'impatto con i modelli culturali veicolati dai media è la frontiera più avanzata. È un avamposto che, con strumenti idonei, segna un nuovo orizzonte di resistenza e di conquiste.

4. M. Recalcati, "Allucinazione e sublimazione", in *L'ora di lezione*, Torino, Einaudi, 2014, p.70.

*La chiave di ogni uomo è il suo pensiero.
Benché egli possa apparire saldo e autonomo,
ha un criterio cui obbedisce, che è l'idea
in base alla quale classifica tutte le cose.
Può essere cambiato solo mostrandogli
una nuova idea che sovrasti la sua.*

Ralph Waldo Emerson

Note introduttive

Questo libro costituisce la sintesi di un lavoro di ricerca che vede coinvolti più ambiti: il design della comunicazione, l'ambito degli studi di genere (più in particolare la didattica in una prospettiva di genere), le riflessioni che hanno per oggetto una dimensione etica della comunicazione multimediale.

Questioni centrali sono la rappresentazione stereotipata della donna attraverso i media, le metodologie e gli strumenti per un'educazione gender-sensitive.

Oggi non solo siamo circondati da forme di rappresentazione cristallizzate o degradanti del rapporto tra i sessi, ma, in ambito educativo, la riflessione su questi temi è marginale, o del tutto assente.

Come sottolinea il recente report a cura della Commissione per l'uguaglianza di genere (GEC) relativo al rapporto tra i media e le immagini delle donne (Amsterdam 2013), è fondamentale agire in ambito educativo attraverso percorsi di sensibilizzazione delle giovani generazioni circa la natura restrittiva degli stereotipi, dei compor-

tamenti sessisti e ogni forma di ingiustizia che colpisce tutti i settori della società.

Sono urgenti ‘rimedi e azioni’ su questi temi, secondo prospettive e contributi differenti tra loro: quello legislativo, quello teorico della riflessione critica, quello progettuale, in cui il design della comunicazione può svolgere il suo ruolo trasformativo e facilitatore.

Secondo una prospettiva endodisciplinare e attraverso l’attività pratica e creativa, il design della comunicazione può esprimersi attraverso azioni concrete di sensibilizzazione critica dei promotori e/o consumatori di artefatti comunicativi e attraverso la realizzazione di strumenti educativi destinati al mondo della formazione. Qui entrano in gioco le sue specificità che riguardano gli elementi percettivi, i linguaggi, i formati e le strutture comunicative, le norme di raffigurazione, i codici, le strategie manipolatorie, i media di riferimento.

Di fronte al processo di costruzione mediatica, massificazione consumistica, e spettacolarizzazione della realtà, il design della comunicazione si può esprimere in un progetto etico di ‘rimedi-azione’ da intendersi qui nel suo significato più profondo di porre rimedio, mettere a posto, correggere, aiutare a comprendere, rivedere, rileggere, o anche mediare le operazioni di discernimento e selezione dei contenuti da parte degli utenti della comunicazione.