



Università degli Studi Messina
a.a. 2018-2019

ciclo di seminari **Violenza di genere: conoscerla, prevenirla, riconoscerla, contrastarla**

1° incontro del modulo “conoscere”

“Genere”, stereotipi e violenza sulle donne

In sociologia si distingue tra **SESSO e GENERE**

Il **sesso** è determinato dalle specificità biologiche e fisiche che all'interno della stessa specie contraddistinguono soggetti diversamente preposti alla funzione riproduttiva (livelli ormonali, organi sessuali interni ed esterni, ecc.).

Attenzione in realtà studi scientifici dimostrano che il sesso non è una variabile dicotomica (UOMO o DONNA), ma una variabile continua con una pluralità di stadi tra M e F

Per genere si intende il processo di costruzione sociale delle differenze biologiche (sesso).

Il genere si riferisce alla definizione, rappresentazione e incentivazione di appropriati comportamenti per uomini e donne.

Il g. è un elemento costitutivo delle relazioni sociali fondate su una **cosciente e rimarcata differenza** tra i sessi

Il g. è un **fattore primario del manifestarsi dei rapporti di potere**

Il genere si costruisce e si riafferma lungo tutto il corso della vita

Simone de Beauvoir diceva: «Donne non si nasce, lo si diventa»

GENERE, DIFFERENZE DI GENERE

Il genere non riflette differenze biologiche legate all'appartenenza sessuale degli individui: Il maschile e il femminile non sono «attributi naturali», fissi e predeterminati, al contrario sono costantemente in divenire, vengono attivati e costruiti proprio a partire dalle «differenze» di genere, vere o presunte....

Il genere è cioè **socialmente appreso, socialmente riprodotto, espressione di una data cultura e di una dato periodo storico...**

Ciò che una data società definisce come «essere donna», comportamenti e ruoli sociali «attesi», rispetto cioè ai quali ci si attende che ci si uniformi, non sono sempre gli stessi - Non esistono valori naturali e universali, al contrario questi cambiamo di volta in volta....

Le norme di genere hanno l'effetto di naturalizzare differenze, socialmente e culturalmente prodotte, legandole alle differenze dei corpi: nelle pratiche quotidiane, non importa cosa effettivamente fanno gli uomini e le donne, e nemmeno se si tratta delle stesse attività. Si tende a sottolineare che quanto essi fanno è «percepito» come differente (**ordine di genere**), mettendo in secondo piano ciò che accomuna le esperienze di uomini e donne: **maschile e femminile vengono presentati come opposti e complementari.**

GENERE, DIFFERENZE e RAPPORTI DI POTERE

Il genere agisce così:

- creando e legittimando posizioni sociali differenti (che producono disuguaglianza);
- creando categorie sociali che influenzano i processi di percezione sociale (contribuendo alla formazione di stereotipi)
- Creando le condizioni culturali entro le quali si costruiscono i processi di socializzazione e di definizione delle identità degli individui

È un'operazione di «distinzione» che passa per relazioni di potere, come sottolineava già J. Scott: le differenze di genere hanno storicamente prodotto una gerarchia tra gli status di uomo e donna: con la subordinazione femminile e il dominio maschile (Bourdieu) che si esprime in un sistema di disuguaglianze che si perpetua anche nella società attuale e che svantaggia le donne nell'accesso al mercato del lavoro, nei livelli salariali, nell'opportunità di utilizzo del tempo libero....

SESSISMO....

Sessismo = tendenza a discriminare un sesso (prev. quello femminile) rispetto a quello maschile. Discriminazione in vari ambiti della vita sociale e professionale

Non equivale al discorso sui rapporti sessuali tra le donne e gli uomini:
Sessismo è sinonimo di discriminazione di genere, di ridicolizzazione di genere, di svalutazione di genere, di mercificazione (sfruttamento di pulsioni oggettivanti che mettono la figura della donna al centro di un triste calcolo di vendite e di mercato).

L'oggettivazione sessuale si verifica quando delle parti fisiche o delle funzioni di una donna sono separate dalla sua persona, ridotte allo stato di mero strumento, guardate come se fossero capaci di rappresentarla!

Esempi di pubblicità sessiste che mercificano il corpo

Non vi prendiamo per il
chissacché.

Internet e chiamate illimitate
da casa verso oltre 50 Paesi

€ **19,90** IVA inclusa



elezioni amministrative
del 5 giugno
scheda azzurra per il
comune scrivi
turrini

LA FOTO È SERVITA PER
ATTIRARE LA TUA
ATTENZIONE,
ALTRIMENTI NON
L'AVRESTI MAI LETTO.



Mozzarelle Zappalà.



Le cose belle dell'estate.



Non le meraviglie come delle volte.
Sole. Mare. Musica. L'abbronzatura
giusta. Il mare insieme a di questi suoi
fatti in un'occasione bella.

È il momento ideale per il che legge e
anche, magari da proporre a partire in modo.

In occasione in famiglia o in compagnia, in
gruppo o in solitario, ad iniziare, solo i pareri a
giudicare.

È il momento ideale della Mozzarella
Zappalà. Della loro. Perché sono
irresistibili, gradevoli anche all'occhio.

*Zappalà, marchio di prodotti suoi e affidabili.

Questo marchio è garantito, scelto come in
profondità intorno alle loro di parte storica
marzo, con un risultato a un punto di origine.

Ma questo non significa che non si possa
più e anche fare gli occhi di bene.



851

PUBBLIROMA

CONTRIBUIAMO A TENERE L'ITALIA UNITA
TUTTI I GIORNI

TTT Lines.it
COMPAGNIA DI NAVIGAZIONE

NAPOLI - CATANIA VV.



varie forme di **SESSISMO**....

- C'è un *sessismo* **ostile**, basato sulla credenza che sia giusto che gli uomini abbiano più potere delle donne e sul timore che le donne possano usurpare il loro posto;
- Ma c'è un *sessismo* **benevolo**, molto più sottile, basato sulla credenza che gli uomini abbiano il compito di proteggere le donne e debbano limitarne la libertà con la scusa di provvedere al loro benessere (quest'ultimo tipo è spesso accettato dalle donne stesse, che anzi ne sono lusingate).

Le credenze ostili sono spesso rivolte a donne che mettono in discussione la superiorità maschile, quelle benevole a donne che occupano invece ruoli tradizionali di genere.

*IL SESSISMO RIFLETTE GLI **STEREOTIPI DI GENERE** DIFFUSI IN UNA DATA SOCIETA'..... prima di spiegare cosa sono gli stereotipi di genere dobbiamo introdurre il concetto di stereotipo*

COSA SONO GLI STEREOTIPI (I)

Uno STEREOTIPO è un «insieme coerente e abbastanza rigido di credenze che un certo gruppo condivide rispetto ad un altro gruppo o categoria sociale».

Gli Stereotipi sono: semplificazioni della realtà, basate su alti livelli di generalizzazione, generalmente rigidi e più o meno condivisi nella società.

**Gli stereotipi sono COSTRUZIONI SOCIALI! Non rispecchiano la realtà!
Tuttavia non è così facile accorgersi di utilizzare stereotipi!
Essi sono parte del «senso comune», della «cultura» che si è «appresa»
tramite i processi di socializzazione e che viene «data-per-scontata»
quando sul piano cognitivo i soggetti interpretano la realtà sociale.
Per questo molti stereotipi rispecchiano anche «credenze» di una
specifica società e dipendono da specifiche condizioni storico-sociali**

COSA SONO GLI STEREOTIPI (II)

In quanto credenze legittimanti e legittimate contribuiscono al mantenimento dell'ordine sociale (funzione di integrazione); tuttavia nel fare ciò sanciscono differenze di potere tra i gruppi sociali e influenzano le «aspettative» sui comportamenti dei gruppi sociali, generando anche in chi subisce gli stereotipi una tendenza a «conformarsi» a queste aspettative (1° forma di violenza implicita), producendo la cosiddetta «profezia che si autoadempie» (secondo il famoso teorema di Thomas per cui: «Se le persone definiscono certe situazioni come reali, esse sono reali nelle loro conseguenze»).

STEREOTIPI



PREGIUDIZI

Gli stereotipi producono pregiudizi, ovvero giudizi NON basati sull'esperienza o su DATI EMPIRICI, che portano a considerare senza alcuna giustificazione in modo sfavorevole persone che appartengono a un determinato gruppo sociale, orientando anche il comportamento, l'azione nei loro confronti.

GLI STEREOTIPI DI GENERE (i)

Gli stereotipi di genere sono rappresentazioni o immagini comuni e semplificate della realtà che, in ogni cultura attribuiscono determinate caratteristiche alle donne, agli uomini e ai rapporti tra loro.

Ad esempio frasi di questo tipo esprimono stereotipi di genere:

- *Le donne sono emotive, gli uomini sono razionali*
- *Le donne sono più portate per i lavori casalinghi, gli uomini per il fai-da-te*
- *Le donne amano l'arte e la letteratura, gli uomini la scienza e la matematica*
- *Le bambine sono più calme, i bambini più movimentati*
- *Le donne aspirano all'amore, gli uomini alla carriera*
- *È innato per le donne voler essere mamme*

Per loro natura gli stereotipi di genere hanno un doppio carattere: definiscono ciò che sono le persone, ma anche **come dovrebbero essere**, creando aspettative differenti per i comportamenti maschili e femminili

Per questo gli stereotipi hanno una funzione normativa, prefigurando un certo tipo di comportamento come più desiderabile per un genere anziché per un altro

Per questo gli stereotipi ostacolano il cambiamento

GLI STEREOTIPI DI GENERE (ii)

- Contribuiscono a biologizzare le differenze di genere
- Accentuano le differenze tra maschile e femminile
- Minimizzano le differenze intracategoriali (tra le donne, tra gli uomini)
- Negano legittimità alle costruzioni identitarie che si propongono come alternative (es. le identità omolesuali, transgender)
- Contribuiscono a mantenere lo status quo

SECONDO GLI STEREOTIPI...

Le donne sono:

*deboli comprensive
tranquille riconoscenti*

*affettuose invidiose
permalose maliziose*

*vendicatrici vanitose
romantiche ricettive*

*vulnerabili fragili
emozionali fedeli sexy*

*irrealistiche sognatrici
insicure belle*

Gli uomini sono:

*aggressivi impazienti
attivi insensibili*

*leali competitivi guerrieri
sicuri di sè*

*forti concreti razionali
realistici pratici*

*duri violenti infedeli furbi
intelligenti*

*affascinanti impavidi
avventurosi orgogliosi*

Ma in realtà una PERSONA può essere in tanti modi...

Aggettivi associati a:

Uomini

Affermativo	Disordinato	Indipendente
Aggressivo	Dominante	Logico
Ambizioso	Elegante	Maschio
Autocratico	Difficile	Crudele
Avventuroso	Energetico	Razionale
Rumoroso	Giocosso	Realistico
Rischioso	Intraprendente	Rigoroso
Fiducioso	Grossolano	Robusto
Costante	Forte	Appassionante
Coraggioso		

Donne

Amorevole	Fresca	Piagnucolona
Attenta	Umile	Interessata
Attrante	Emotiva	Prudente
Capricciosa	Eccitabile	Sognatrice
Affascinante	Bassa	Sentimentale
Incantatore	Donne	Delicata
Compiaciuto	Frivola	Sofisticata
Delicata	Nervosa	Loquace
Dipendente	Perseverante	Capricciosa

Tratto da: Williams & Bennett, 1975

LA RIPRODUZIONE DEGLI STEREOTIPI NELLA SOCIALIZZAZIONE PRIMARIA

La socializzazione primaria è la trasmissione dei modelli culturali della società ed avviene durante l'infanzia. In questa fase un principale agente di socializzazione sono gli adulti, in particolare le figure genitoriali.

I genitori trasmettono ai figli vari messaggi, spesso inconsapevoli:

- molto precoci (preverbali)
- più tardivi (verbali)
- veicolati anche dai comportamenti genitoriali
- che riproducono ciò che le persone adulte hanno a loro volta sentito dai loro genitori

Attraverso questi messaggi il bambino si crea un'idea di se stesso, degli altri e del mondo.

LA RIPRODUZIONE DEGLI STEREOTIPI NELLA SOCIALIZZAZIONE

Schaffer, 1996, ha individuato ben 5 ambiti di socializzazione in cui gli adulti assumono comportamenti diversi per «maschi» e «femmine»:

1. Nella scelte dei giocattoli: *si definiscono giocattoli da «maschio» (il pallone, le auto, i videogiochi) e da «femmina» (bambole, trucchi, cose per la casa); quando le bambine giocano a un gioco da «maschi» viene femminilizzato con linee dedicate (vedi costruzioni, puzzle...)*
2. Nell'ambito delle emozioni:
3. Negli stili di gioco
4. Nell'aggressività
5. Nell'assegnazione di compiti

I bambini interiorizzano così gli stereotipi di genere che riproducono come mostra la ricerca di Bischof-Kohler, 2006)

Stereotipi di genere dei bambini

(Bischof-Köhler, 2006)

	delle femmine	dei maschi
femmine dicono	baciano non litigano sono carine	non piangono mai Sono maleducati si arrampicano sugli alberi
maschi dicono	dicono che non li lasciamo giocare con noi si offendono spesso piangono ogni tanto	fanno piangere gli altri giocano con le macchinine sono chiassosi
maschi e femmine dicono	parlano tanto puliscono e cucinano dicono che hanno bisogno di aiuto giocano con le bambole	giocano con le macchinine aiutano il papà dicono che ti picchiano

Esempi di giocattoli con connotazioni di genere/sessisti



La Discriminazione Non é Un Gioco



Per il bambino: azzurro, giallo, verde, pianeti, alieni, robot (esplorazione), cane; per la bambina: rosa, viola, cuori, fiori, dolci (dolcezza), cagnolino (anche l'immagine dei due cani esprime uno stereotipo)



Le bambine puliscono, cucinano, si fanno belle...

Giocattoli bambina

Apri gli occhi!

TRUSSARDI MUSICALE €19,90

TAVOLO VANITY CON SGABELLO €29,90

LAVATRICE €12,90

LA MIA ASPIRAPOLVERE €14,90

CARRELLI PULIZIE CON ASPIRAPOLVERE €29,90

CUCINA HELLO KITTY altezza 80 cm - attrezzata con un ampio piano di lavoro apribile in 2 parti con più di 20 accessori €34,90

IN ESCLUSIVA

SET CUCINA + CARRELLINO MUCCA BARBIE inclusi 26 pezzi, rullino in legno, siringa funzionante €39,90

CUCINA DI BARBIE NUOVA VERSIONE altezza 105 cm €49,90

CUCINA MININE €39,90

PASSEGGINO GEMELLARE CON 2 BAMBOLE €19,90

DENVER SET DELUXE 7 IN 1 completo da 7 bambola - carrozzina che si apre in 2 parti - mis. 68x53x38 cm €10,90

CARROZZINA/PASSEGGINO TRIO €10,90

LA CUCINA DOLCE PARTY €89,90

Very Bella

Colora il tuo look!

6+

COSMETICI SICURI

Tutti i cosmetici sono lavabili con acqua

Set con glitter

Penne e timbrini

Scegli il colore... e segui la tua fantasia!

Tattoo 4 wow!





**Esempi di
abbigliamento
che
esprimono
differenze di
genere....**



Il messaggio sul
pigiama è adattato
alle aspettative di
ruolo...

LA RIPRODUZIONE DEGLI STEREOTIPI DI GENERE: IL RUOLO DELLA SCUOLA (i)



Stereotipi di genere nei libri scolastici

IL VERBO

1 Cancelli il verbo che NON è adatto.

• La mamma	cucina.	stira.	tramonta.
• Il sole	illumina.	gela.	sorge.
• Il cavallo	canta.	corre.	nitrisce.
• L'acqua	scorre.	lava.	dorme.
• Lo scoiattolo	vola.	salta.	rosicchia.
• Il papà	lavora.	legge.	gracida.

PENSATE SIA UN CASO ISOLATO?
provate a sfogliare qualche altro libro...

LA RIPRODUZIONE DEGLI STEREOTIPI DI GENERE: IL RUOLO DELLA SCUOLA (ii)



Stereotipi di genere nei libri scolastici

UOMINI LIBERI DALLA VIOLENZA



Quante zie conoscete che fanno maglioni per tutta la famiglia?

Stereotipi di genere nel Mercato del lavoro (I)

Il MdL è uno degli ambiti dove maggiormente agiscono stereotipi di genere.

Se negli anni 50 prevaleva l'immaginario della donna «casalinga» che portava le donne a ritirarsi dal MdL per fare spazio agli uomini, soprattutto in contesti come quello meridionale, dove vi era una penuria di posti di lavoro.....

CASALINGHITA' FORZATA

DONNA RELEGATA IN CASA A BADARE ALLA FAMIGLIA (MODELLO DI WELFARE FAMILISTICO..... Curva A L ROVESCATA nella partecipazione al MdL.

Dagli anni 70 in poi, con la crescita dei livelli di scolarizzazione delle donne, l'affermarsi dei processi di secolarizzazione e lo spostamento verso un'economia sempre più terziarizzata, le donne hanno iniziato a presentarsi di più sul MdL

Stereotipi di genere nel Mercato del lavoro (II)

La richiesta di lavoro femminile è cresciuta in tutte quelle attività e lavori che «necessiterebbero» di «doti» femminile legate al «prendersi cura» degli altri in senso più ampio, secondo degli **stereotipi di genere**:

- la donna «gentile» che sa stabilire relazioni personali con il cliente o con altri lavoratori, ha pazienza e adattabilità .
- stereotipi che guidano anche le scelte educative (vedi i giocattoli!).
- Il rovescio della medaglia: **le donne si concentrano in occupazioni ove sono dominanti e sono escluse da quelli a predominio maschile.**
- Due tipi di **segregazione occupazionale**:
 - **orizzontale**: donne segregate in specifici settori
 - **verticale**: donne segregate in specifici ruoli, con difficoltà di accesso a profili direzionali o dirigenziali («tetto» di cristallo)

PROBLEMA DELLE DISCRIMINAZIONI DI GENERE SUL LAVORO!!!!!!

SEGREGAZIONE ORIZZONTALE

La segregazione orizzontale: concentrazione in specifici settori, senza connotazione valutativa, ma negativa per la libertà di scelta;

Si misura con l'indice di dissomiglianza: proporzione di donne che dovrebbero cambiare settore per avere un'eguale distribuzione.

N.B. «Coda per i posti buoni»: le donne entrano nei posti considerati «maschili» quando diventano meno attraenti

La crescita dell'occupazione femminile in Europa ha seguito il paradosso più occupazione, più segregazione: ↑ l'ingresso delle donne sul MdL, ↑ era segregazione orizzontale (minore nelle aree meridionali); oggi in seguito alla crisi, lo scenario cambia, perché la crisi ha colpito più l'occupazione maschile; per la prima volta la segregazione aumenta di più nei paesi a più bassa occupazione femminile (Sud Europa).

ITALIA presenta uno dei livelli più alti di segregazione orizzontale e si caratterizza tutt'ora per una forte CARATTERIZZAZIONE DI GENERE DELLE OCCUPAZIONI!

SEGREGAZIONE VERTICALE

Riguarda la difficoltà delle donne a raggiungere a fare avanzamenti di carriera e passare a occupazioni con un livello di qualificazione e prestigio più elevato;

Nel modello europeo:

- le donne **sovra-rappresentate** tra impiegati esecutivi, addetti a vendite e servizi, occupazioni elementari;
- **sotto-rappresentate** tra mansioni operaie e professioni dirigenziali

Il modello italiano differisce leggermente da quello europeo; nel ***modello italiano***

- le donne sono sovra-rappresentate anche nelle professioni intellettuali;
 - meno sovra-rappresentate nel lavoro non manuale esecutivo;
 - meno sotto-rappresentate nel lavoro operaio;
- prevalgono le ***avanguardie istruite*** e con un forte orientamento al lavoro.

Il «soffitto di cristallo»

Sempre più spesso le donne entrano nell'occupazione in modo paritario, grazie soprattutto a processi di selezione formalizzati;

Tuttavia, poi fanno meno carriera e **soprattutto NON RIESCONO A RAGGIUNGERE POSIZIONI DIRIGENZIALI/MANAGERIALI** (non riescono a rompere il cosiddetto tetto di cristallo), per diversi motivi:

- minore disponibilità ad alti investimenti di tempo e a mobilità geografica;
- perché escluse dalle reti informali (*old boy networks*);
- Perché vittime di stereotipi di genere che configurano vere e proprie **DISCRIMINAZIONI DI GENERE!** (es. non adatte al comando, concentrate più sulla famiglia e sulla maternità)

N.B. Anche l'idea che la donna in carriera si «mascolinizzi», rinunciando ai figli o assumendo comportamenti «maschili» è in realtà uno stereotipo di genere!

I differenziali retributivi di genere (GENDER PAY GAP)

Una ulteriore discriminazione di genere è il **GENDER PAY GAP** (GPG), ovvero i differenziali retributivi tra uomini e donne per una stessa posizione lavorativa.

Il GPG è maggiormente visibile nei mercati del lavoro fortemente deregolati, come quello statunitense, ed in generale nel settore privato, dove i salari hanno minori vincoli legislativi!

Nel caso italiano sembrerebbe che il GPG sia basso. In realtà questo non è vero! Sono le caratteristiche del mercato del lavoro italiano che coprono il GPG, in particolare:

- bassa occupazione femminile → relativamente poche le occupate poco istruite e quindi poco retribuite;
- Elevata presenza di occupazione nel settore pubblico

Controllando per le caratteristiche dell'occupazione, distinguendo tra settore privato e pubblico, **il gender pay gap italiano appare molto alto e va attribuito a discriminazione**

LA RIPRODUZIONE DEGLI STEREOTIPI DI GENERE: IL RUOLO DEI MEDIA

Dalla pubblicità su strada a quella in tv,

le donne oggi si trovano intrappolate in due stereotipi:

➤ **casalinga** e madre felice di pulire la casa e di accudire figli e marito (immagine tradizionale dei ruoli di genere)

oppure

➤ corpo giovane, bello e soprattutto disponibile (femminilità vista solo ed esclusivamente con sguardo maschile, richiamo erotico).

La frequenza e la ripetitività di questi soli due modelli fa dell'Italia un caso di studio!

La pubblicità e i media non creano più nulla, ripetono un cliché, sempre più nevrotizzato.

La donna del terzo millennio ha il seno rifatto, è più svestita e più esplicita, è solo un richiamo erotico, un oggetto, un corpo anonimo da possedere.

Inoltre: ipersessualizzazione delle bambine..... Educate a fare le «veline»

....Casalinga, amorevole, materna,
premurosa, attenta, stupida,
sottomessa...



show her
it's a man's world

Van Heusen
man's world
ties

For men only! . . . brand new man-talking, power-packed patterns that tell her it's a man's world . . . and make her so happy it is. And man! . . . how that Van Heusen seamanship makes the fine fabrics hold their shape. And for Christmas . . . here's the Christmas tie that is *really* different. **\$2.00**

Other Van Heusen ties from \$1.00 to \$2.50

Phillips-Van Heusen Corp., N. Y. J., N. Y., Makers of Van Heusen Shirts • Sport Shirts • Ties • Pajamas • Handkerchiefs • Collars.

...e sono abbracci!

TRIPPA SIMMENTHAL: si gusta di gran voglia, perché è a lunghi tranci. Tanta magra, appetitosa, saporita. In un bell'uglietto di porcellana. Provabile con una generosa dose di formaggio.



TRIPPA
400 gr. in un
uglietto di porcellana

OFFERTA SPECIALE

confezione da 400 gr. L. 280 anziché L. 330

Nelle pubblicità del passato



Nelle pubblicità del passato



Ed in quelle attuali

Da madre in
figlia si educa
a come fare le
casalinghe...





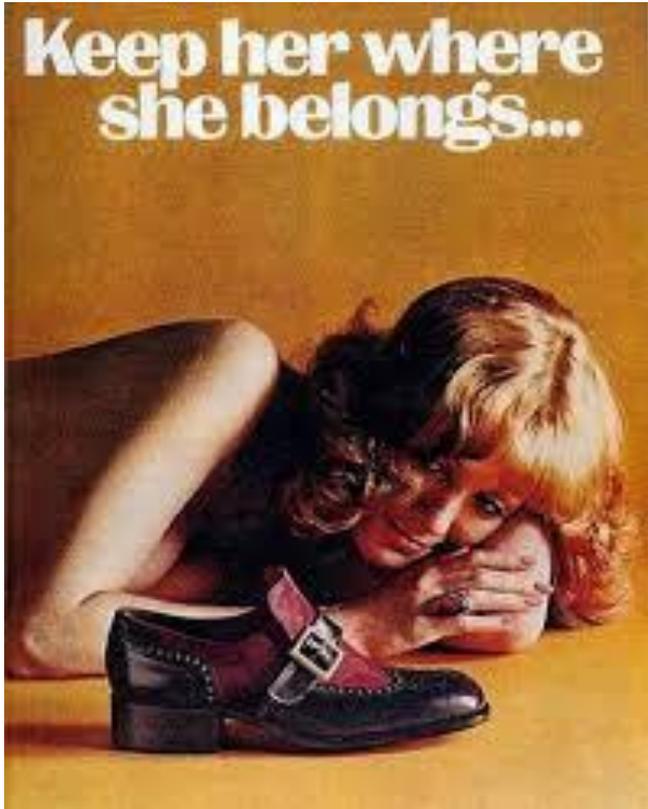
Ed in quelle attuali

In cucina solo
donne e
bambini...

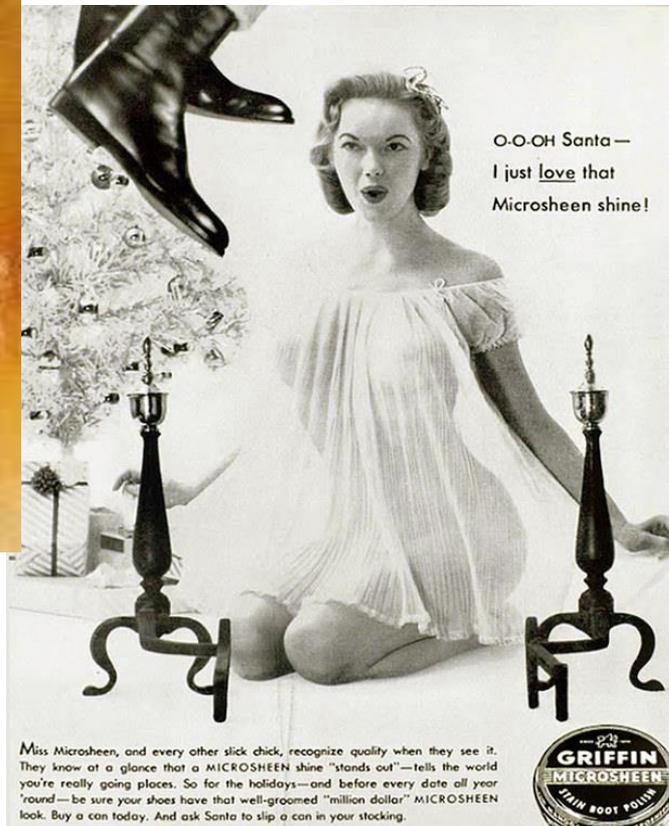
Nella famiglia
felice è la
mamma a
servire a
tavola...



....Femme fatale, sexy, eccitante, ammiccante, sottomessa, disponibile, appropriabile, oggettivata...



Nelle pubblicità del passato





Ed in quelle attuali



Ed in quelle attuali



La parola al piacere.

Fate l'amore con il sapore.



Ed in quelle attuali

Il sessismo, la reiterazione nevrotica della mercificazione del corpo della donna, l'idea che questa possa essere un oggetto «appropriabile», lo stereotipo consolidato che la donna debba essere sottomessa, subalterna, compiacente, sexy contribuiscono a rafforzare una cultura maschilistica e patriarcale in cui la violenza sulle donne trova terreno per prosperare...

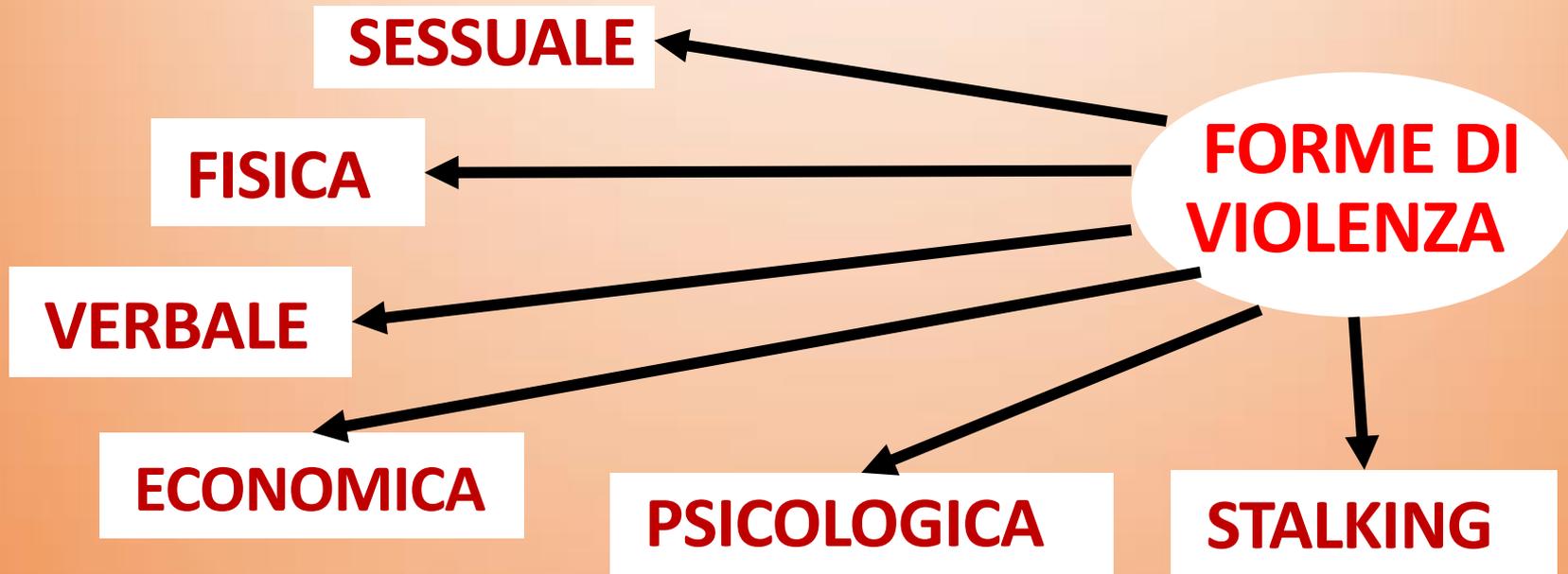
LA VIOLENZA DI GENERE: CHE COS'È

Secondo la definizione ONU art.1, 1993, la violenza sulle donne è «ogni atto di violenza fondato sul genere che comporti o possa comportare per la donna danno o sofferenza fisica, psicologica o sessuale, includendo la minaccia di questi atti, coercizioni o privazioni arbitrarie della libertà, che avvengano nel corso della vita pubblica o privata»

Attenzione: la violenza di genere indica tutte quelle forme di violenza di cui sono vittima un vasto numero di persone discriminate in base al sesso! Spesso si usa l'espressione violenza di genere e violenza sulle donne come sinonimo, perché larga parte di queste violenze investono la popolazione femminile.

LA VIOLENZA DI GENERE: un fenomeno complesso

Le forme di violenza sono di vario tipo e specifiche (fisica, psicologica, sessuale ma anche economica, verbale, stalking....)



- Tutte le forme di violenza provocano un danno!
- La violenza va considerata nella sua complessità! Inoltre più è duratura nel tempo, più è grave!
- La violenza è un fenomeno trasversale, diffuso tra i diversi strati sociali
- Le violenze avvengono spesso in famiglia e/o ad opera di persone conosciute, ma anche sul luogo di lavoro.

TIPI DI VIOLENZA: LA VIOLENZA FISICA

Qualsiasi forma di intimidazione o azione in cui venga esercitato un danno fisico. È violenza non solo quel tipo di aggressione che richiede l'intervento medico ma qualsiasi contatto fisico finalizzato a spaventare e a rendere la vittima soggetta al controllo dell'aggressore.

INDICATORI: le spinte, il tirare i capelli, pizzicare, schiaffeggiare, torcere gli arti, costringere nei movimenti, mettere le mani nel collo, privare di cure mediche, privare del sonno, uccidere

VIOLENZA SESSUALE

Si manifesta attraverso la costrizione con atti, prevaricazioni o minacce a compiere o a subire atti sessuali contro la propria volontà. Per atto sessuale si intende qualsiasi contatto tra due corpi che abbia come finalità il soddisfacimento della libido dell'aggressore.

Tratto da «Campagna di sensibilizzazione contro la Violenza di genere dell'Università di Cagliari»

VIOLENZA PSICOLOGICA

Ogni forma di abuso e mancanza di rispetto che lede l'identità e la stabilità psicologica della vittima. Si manifesta e si pone in essere con il tempo, in maniera talmente invisibile che neppure la vittima si accorge di essere nella trappola del suo persecutore.

INDICATORI: Continue insinuazione rispetto all'incapacità della vittima di essere all'altezza della situazione relazionale, di non essere bella, intelligente, di non essere una buona madre, l'isolamento dalla rete familiare o di amicizie, eccessi di gelosia...

VIOLENZA VERBALE

Ogni forma di violenza che si manifesta oltre che con insulti e minacce, con un linguaggio irrispettoso e denigratorio.

INDICATORI: Insulti verbali, ridicolizzazione, denigrazioni e umiliazioni pubbliche e private.

Tratto da «Campagna di sensibilizzazione contro la Violenza di genere dell'Università di Cagliari»

STALKING

è una forma di persecuzione protratta nel tempo che si manifesta attraverso una serie di comportamenti, atti a fare sentire la vittima continuamente sotto controllo e in un costante stato di pericolo.

INDICATORI: pedinamenti, appostamenti sotto casa, incursioni sul luogo di lavoro, telefonate nel cuore della notte, messaggi continui, persecuzione attraverso i social network.

VIOLENZA ECONOMICA

Qualsiasi forma di controllo o privazione che mina l'indipendenza economica della vittima. Riguarda tutto ciò che direttamente o indirettamente contribuisce a rendere il partner dipendente in quanto privo dei mezzi economici sufficienti a soddisfare i bisogni di sussistenza propri e dei figli.

INDICATORI: Impedire alla vittima di cercare o mantenere un lavoro, di usare il proprio stipendio o controllare ossessivamente come lo spendere, controllare in ogni aspetto la gestione della vita quotidiana e/o non farsi carico degli impegni economici assunti con il matrimonio, oppure informalmente con la convivenza.

Tratto da «Campagna di sensibilizzazione contro la Violenza di genere dell'Università di Cagliari»

LA VIOLENZA SULLE DONNE: DATI PREOCCUPANTI! (I)

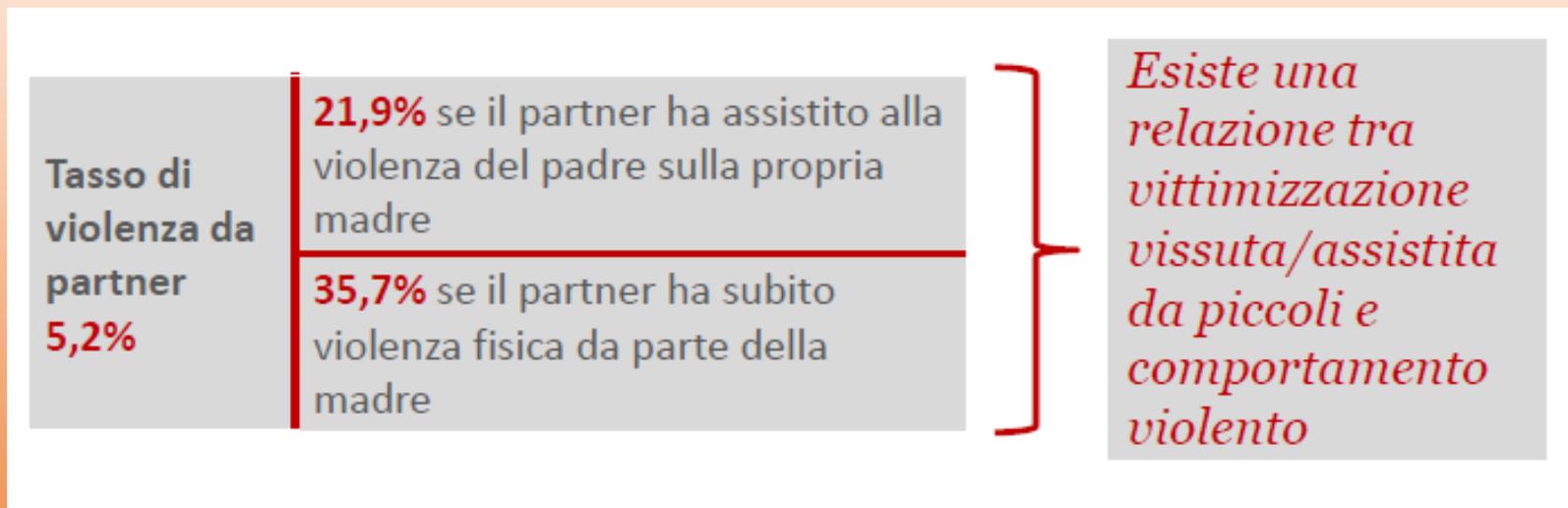
Secondo un'indagine ISTAT del 2016:

- Il 31,5% delle donne tra il 16 e i 70 hanno subito violenza fisica o sessuale nel corso della loro vita, in particolare:
 - il 20,2% ha subito violenza fisica
 - Il 21% ha subito violenza sessuale (tentata o realizzata)
 - Il 5,4% ha subito stupri o tentati stupri
- La violenza è spesso realizzata da un partner o ex partner:
 - Il 13,6% delle donne tra i 16 e 70 anni ha subito violenza da partner attuali o ex (in particolare ben il 18,9% da ex-partner)
 - Partner ed ex-partner sono gli autori di quasi il 60% degli stupri e del 90% dei rapporti sessuali indesiderati, vissuti dalla donna come una violenza
 - Il 68,5% delle donne che avevano un partner violento in passato lo ha lasciato a causa della violenza subita

Dati tratti da: Giorgio Alleva, ISTAT, Donne oltre il silenzio. Riflessione multidisciplinare sul fenomeno della violenza sulle donne, Roma 11 aprile 2018

LA VIOLENZA SULLE DONNE: DATI PREOCCUPANTI! (II) - Indagine ISTAT

- Il 10,6% delle donne dichiara di aver subito una qualche forma di violenza sessuale prima dei 16 anni, in quasi l'80% dei casi da parte di persone conosciute.
- Nel 2014 la % di figli che hanno assistito ad episodi di violenza sulla madre era pari al 65,2%, in aumento rispetto al 2006 (60,3%)
- L'ISTAT OSSERVA:



Fonte: Giorgio Alleva, ISTAT, Donne oltre il silenzio. Riflessione multidisciplinare sul fenomeno della violenza sulle donne, Roma 11 aprile 2018

La VIOLENZA SUL LAVORO secondo I'ISTAT

- L'indagine Istat del 2016 rileva che quasi il 9% (1 milione 403 mila) delle lavoratrici attuali o passate, incluse le donne in cerca di occupazione (di età compresa tra i 15 e i 65 anni) hanno subito molestie fisiche o ricatti sessuali sul posto di lavoro nel corso della loro vita lavorativa
- Il 7,5% (1 milione 173 mila) hanno avuto veri e propri ricatti sessuali che riguardavano richiesta di prestazioni sessuali, di disponibilità sessuale, ricatti sessuali per avanzamento /carriera, il 32% dei ricatti sessuali è ripetuto quotidianamente o più volte a settimana
- Solo 1 donna su 5 ha denunciato. Le motivazioni più frequenti per non denunciare sono la scarsa gravità percepita dell'episodio, bassa fiducia nelle forze dell'ordine, la scelta di rinunciare al lavoro per non accettare il ricatto, l'essersela cavata da sole o con l'aiuto di familiari, la paura di essere giudicate o trattate male durante la denuncia
- Quasi il 70% giudica grave il ricatto subito
- Quasi il 34% ha lasciato il lavoro o rinunciare alla carriera per non aver accettato il ricatto
- Quasi nell'11% dei casi è stata licenziata

CHE COSA SI INTENDE PER FEMMINICIDIO

Il femminicidio è : *«un omicidio di una donna compiuto nell'ambito familiare, ovvero dal partner, da un ex partner, o da un parente»* (UNODC - United Nations Office on Drugs and Crime; ISTAT)

Non è riconosciuto come reato specifico nel codice penale italiano e UE.

Secondo l'ISTAT, nel 2016 su **149** donne vittime di omicidi, **109** omicidi, quasi **3 su 4**, commessi in ambito familiare, per mano di un partner (59), un parente (33), ex-partner (17).

PERCHE' SPESSO E' DIFFICILE DENUNCIARE LE VIOLENZE....

Secondo l'ISTAT nel 2016 il 78% delle donne non ha denunciato gli episodi di violenza cui è stata sottoposta!

Questo avviene per diversi motivi, tra cui:

- Paura, mancanza di sostegno (familiare e istituzionale)
- Autobiasimo (la donna si sente colpevole)
- Tentativo di salvare la relazione e l'unità della famiglia
- Motivi economici (mancanza di un reddito sicuro e di prospettive di poter essere autonoma)

Le donne vittime di violenza hanno difficoltà a parlarne, tuttavia parlare aiuta a rivolgersi alle istituzioni, negli ultimi anni è cresciuta la consapevolezza da parte delle più giovani

Conclusioni

«La diversità dei sessi è un dato di fatto ma essa non predestina ai ruoli e alle funzioni. Non esiste una psicologia femminile e una maschile impermeabili l'una all'altra, né due identità incise nel marmo. Una volta acquisito il senso della propria identità, ogni adulto ne fa ciò che vuole o ciò che può. Mettendo fine all'onnipotenza degli stereotipi sessuali, si è aperta la strada al gioco dei possibili. Ciò non significa, come ha detto qualcuno, l'instaurarsi del regno dell'unisesso.

L'indifferenziazione dei ruoli non significa l'indifferenziazione delle identità. Al contrario è la condizione della loro molteplicità e della nostra libertà»

Badinter E. 2004 La strada degli errori. Il pensiero femminista al bivio, Feltrinelli, Milano