



**ASSOCIATION MONDIALE
DES GUIDES ET DES
ECLAIREUSES**

KIT PER L'INCLUSIONE DI QUESTIONI DI GENERE E DIVERSITÀ



RINGRAZIAMENTI

QUESTO MANUALE È STATO CREATO CON LA COLLABORAZIONE DEI SEGUENTI VOLONTARI DELLA WAGGGS EUROPE:

Milèna Chantraine
Ilaria Esposito
Jean-Mark Guérin
Emma Guthrie
Rok Pisk
Ilmi Salminen
Laure Salamon
Eszter Tóth
Zahra Clarke-Johnney
Niina Johannsson
Annina Kainu
Miriam Madsen
Irin Kappou
Tania Mendes
Emma Withington
Ursula Früh
Agnes Kauer

SPONSOR DEL COMITATO DI PROGETTO

Nina Fleck
Petra Stipanič
Eri Papadopoulou

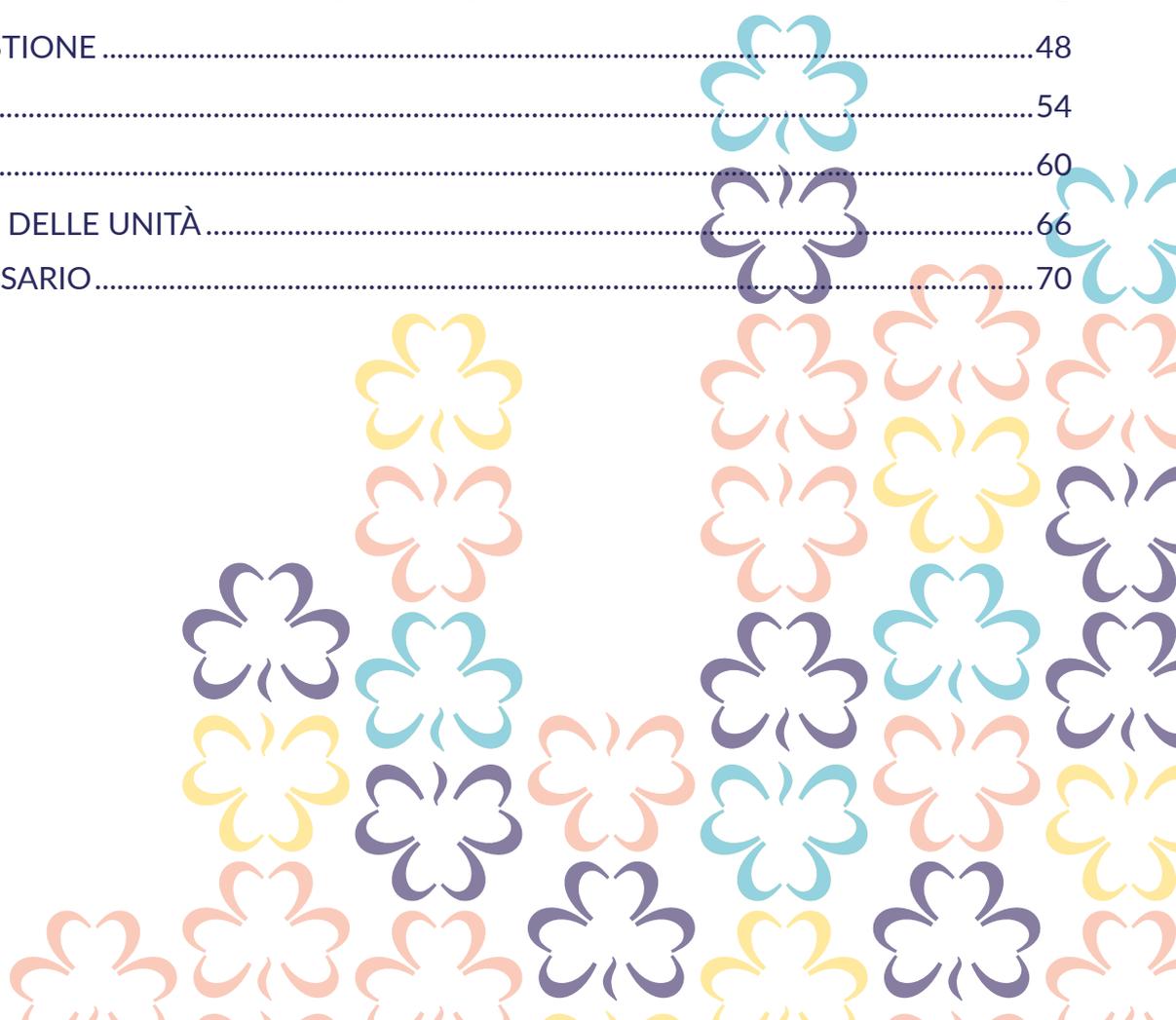
PROJECT MANAGERS

Catherine Bailey Gluckman
Manuela Capraro
Camaro West

Il modello “cinque domande” è stato creato da Scouterna e il progetto di integrazione dell’ERW è stato sviluppato in collaborazione con il Nordic Gender Group.

Indice

INTRODUZIONE	4
Perché parlare di questioni di genere e diversità?	4
Cosa si intende per “genere”?	4
Cosa si intende per “diversità”?	6
Cosa significa inclusione delle questioni di genere e diversità?	8
Ricerca nella regione Europa – Status quo	9
Importanza del kit per organizzazioni per sole ragazze e per quelle coeduate	10
Come usare questo kit?	10
STRUMENTI PER CONDURRE UN PROGETTO DI INTEGRAZIONE	12
Passo a passo – Uso del kit	12
Gestire un progetto	14
Protezione dei dati	19
Ricerca azione partecipata	20
TEMA CENTRALE: MEMBRI	22
PROGRAMMA EDUCATIVO	28
RELAZIONE CON LA SOCIETÀ	36
FINANZE	42
STRUTTURA E GESTIONE	48
FORMAZIONE	54
EVENTI	60
RISORSE PER CAPI DELLE UNITÀ	66
APPENDICE: GLOSSARIO	70



PERCHÉ PARLARE DI QUESTIONI DI GENERE E DIVERSITÀ?

La Europe Region WAGGGS (ERW) si è impegnata a trattare il tema delle questioni di genere e della diversità in tutti i suoi aspetti. Lo Scouting e il Guidismo non avvengono in un vuoto, ma bensì all'interno di un contesto sociale più ampio nel quale ognuno di noi vive esperienze distinte e affronta sfide differenti. Per garantire a tutte la possibilità di accedere allo Scouting e al Guidismo dobbiamo impegnarci per includere la diversità nel nostro movimento. Questo costituisce un elemento centrale per raggiungere i nostri obiettivi e compiere la nostra missione: permettere a ragazze e giovani donne di sviluppare a pieno il loro potenziale in quanto cittadine del mondo responsabili. Maggiori informazioni sulla nostra missione sono disponibili nella strategia dell'ERW sulle questioni di genere e diversità (disponibile in inglese)¹.

Il Guidismo e lo Scouting influenzano lo sviluppo dell'identità delle/i giovani fin dai primi anni di età e svolgono un ruolo eccezionale offrendo alle/i nostre/i membri opportunità di crescita. Abbiamo quindi il dovere di creare spazi dove le/i giovani e le/i loro Capi possano rispettare e condividere le loro differenze, aiutandole a trovare una "casa" nello Scouting e nel Guidismo femminile.

Aprirsi all'inclusione è una questione di benessere. Assicurare il benessere di bambini e ragazzi in ogni nostra attività è la base per poter fornire un buon programma educativo, oltre che per creare un ambiente dove le/i giovani possano imparare a crescere.²

COSA SI INTENDE PER "GENERE"?

UN Women definisce il genere come segue:

*"... i ruoli, i comportamenti, le attività e gli attributi che una determinata società, in un determinato periodo considera appropriati per uomini e donne... Tali attributi, opportunità e relazioni sono un costrutto sociale e vengono appresi attraverso i processi di socializzazione. Sono relativi al contesto e al tempo come pure modificabili. Il genere determina le aspettative, ciò che è permesso e il valore in una persona in un contesto specifico. Nella maggior parte delle società esistono differenze e disuguaglianze fra le responsabilità assegnate a donne e uomini, le attività svolte, l'accesso e il controllo delle risorse e le opportunità decisionali. Il genere rientra in un contesto socio-culturale più ampio, dove altri criteri sono rilevanti per l'analisi socio-culturale stessa, quali classe, razza, livello di povertà, gruppo etnico, orientamento sessuale, età, ecc."*³

In altre parole il "genere" è l'aspetto sociale della nostra identità in qualità di donne e uomini: il modo in cui vestiamo, in cui ci comportiamo in pubblico, in cui interagiamo con i membri dello stesso o di un diverso sesso biologico, i ruoli nelle nostre famiglie, le aspettative che nutriamo per le nostre vite. Tutto quello che assorbiamo dalla nostra cultura, società ed esperienze diventa parte della nostra esperienza dell'"essere donna" e dell'"essere uomo". Bisogna notare quindi che non tutte vivono l'"essere donna" o l'"essere uomo" nel modo più comune all'interno della loro società. Molte non si identificano con queste due categorie binarie.

[1] http://en15egsc.europak-online.net/wp-content/uploads/2015/12/Document-EGC-5_Strategy_EN.pdf

[2] <https://www.wagggs.org/en/resources/child-protection-toolkit/>

[3] ONU Femmes, <http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>

COSA SI INTENDE PER “GENERE”? (Cont)

Ci sono norme, comportamenti appropriati e tradizioni legate a ogni tipo di identità di genere, in tutte le culture. Questi influenzano il modo in cui ci sentiamo e la maniera in cui le/gli altr@ ci vedono,

nelle relazioni personali, al lavoro e in contesti sociali come il Guidismo e lo Scouting. L'identità di genere ha quindi un impatto su come viviamo e percepiamo tutto ciò che ci circonda.

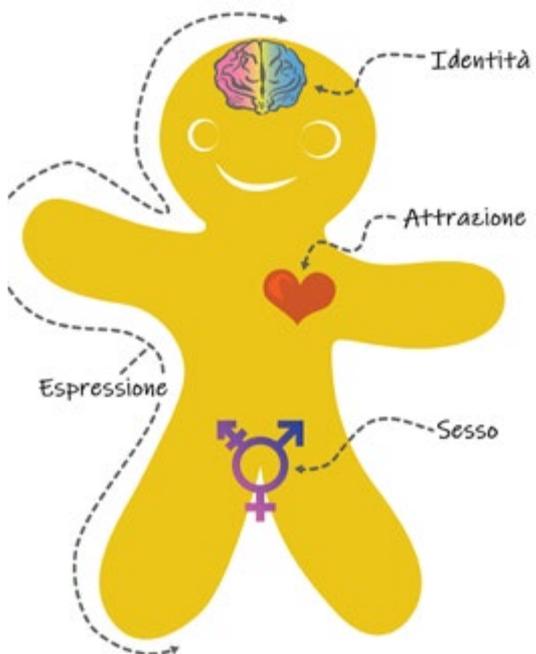
The Genderbread Person v3.3

L'omino pan di genere v3.3 del

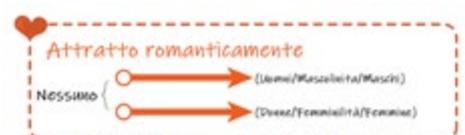
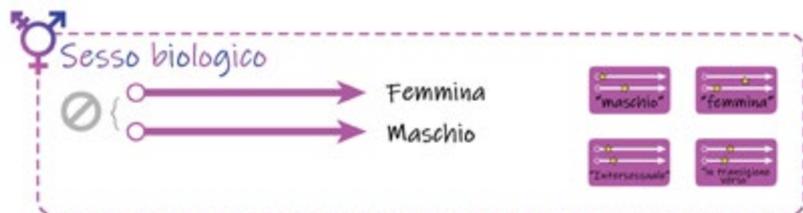
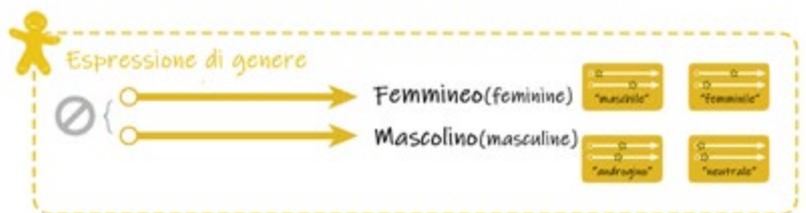
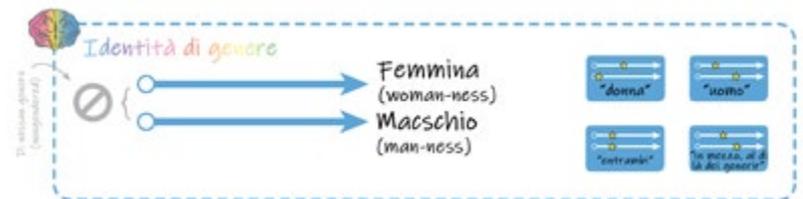
Il genere è una di quelle cose che tutti pensano di capire, ma che la maggior parte delle persone non capisce. Come *Inception*. Il genere non è binario. Non è "o l'uno o l'altro". Nella maggior parte dei casi è invece "sia l'uno sia l'altro". Un po' di questo, un po' di quello. Questa piccola guida è pensata per essere un primo passo verso la comprensione. Se dopo vorrai andare avanti e scoprire il resto del sentiero, non aver paura di continuare il cammino.

by its pronounced **METROsexual.com**

4 (di infinite) etichette
possibilità e combinazioni



For a bigger bite, read more at <http://bit.ly/genderbread>



CHE COSA INTENDIAMO PER “DIVERSITÀ”?

Per “diversità” in un gruppo di persone si intende che ogni individuo possiede delle caratteristiche uniche che possono essere usate per differenziarli dalle/gli altri. Se presa alla lettera, questa definizione può indicare qualsiasi diversità, dal bere alcool o meno, fino al numero di libri che ognuno ha a casa.

Tuttavia, in una prospettiva sociale e comunitaria, la diversità si riferisce a quelle differenze che causano delle discriminazioni di trattamento. Età, classe o casta, situazione economica, livello di istruzione, etnia, abilità fisiche, religione, sessualità e lingua sono le differenze più frequenti, oggetto dei progetti sul tema diversità. Tali differenze possono influenzare il modo in cui si è trattati nella società in cui si vive.

Incisione significa quindi essere rispettosi e coscienti di tali diversità e consapevoli dell'impatto che hanno sull'interazione di una persona con il mondo esterno così come la sua comprensione. Questo si applica anche agli eventi, alle attività o al processo che si sta realizzando usando questo kit. Ognuno di noi è vittima di esclusione in determinanti momenti. Si tratta di un'esperienza umana comune che condividiamo e di cui possiamo esserne inconsciamente la causa. È di fondamentale importanza impiegare pratiche di inclusione per dimostrare che il nostro movimento è aperto alla diversità e si impegna per creare un mondo migliore per tutti.

“Ma sul mio posto di lavoro, in famiglia, nell'Associazione Scout/Guide siamo neutrali in termini di genere, razza, abilità! Trattiamo tutti allo stesso modo!”

Essere “neutrali” nelle questioni di genere, dire “vedo la persona, non la razza” o ancora prendere una posizione neutra nei confronti delle differenze, questi sembrano essere comportamenti positivi – un approccio che tratti tutti allo stesso modo indipendentemente dalle caratteristiche personali.

Questo approccio, tuttavia, non considera che le nostre differenze influenzano il modo in cui percepiamo e interiorizziamo tutto ciò che ci circonda e le relative reazioni. Esso non prende in considerazione che persone differenti hanno bisogno di un supporto differente per raggiungere gli stessi obiettivi in virtù delle loro esperienze come persona con un genere, una razza, una serie di abilità, determinate possibilità finanziarie, un certo livello di istruzione, una sessualità o con molte altre peculiarità. Se, a differenza della persona accanto, non si ha avuto alcuni vantaggi o determinate esperienze, alcune cose possono risultare molto più difficili. Le/i Capi e le/i dirigenti ad ogni livello, devono riconoscere e considerare tutto ciò in ogni situazione o attività ed essere quindi consci che ognuno parte da un livello distinto.

CHE COSA INTENDIAMO PER “DIVERSITÀ”? (suite)

Le persone che hanno sperimentato delle differenze sociali, vivono ognuna delle nostre attività in modo diverso. Ogni differenza non si aggiunge soltanto alla lista, ma influenza anche le altre. Per esempio, due ragazze di quindici anni nella stessa classe, in una scuola in un paese a maggioranza cattolica, non vivranno la stessa esperienza se una è cattolica e l'altra è musulmana. Questa consapevolezza viene definita approccio intersezionale. L'intersezionalità⁴

permette e considera la maniera complessa e cumulativa in cui gli effetti di varie forme di discriminazione o oppressione si combinano, si sovrappongono o si intersecano.

L'inclusione è un approccio più potente rispetto alla “neutralità” perché prende in considerazione tutte queste esperienze diverse che si incrociano al fine di offrire a ognun@ un sostegno veramente individualizzato.



[4] <https://www.waggs.org/en/our-world/europe-region/>

COSA SIGNIFICA INTEGRAZIONE DELLE QUESTIONI DI GENERE E DIVERSITÀ?

Integrazione significa includere le questioni di genere e la diversità in tutto quello che si fa. Si tratta di un processo attraverso il quale si può lavorare per diventare inclusivi, assicurando che tutt@ le/i partecipanti siano coinvolti in un ambiente sicuro, aperto e diversificato, che risponde al meglio ai bisogni e alla realtà della propria organizzazione.

Quando si pensa alle questioni di genere e alla diversità, a volte si prendono in considerazione gruppi specifici: ad esempio i membri di una minoranza religiosa o razziale nel paese, persone disabili o coloro che provengono da una realtà socio-economica particolare. In alcune circostanze, questo approccio può essere utile. Tuttavia, siamo tutt@ diversi sotto vari aspetti. Le nostre identità si compongono di vari livelli e una persona può appartenere contemporaneamente a gruppi privilegiati e non privilegiati. Due persone possono assomigliarsi all'apparenza, ma necessitare di un sostegno molto diverso per raggiungere gli stessi obiettivi.

Invece di concentrarsi e individuare un gruppo specifico, l'inclusione aiuta a considerare questi aspetti e sviluppare un approccio alle varie attività che sia flessibile e a sostegno di tutt@. Si tratta di creare una mentalità aperta ad adattare la pianificazione, il lavoro e la valutazione in modo tale da considerare e includere la diversità dei propri membri.

Ma stiamo già lavorando su questioni di genere e diversità...

Perfetto! Molte Organizzazioni con membri stanno già portando avanti dei bei progetti e hanno implementato svariate misure per far fronte alla disuguaglianza di genere e assicurare la maggiore diversità possibile al loro interno.

La ERW Gender and Diversity Task Forces e il ERW Gender and Diversity Working Group hanno sviluppato questo kit per aiutare le organizzazioni a integrare le questioni di genere e la diversità nel loro lavoro. Questo manuale è stato creato a seguito di varie ricerche e progetti pilota nella Regione Europaed è un punto di partenza flessibile, una guida di riferimento da utilizzarsi se si vuole garantire che il proprio lavoro, le proprie attività e la gestione della propria organizzazione siano il più possibile inclusive e prive di pregiudizi. Si tratta di un percorso.

L'inclusione delle questioni di genere e della diversità non è un approccio che può o deve essere applicato in toto in ogni attività svolta. Tuttavia, grazie alla flessibilità, a varianti e a elementi inseriti in un programma variegato, sarà possibile garantire un Guidismo e Scutismo inclusivi.

RICERCA NELLA REGIONE EUROPA – STATUS QUO

I risultati delle nostre ricerche hanno mostrato che c'è ancora del lavoro da fare, anche in quelle organizzazioni che si sono concentrate e lavorano apertamente sul tema. **Progetti di mappatura** hanno fatto emergere che alcune organizzazioni vorrebbero ulteriore supporto per garantire un più ampio accesso all'informazione

In particolare il **Progetto Genere e Leadership** (Gender and Leadership Project) ha rivelato che le Organizzazioni che lavorano su genere e diversità come aree tematiche possono comunque beneficiare di ulteriori misure per meglio soddisfare i bisogni dei singoli membri in quanto individui. Il progetto ha esaminato sia gruppi di sole ragazze che quelli coeducati ed evidenziato che in entrambi i gruppi le/i giovani hanno difficoltà a gestire gli effetti dei pregiudizi di genere.

Il Progetto Genere e Leadership è una ricerca condotta nel 2016 da WAGGGS in cooperazione con Girlguiding UK (Scozia) e Scouting Nederland (SN), con la consulenza della Oxford Brookes University. Usando un approccio di ricerca azione partecipata, l'organizzazione SN (coeducata) e la Girlguiding Scotland (per sole ragazze) hanno effettuato una ricerca su come i loro giovani membri percepiscono le norme di genere, e se le ragazze e le giovani donne ritengono di avere le stesse opportunità nel raggiungere ruoli di leadership, all'interno e all'esterno del movimento.

La relazione, che può essere scaricata dal sito WAGGGS [4] (disponibile in inglese), ha mostrato che se i singoli membri erano coscienti delle questioni di genere e della diversità come concetti politici, a volte hanno necessitato di supporto nell'identificarli nelle loro vite come barriere

[5] <https://www.wagggs.org/en/our-world/europe-region/>



per la loro piena realizzazione. Ha fatto inoltre emergere che c'è spazio per riflettere più a fondo sulle vere diversità che esistono in un gruppo apparentemente equo.

Progetto Genere e Leadership è un esempio di ricerca azione partecipata in cui sia volontar@ a livello nazionale sia leader locali di diverse Organizzazioni hanno cooperato per dare forma a livello nazionale al progetto. La ricerca quindi è stata condotta solo sulla base di ciò che era appropriato nel loro contesto specifico e ha permesso alle/i partecipanti di modificare quello che era necessario durante il progetto stesso. Le/i leader locali hanno descritto l'esperienza come decisamente positiva e sorprendentemente facile. Ha rappresentato un nuovo modo per raccogliere informazioni in tempo reale sulla loro situazione. Vi invitiamo a leggere il riassunto del progetto.

IMPORTANZA DEL KIT SIA PER ORGANIZZAZIONI PER SOLE RAGAZZE CHE PER QUELLE COEDUCATE

Tutt@i noi viviamo immersi nell'esperienza di "avere un genere", anche quando siamo sol@, indipendentemente dal fatto che siano presenti altri generi. In un ambiente di sole ragazze, le aspettative relative al genere possono essere limitanti quanto in ambienti misti. Entrambi i contesti educativi offrono svariate possibilità per lavorare sul tema.

In contesti di sole ragazze, si può utilizzare l'eccezionale sostegno che gli individui, che hanno vissuto esperienze simili, possono offrire per emanciparsi a vicenda. Si possono prevedere attività in cui i membri assumono ruoli e atteggiamenti molto diversi da quelli usuali o da quelli che la società si aspetta dal loro genere.

Includere sia le questioni di genere sia la diversità è importante per sia per le Organizzazioni di sole ragazze sia per quelle coedocate. Questo kit è pensato per entrambi i tipi di Organizzazione.

A volte ci si rende conto che è necessario focalizzarsi su questioni di diversità, soprattutto di genere, in un ambiente di coeducato dove le/i giovani devono gestire le relazioni fra i generi nella loro esperienza di Guidismo e Scautismo e

negli incontri delle unità, ecc. Tuttavia, le ricerche condotte dal Progetto Genere e Diversità dell'ERW hanno dimostrato che è importante considerare le questioni di genere anche nei gruppi di sole ragazze:

- Il Guidismo e lo Scautismo non avvengono in un vuoto. Anche se le giovani coinvolte in questi contesti mostrano meno pregiudizi di genere rispetto alle loro coetanee al di fuori del movimento, portano con sé tutti quelli della società in cui vivono.
- Questo ha un influsso sul modo in cui trattano le altre, ma anche su come vedono se stesse e sulla fiducia che hanno nelle loro capacità di cogliere le opportunità all'interno e all'esterno del Guidismo e dello Scautismo.
- Le identità intersezionali delle giovani fanno sì che non tutte vivano il loro genere nello stesso modo. Un'unità di sole ragazze sarà composta da individui che percepiscono il loro genere in modi differenti.

COME

USARE QUESTO KIT?

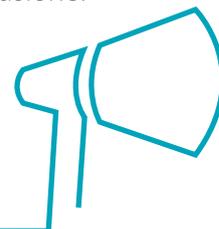
Questo kit è nato come strumento di riflessione e guida quando si vuole parlare di genere e diversità all'interno dei vostri contesti specifici. Strumento creato per essere flessibile e adattabile, può essere impiegato in parte o nella sua totalità soprattutto a scopo consultativo, e non come programma da applicare dall'inizio alla fine. Di conseguenza potete consultare direttamente la sezione di maggior rilievo per voi, i vostri obiettivi e/o progetti.

L'inclusione delle questioni di genere e della diversità è un cammino che la ERW effettua con voi e il vostro team. Si tratta di un processo in continua evoluzione, senza alcuna pressione o aspettativa per rendere ogni attività totalmente inclusiva, fin da subito. Questo cammino permette alle Organizzazioni di crescere e svilupparsi, riflettendo continuamente sulle proprie decisioni e sul loro impatto.

PASSO A PASSO – USO DEL KIT

Questo kit include cinque domande principali che coprono sei aree chiave. Le domande sono a loro volta suddivise in quesiti pratici che vi potete porre per assicurarvi che stiate considerando le questioni di genere e la diversità in tutti gli ambiti del vostro lavoro. Le domande più brevi e pratiche sono pensate per le persone impegnate nell'organizzazione a livello nazionale. Se in qualsiasi

progetto voi o il vostro team considerate queste cinque domande come parte del vostro processo, quando iniziate a lavorare in un'area specifica, significa che state facendo inclusione.



6 AREE CHIAVE

Il kit fa riferimento alla documentazione di WAGGGS relativa allo sviluppo della vostra organizzazione, quali Linee guida di auto-valutazione per la crescita e la focalizzazione su sei aree chiave:

- Membri
- Programma educativo
- Finanze
- Relazioni con la società
- Struttura e gestione
- Formazione

Ad ogni area chiave è dedicato un capitolo.

CINQUE DOMANDE PRINCIPALI

In ogni capitolo vi verranno poste cinque domande. Le stesse che trovate nel documento riassuntivo "Quick Start" relativo allo strumento di integrazione (disponibile in inglese), scaricabile dal sito dell'ERW¹.

Le cinque domande:

- A chi parliamo?
- Chi diventa membro?
- Chi rimane?
- Chi ha influenza?
- Chi se ne va?

Queste sono le domande che voi e il vostro gruppo potete porvi in qualsiasi aspetto del vostro lavoro. In ogni capitolo dedicato a un'area chiave vengono proposte delle sotto-domande correlate e organizzate secondo una prospettiva di genere e diversità.

Non sempre sarà possibile rispondere a tutte le domande, ma esse potranno fornirvi uno spunto per iniziare a raccogliere dati su questioni che non avete ancora investigato.

[6] <https://www.wagggs.org/en/resources/gender-mainstreaming-europe/>

PASSO A PASSO – USO DEL KIT (Cont)

- La raccolta dei dati ha un ruolo chiave nell'inclusione delle questioni di genere e della diversità. Il Guidismo e lo Scouting non avvengono in una bolla e nelle loro attività entrano involontariamente i pregiudizi delle società in cui viviamo. Analizzare e raccogliere dati specifici relativi al genere e alla diversità ci aiuta a vedere aspetti dell'associazione, prima non visibili. Se siete già molto inclusiv@

e non avete alcun dato, eccetto la vostra percezione della vostra organizzazione, questa è un'occasione per iniziare a raccogliere dei dati. Questo vi aiuterà anche se state lavorando sulla crescita. (Ulteriori informazioni sulla raccolta dei dati sono disponibili nell'appendice al termine del kit).

1. A CHI PARLIAMO?

- Come e quando comunichiamo le nostre attività alle/gli altr@?
- Come e quando comunichiamo con il nostro gruppo?
- La nostra comunicazione interna ed esterna è (inconsiamente) creata su misura per determinate persone?

2. CHI DIVENTA MEMBRO?

- Come possiamo facilitare il processo per diventare Guide, Scout o leader?
- Quando qualcuno diventa membro, che ruolo assume? È legato al loro genere o identità?
- Coloro che entrano rappresentano pienamente la nostra comunità e società?

3. CHI RIMANE?

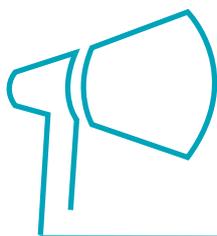
- Chi rimane per lungo tempo? Esiste una tipologia di ragazz@che rimangono?
- I bisogni dei vari generi e gruppi sono soddisfatti in modo equo ed onesto?
- Esistono ruoli e responsabilità discriminanti o diseguali nel determinare compiti, competenze e nei processi decisionali?

4. CHI HA INFLUENZA?

- Chi ha una voce e chi viene ascoltato ai vari livelli?
- Esistono delle strategie nella pratica per incoraggiare la partecipazione delle voci meno influenti?

5. CHI SE NE VA?

- Chi lascia l'associazione e perché? Cosa state facendo per capirne le ragioni?
- Le disuguaglianze e la discriminazione vengono affrontate in modo costruttivo?



STRUMENTI PER CONDURRE UN PROGETTO DI INTEGRAZIONE



GESTIRE UN PROGETTO

Quando iniziate un progetto voi e la vostra Organizzazione avete probabilmente una struttura o una procedura per informare sullo sviluppo dello stesso. In caso contrario, vi consigliamo:



Per maggiori informazioni sulla gestione di progetto, consultare le risorse WAGGGS, “Essere il cambiamento” (Be The Change) [2] o “Risorse per la leadership WAGGGS: competenze di gestione” (WAGGGS Leadership Resources: Management Skills) [3] (disponibili in inglese).⁸



[7] <https://www.waggs.org/en/resources/be-change-community-action-toolkit/>

[8] https://www.waggs.org/documents/1055/Resources_management_skills_FINAL.pdf

GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

RACCOLTA DEI DATI

1. Cosa si intende per raccolta dei dati? Perché è importante?

Per “dati” intendiamo numeri e statistiche raccolti per essere analizzati o come riferimenti. I dati che possono essere raccolti sono potenzialmente infiniti, bisogna quindi concentrarsi su quelli rilevanti per i propri bisogni e obiettivi. Nel Guidismo e nello Scouting possono essere raccolti ad esempio i dati seguenti: il numero di ragazz@ membri appartenenti a un determinato gruppo socio-economico, il denaro speso per formare le/i volontari@ sul tema diversità o le risposte delle/i leader locali nei sondaggi sulla loro soddisfazione nel fare volontariato.

Molto probabilmente lavorate già con dei dati nel monitorare il numero dei membri. Il passo successivo consiste nel pensare a come li avete raccolti, a quali domande volete rispondere o a cosa volete capire attraverso tali dati. Questo vi aiuterà ad approfittare meglio dell'inclusione e a monitorare se questa sta avendo l'impatto desiderato o atteso sull'organizzazione.

2. Che tipo di dati potete raccogliere?

Esistono due modi per raccogliere e esprimere i dati: quantitativo e qualitativo.

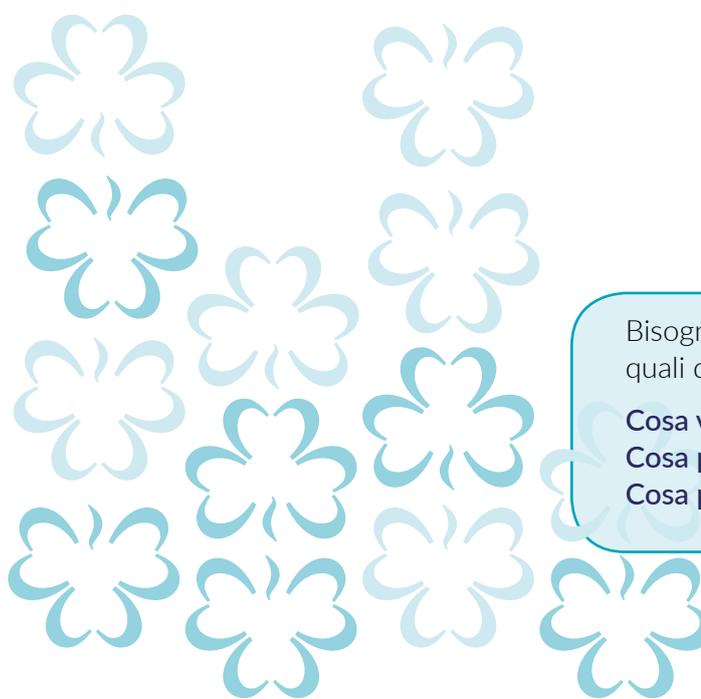
I dati quantitativi sono quelli che possono essere misurati con esattezza ed espressi in numeri. Ad esempio, il numero di giovani con un storia familiare di migrazione che sono nell'organizzazione da più di due anni. Questi dati non contengono un'opinione: sono un numero, indipendentemente da chi li raccoglie.

I dati qualitativi sono molto più complessi da esprimere in numeri, ma forniscono una migliore comprensione delle motivazioni sottostanti. Si tratta spesso di dati su esperienze, valori o opinioni. Ad esempio, la spiegazione che un membro del vostro movimento fornisce quando interrogato sulla misura in cui i suoi bisogni sono soddisfatti.

Un vantaggio dei dati qualitativi è che forniscono una migliore comprensione delle motivazioni che stanno alla base delle azioni, dei bisogni e delle risposte dei singoli. Raccogliere questi dati spesso richiede più tempo rispetto a quelli quantitativi, poiché le domande sono più complesse. Anche l'analisi è più complicata perché non si tratta solo di analizzare numeri e identificare delle tendenze. Gli esseri umani non sono solo razionali e per questo un certo livello di interpretazione è necessario nello sviluppare le domande e nel tradurre i risultati.

Bisogna tenere presente tre domande quando scegliere quali dati raccogliere:

- Cosa voglio sapere?
- Cosa posso raccogliere?
- Cosa posso analizzare?



GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

RACCOLTA DEI DATI (Cont)

3. Come raccogliere i dati?

I dati quantitativi possono essere raccolti in vari modi:

Censimento: raccolta di dati relativi a ogni unità nel gruppo, ad es. i dati sull'età delle/i partecipanti a una formazione di base. In questo caso si parla di "censimento di classe".

Sondaggio a campione: i dati vengono raccolti solo da alcuni membri, ad es. i dati di tre gruppi locali. In questo caso si tratta di un "sondaggio a campione del programma" applicabile a livello regionale.

Dati amministrativi: raccolti sulla base delle attività quotidiane dell'organizzazione, ad es. le ore delle/i volontari@ o il numero dei membri.

Studi tracer: uso di un a) un sondaggio standard come strumento principale b) combinato con delle discussioni approfondite con un campione delle/i partecipanti e c) intervista delle/gli informatici/tori principali su temi chiave.

I dati qualitativi possono essere raccolti ad esempio con:

Sondaggi: questionari standard dove la stessa domanda è posta a tutt@ le/i partecipanti. Possono assumere le forme più disparate, si veda l'esempio sottostante della raccolta dei dati sull'"interruzione delle riunioni in base al genere".

Interviste: colloqui diretti uno a uno, strutturati o meno, con persone chiave o leader della comunità.

Groupes de discussion: discussione e/o intervista strutturata con un gruppo ridotto di persone usando domande standard, di follow-up e indagine di altri temi che emergono.

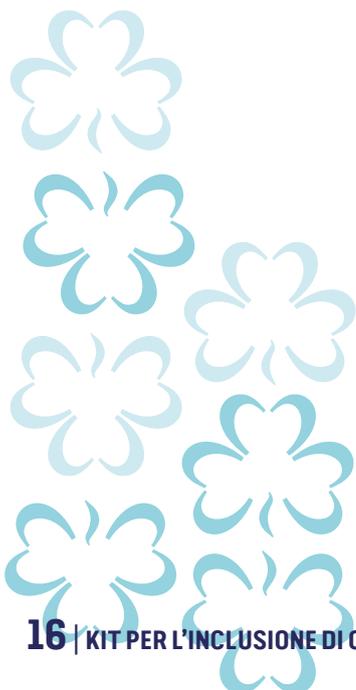
Focus group: discussione e/o intervista strutturata con un gruppo ridotto di persone usando domande standard, di follow-up e indagine di altri temi che emergono.

Osservazioni: a un gruppo di Guide o Scout viene chiesto di eseguire un compito o un'azione specifica. Successivamente vengono effettuate delle osservazioni sui comportamenti, processi, procedure, ecc. in una situazione reale (ad es. l'assemblea generale).



Le seguenti domande possono essere utili per scegliere uno dei metodi di raccolta dati:

- I metodi di raccolta dati sono adatti al gruppo target e alla questione da valutare?
- Quanto è affidabile lo strumento di misurazione, ovvero fornirà le stesse risposte alle stesse domande anche se applicato in posti e tempi diversi? Questo influenzerà le conclusioni che se ne traggono.
- Quali sono i vantaggi e gli svantaggi dei singoli metodi di raccolta dati per il vostro progetto?



STRUMENTI PER CONDURRE UN PROGETTO DI INTEGRAZIONE



GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

RACCOLTA DEI DATI (Cont)

Si può valutare la possibilità di usare i metodi di raccolta dati già esistenti. Che tipo di informazioni vengono raccolte a livello nazionale quando si registra un nuovo membro? Come viene mappata la distribuzione geografica dei vostri membri? Monitorate già il tempo impiegato in varie attività dai leader della vostra organizzazione? Un'organizzazione simile alla vostra ha già raccolto dati su temi a cui siete interessat@ e potete utilizzarne una parte?

Quando si inizia un progetto di inclusione, a volte si deve solo adattare la raccolta dati che già si sta effettuando per trovare le risposte alla domanda chiave: il Guidismo e lo Scouting stanno rendendo l'inclusione migliore e più accessibile?

4. Progettare dei buoni strumenti di raccolta dati

È essenziale pensare fin dall'inizio a come i dati verranno analizzati e condivisi. Che tipo di valutazione è in atto? Chi deve essere coinvolto nel definire le domande e determinare gli indicatori? Bisogna assicurarsi che gli indicatori siano riconosciuti da coloro che prendono le decisioni nell'organizzazione per evitare che i risultati della ricerca siano rifiutati in una fase successiva.

È importante **essere consistenti** per vedere come gli indicatori monitorati (ad es. il numero di partecipanti, la soddisfazione) evolvono con il passare del tempo. I dati possono essere comparati solo se vengono raccolti nello stesso modo ogni volta.

Cercate di non **anticipare o sviare**. Creando un sondaggio, se si chiede "Pensi che questa politica sia buona?", si sta formulando una domanda diversa da "Cosa ne pensi di questa politica?". Indirizzare le domande influenzerà le risposte e potrebbe ripercuotersi sull'autenticità delle stesse e dei risultati in generale.

Domandatevi se i dati devono essere aggiornati regolarmente per rimanere rilevanti e fornire un'immagine accurata e/o devono essere modificati

con il tempo per riflettere i progressi. Le procedure di raccolta dati potrebbero dover diventare routine, ad esempio due volte alla settimana, ogni mese o anno in base allo scopo della raccolta. Per creare un calendario di raccolta dati, si possono usare le tempistiche o le procedure già esistenti, quali il feedback al termine dei programmi di formazione.

Una standardizzazione della raccolta può facilitare il processo e migliorare la qualità dei dati. Un buon metodo di standardizzazione consiste, ad esempio, nel aggiungere un menu a selezione o risposte multiple o a crocette, invece di chiedere ai singoli di creare la propria risposta. La **facilità di risposta** incoraggerà più persone a partecipare.

Questa forma di standardizzazione potrebbe essere utile per raccogliere alcuni tipi di dati, ma anche combinata con domande aperte. Queste ultime forniscono svariati input qualitativi e hanno i loro vantaggi, anche se riducono il tasso di partecipazione e richiedono più tempo per l'analisi. È importante valutare e testare l'approccio di raccolta dati per poter ottenere il punto di vista che si sta cercando di cogliere nel proprio pubblico.



Nella raccolta dati si usano dei moduli, ma non bisogna limitarsi a quelli cartacei. I formulari online possono essere facilmente completati dalle/i partecipanti nei loro tempi e forniscono informazioni più velocemente.

GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

RACCOLTA DEI DATI (Cont)

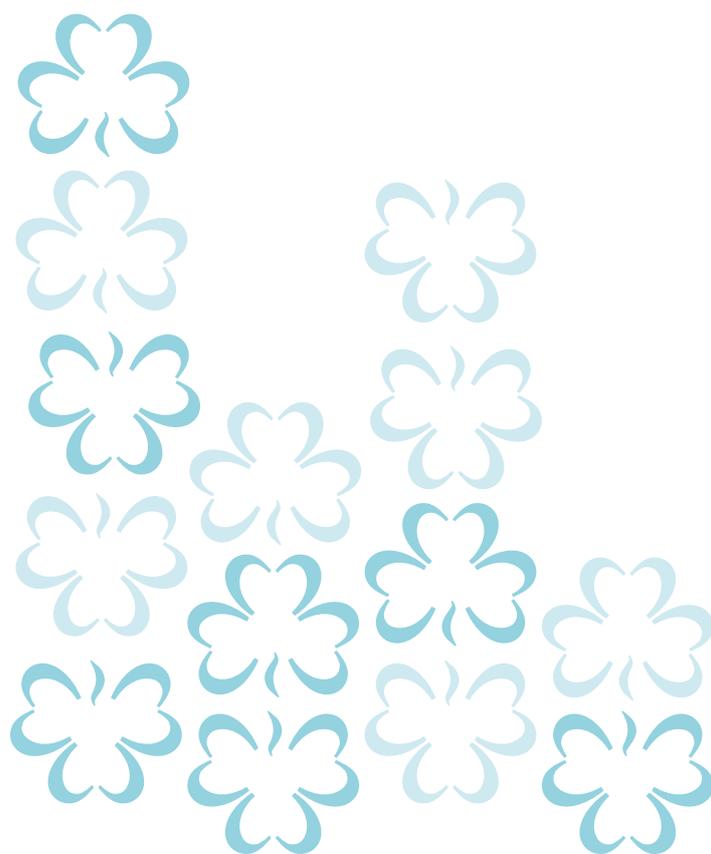
Analizzate in modo critico il design del formulario per eliminare confusione ed errori. Ogni suo campo deve avere uno scopo preciso. Quando si progetta un modello di raccolta dati, **chiedetevi il motivo per porre ogni singola domanda**. Rimuovetela se non c'è una buona motivazione. Questo semplificherà il modulo che sarà più facilmente completato dalle/i partecipanti, e di conseguenza il numero dei questionari raccolti aumenterà.

Prima di distribuire il modulo su larga scala, effettuate un test chiedendo a un paio di persone che non lo hanno mai visto prima di completarlo. Vi aiuterà a individuare eventuali problemi e effettuare modifiche prima che sia inviato a tutt@.

5. Ulteriori considerazioni per la pianificazione della raccolta dati:

- Vari dati sono già stati raccolti sui vostri membri, sulla registrazione dei partecipanti a una formazione e agli eventi del programma. Questa è una fonte: come può essere riutilizzata per i vostri scopi?
- Una volta raccolti i dati, questi possono essere confrontati con altri, quali le statistiche nazionali. La composizione dei vostri membri riflette le statistiche della popolazione nazionale o locale in modo equilibrato? Si può ad esempio individuare la percentuale dei membri di una religione e confrontarla con la percentuale della popolazione appartenente alla stessa religione. Questo dato mostra quanto l'organizzazione sia interessante per i membri di quella comunità religiosa o indica un potenziale di crescita.

- Che informazioni esistono già o sono state raccolte per aiutare a rispondere ai cambiamenti? Quali ricerche significative o relazioni esistono nelle aree di vostro interesse? Se non ci sono dati, cosa se ne può dedurre? Si può quindi decidere se vale la pena raccogliarli.
- Come si garantisce che anche i piccoli cambiamenti vengano misurati? Le varie parti coinvolte esercitano una crescente pressione per dimostrare che cambiamenti notevoli sono avvenuti in un determinato periodo di tempo. È essenziale considerare quali indicatori possono misurare il cambiamento sul breve termine e come fotografare le modifiche, spesso minime, nel comportamento con il passare del tempo.



STRUMENTI PER CONDURRE UN PROGETTO DI INTEGRAZIONE



GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

“Avete il dovere legale e morale di proteggere tali dati, a cui nessuno che non abbia il consenso della persona interessata possa accedervi.”



PROTEZIONE DEI DATI

Tra i dati raccolti vi saranno anche informazioni personali sensibili legate all'identità della persona, come nomi, date di nascita e informazioni di contatto. Avete il dovere legale e morale di proteggere tali dati, a cui nessuno che non abbia il consenso della persona interessata possa accedervi. Ogni paese ha regole specifiche in materia di protezione dei dati e la vostra Organizzazione deve rispettarle. Una buona protezione dei dati in genere significa

- Riflettere in modo critico sui dati che si sta raccogliendo. Si ha veramente bisogno di nomi, date di nascita, città di residenza, ecc.?
- Conservare i dati in modo sicuro. Moduli cartacei contenenti informazioni personali devono essere messi al sicuro. Password e crittografia sono un imperativo per conservare i dati in formato digitale.
- Limitare le persone (se ve ne è più di una) che hanno accesso ai dati di base. Reclutare una persona che si occupi della “protezione dei dati e delle informazioni” è una buona

pratica come pure la realizzazione di una panoramica di chi ha accesso a quali dati.

- Con l'entrata in vigore a maggio 2018 della nuova legislazione europea, tutt@ coloro che hanno fornito dei dati hanno il diritto all'oblio e alla loro rimozione da tutte le basi di dati. Si consiglia di creare una procedura che possa essere attivata dalla persona responsabile della protezione dei dati nell'arco di tempo previsto di 24 - 48 ore.
- In base del diritto ad accedere a qualsiasi dato personale disponibile sulla sè stessi, la nuova legislazione prevede ugualmente la possibilità di richiedere un accesso diretto. Anche in questo caso è necessario stabilire delle procedure per rispondere a queste eventuali domande.

GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

RICERCA AZIONE PARTECIPATA

La ricerca azione partecipata (RAP) è un processo di ricerca che si è dimostrato essere efficace nel valutare le attitudini e l'impatto delle attività sugli individui, in vari contesti del Guidismo e dello Scouting della Regione in Europa. Il Progetto Genere e Leadership dell'ERW, i cui risultati sono stati presentati alla Conferenza Europea 2016, ha impiegato tale metodo per indagare come il genere era legato agli atteggiamenti nei confronti della leadership fra i suoi membri giovani. Si tratta di un

approccio di ricerca partecipativo che sottolinea il coinvolgimento delle/i partecipanti e la riflessione personale. Si adatta quindi al nostro modello di organizzazione guidata da giovani. Inoltre, dà particolare importanza all'azione: l'obiettivo è di individuare un bisogno e testare i modi con cui si soddisfa. Potrebbe quindi risultare utile alla vostra Organizzazione per misurare gli effetti di qualsiasi cambiamento, di nuove attività o nuove modalità di lavoro messe in atto in un progetto di inclusione.

Come funziona in un contesto di Guidismo e Scouting?

Il ciclo di ricerca focalizzato sull'azione della RAP funziona come illustrato di seguito con esempi concreti tratti dal Progetto Genere e Leadership:

- **Consultazione – per decidere come comunità quali sono le questioni di rilievo**

Si è svolta una riunione fra leader locali e membri dei team nazionali di entrambe le Organizzazioni. Una ricercatrice universitaria specializzata ha guidato la discussione per definire i temi su cui indagare. La stessa persona ha anche illustrato i metodi di raccolta dati e mediato discussioni sul design delle relative attività.

- **Prima analisi – Raccolta dei dati sui temi**

La ricercatrice ha creato un sondaggio online per misurare l'atteggiamento di singoli membri giovani. Sondaggio che è stato completato da tutti per individuare una misurazione di riferimento. Successivamente, ogni leader locale ha sviluppato un'attività di controllo adatta al proprio gruppo, svolgendola in occasione di un incontro regolare, con lo scopo di indicare i temi di maggior rilevanza nel contesto locale.

- **Design d'azione collaborativo – Assieme per**

definire le attività

Le/i leader locali si sono incontrati nei loro rispettivi paesi e hanno condiviso i risultati della prima analisi. Assieme hanno definito una serie di attività per affrontare i temi identificati nella fase di prima analisi.

- **Implementazione**

Le/ileader locali hanno condotto varie azioni nel quadro delle normali attività del loro gruppo.

- **Seconda analisi – Misurazione dell'impatto dell'azione**

Le/i leader locali hanno ripetuto il controllo effettuato nella fase di prima analisi. Anche il questionario online è stato nuovamente somministrato per vedere se gli atteggiamenti nei gruppi locali fossero stati influenzati dalla partecipazione al progetto.

- **Valutazione**

Le/ileader locali, la commissione guida e la ricercatrice hanno discusso i risultati e riflettuto sul processo nel corso di un incontro. La ricercatrice ha redatto un rapporto completo sulla base dei risultati.

STRUMENTI PER CONDURRE UN PROGETTO DI INTEGRAZIONE



GESTIRE UN PROGETTO (Cont)

RICERCA AZIONE PARTECIPATA (Cont)

Riflessioni sulla RAP di Scouting Nederland e Girlguiding Scotland

- La RAP può essere un modo molto utile per coinvolgere i membri della propria Organizzazione al fine di riflettere sulle pratiche in uso e migliorare i metodi di lavoro.
- Dopo una prima formazione sui metodi, durante tutto il processo non è più necessario coinvolgere un accademico esterno...
- ...ma una/un osservatrice/tore esterno può essere utile. Questo progetto ha mostrato il valore aggiunto di un punto di vista esterno, che ha posto domande non ancora testate. In qualità di accademica, la ricercatrice è stata in grado di svolgere ricerche documentarie, non possibili per le Organizzazioni, per integrare la ricerca sul campo.
- Inizialmente alcuni leader locali erano preoccupati per la mole di lavoro, ma sono stati sorpresi dalla facilità con cui queste ricerche possano rientrare negli incontri usuali dei gruppi.
- Inoltre, le/i leader locali hanno avuto la possibilità di entrare in contatto le une con gli altri a livello nazionale e hanno valutato positivamente i benefici tratti da questa esperienza. Questo tipo di ricerca non deve essere intrapresa a livello internazionale, può essere impiegata anche per indagare le differenze esistenti all'interno di un paese, ad esempio fra città/aree rurali.
- Le/i leader locali hanno reagito positivamente alla brevità della ricerca, che è stata conclusa in sei mesi, dando l'impressione che fosse fattibile.

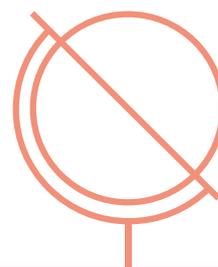
INTRODUZIONE

Le/gli iscritt@ dovrebbero riflettere la composizione della nostra società; per questo raggiungere la diversità e la parità di genere è un obiettivo fondamentale. Se si riesce a coinvolgere membri che rappresentano l'intera comunità locale e sostenere ognun@ appieno, possiamo essere sicur@ che i nostri membri emancipati inizieranno un cambiamento dall'interno verso l'esterno nell'intera Organizzazione.

Nel Guidismo e nello Scautismo abbiamo molte tradizioni e cerimonie, che creano un forte senso di appartenenza a un gruppo e danno sicurezza. Ci contrassegnano come diversi dal mondo al di fuori

della nostra Unità, Gruppo o team. Tuttavia, per diventare veramente inclusiv@ dobbiamo pensare a come queste pratiche vengano percepite e cosa possano significare per una persona nuova nella comunità. Forse sono proprio queste pratiche che fanno sentire una/un singol@ esclus@ e gli impediscono di restare a sufficienza per parteciparvi pienamente.

“Gli iscritti dovrebbero riflettere la composizione della nostra società; per questo raggiungere la diversità e la parità di genere è un obiettivo fondamentale.”





DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Usiamo il genere in grammatica nel nostro linguaggio? Come? Impieghiamo una lingua non neutra o determinate parole solo sempre in un genere, ad esempio il responsabile? Che messaggio viene così trasmesso?
- Come raffiguriamo l'equilibrio fra i generi nelle foto e nella pubblicità?
- Abbiamo una politica di inclusione per i membri della comunità LGBT+?
- Al momento dell'iscrizione i membri possono scegliere liberamente come definire il loro genere?
- Come parliamo a noi stessi delle persone di altri generi? Le Categorizziamo?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Conduciamo delle attività per specifiche "tipologie" di persone, ad esempio per ragazze avventurose o per ragazzi creativi?
- Reclutiamo un numero equilibrato di membri di tutti i generi in ogni fascia d'età?
- Esistono più leader di un genere? In quale fascia d'età?
- Nelle Organizzazioni per sole ragazze: reclutiamo delle tipologie specifiche di Guide o siamo aperti a caratteri atipici che non rientrano negli stereotipi di quello che una ragazza o una donna dovrebbe essere?

CHI RIMANE?

- Crescendo, i membri di un genere hanno maggior tendenza a rimanere rispetto ad altri?
- Come sono strutturati i gruppi locali? I team delle unità sono equilibrati in termini di sesso e genere?

- Avete delle statistiche sul numero di ragazz@ nell'Organizzazione e sul ruolo che ricoprono?
- Per le Organizzazioni di sole ragazze: come comunicate ai membri che il Guidismo e lo Scautismo femminile non sono solo per le "avventurose" o per le ragazze stereotipicamente femminili? Fate degli sforzi per essere aperti a una serie di personalità

CHI HA INFLUENZA?

- Le/i rappresentati di ogni fascia d'età sono equilibrati dal punto di vista del genere all'interno delle strutture decisionali? Tutti i generi hanno le stesse possibilità di esprimere i loro punti di vista?
- Come garantite a ragazze e giovani donne la possibilità di sentirsi emancipate?
- Tutt@ le/i leader hanno pari opportunità di essere ascolt@? Avete lo stesso numero di leader influenti per ogni genere?
- Organizzazioni per sole ragazze: includete varie prospettive di genere nel processo decisionale?

CHI SE NE VA?

- Avete delle statistiche del tasso di abbandono e sulla relativa ragione per genere e fascia d'età?
- Avete considerato gli stereotipi di genere quale motivo per lasciare l'ol'Organizzazione?
- Organizzazioni per sole ragazze: le ragazze che non rientrano nell'immagine tradizionale si sentono a loro agio o abbandonano per questa ragione?

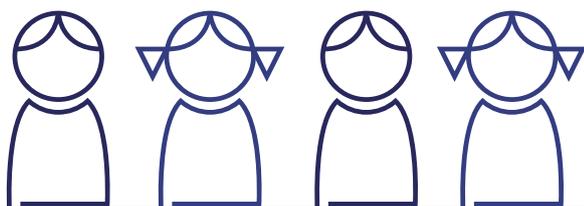
ESEMPI GENERE

ESEMPIO 1

In un gruppo locale le/i leader di una sezione più adulta sono invidiate da quelle più giovani, perché non devono farsi carico delle giovani Guide e Scout che hanno paura nel bosco o hanno delle difficoltà in vari aspetti del campeggio. In questo gruppo più adulto dicono: "A 14 anni ci siamo liberati dalle ragazze Hello Kitty", ovvero rimangono solo quelle che si divertono a sporcarsi le mani nelle attività all'aperto. Un altro gruppo poco distante ha un approccio differente verso i membri più giovani. Ponendosi la domanda "chi se ne va?", si sono resi conto che era necessario proporre dei programmi alternativi e un migliore equilibrio fra attività all'aperto e al chiuso per mantenere le ragazze più adulte.

ESEMPIO 2

Le/i leader hanno notato che nel loro gruppo, quando si svolgevano giochi fisici all'aperto e una ragazza dal carattere deciso ne era responsabile, non tutti ritenevano che stesse svolgendo un ruolo adatto a una ragazza o una donna. Per capire meglio le sfide esistenti, hanno iniziato una discussione con i membri del gruppo e le loro famiglie sulle aspettative nei confronti delle donne in posizioni di leadership. Hanno inoltre tentato di illustrare ai membri e alle famiglie le svariate possibilità che il Guidismo e lo Scouting femminile offrono nello sviluppo, grazie all'assunzione di nuovi ruoli. Infine, hanno modificato il programma per far provare nuovi ruoli a piccoli passi e incoraggiare i membri a riflettere sulle loro esperienze al fine di migliorare l'apprendimento. Tali piccoli passi sono risultati più accessibili e hanno spinto più membri a esplorare ruoli di genere. Inoltre, le/i leader hanno creato dei momenti per valutare il programma e identificare le frustrazioni, per mantenerlo educativo e stimolante, e al tempo stesso garantire il coinvolgimento e la soddisfazione dei loro membri.



ESEMPI GENERE

ESEMPIO 3

Un gruppo locale aveva iniziato a perdere le sue ragazze teenager. Dopo aver parlato con quelle che avevano lasciato l'unità, le/i leader hanno scoperto che l'abbandono era dovuto all'inizio del ciclo mestruale. Si sono resi conto che le condizioni di campeggio nei boschi (senza la possibilità di smaltire i prodotti igienici e la mancanza di docce) erano un ostacolo per le ragazze, soprattutto se queste non erano a loro agio a parlarne con le/i leader. Una barriera è stata rimossa, fornendo informazioni sullo smaltimento di tali prodotti come parte del briefing standard per il campo. Le/i leader che si stavano preparando a portare i/le giovani in campeggio, hanno discusso come approcciare il tema durante la formazione. La questione delle docce è stata più complessa da risolvere, ma le/i leader hanno chiesto alle ragazze di rivolgersi direttamente a loro se avessero bisogno di un accesso regolare o più facile alle docce.

ESEMPIO 4

Qualche anno fa, alcuni scienziati dell'Università di Waterloo e della Duke University hanno identificato una lunga lista di aggettivi e verbi come femminili e maschili. Successivamente hanno analizzato un popolare sito per la ricerca d'impiego per cercare tali parole e tracce di linguaggio con stereotipi di genere. Hanno scoperto che gli annunci di lavoro in settori prevalentemente maschili (come la programmazione di software) tendevano ad usare parole definite come maschili, quali "competitivo" e "dominante", molto di più rispetto ai settori prevalentemente femminili. Una ricerca successiva ha confermato che tali parole diminuiscono l'interesse delle donne per tali posizioni.⁹

Avete considerato il linguaggio che usate per promuovere il programma?



[9] <https://www.forbes.com/sites/hbsworkingknowledge/2016/12/14/how-to-take-gender-bias-out-of-your-job-ads/#7db9f9d11024>



DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ

A CHI PARLIAMO?

- Chi si riconosce nel Guidismo e nello Scautismo e chi ha interesse a diventare membro?
- Chi corrisponde al vostro profilo ideale di Guida o Scout? Chi viene raffigurato nelle immagini per promuovere il Guidismo e lo Scautismo?
- Di chi si perde l'attenzione quando si dice di essere un'Organizzazione di sole ragazze / coeducate? Vorreste acquisire membri di questo gruppo, se sì, sapreste come contattarli?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- I membri necessitano di capacità, doti o risorse specifiche per partecipare o diventare leader? Come si possono ottenere? Possono essere acquisite una volta entrat@? Come viene comunicata questa possibilità?
- I nuovi membri possono partecipare ad attività con membri della stessa età?
- Come si comunica o si attira l'attenzione degli individui che non conoscono o non hanno legami con il Guidismo e lo Scautismo?
- Le persone devono spostarsi per raggiungerci?
- È necessario un minimo di disponibilità in termini di tempo o orari? Siete flessibili sul modo in cui si può diventare membri o partecipare?
- Per Organizzazioni per sole ragazze: come motivare le persone che non conoscono gli ambienti per sole ragazze a partecipare?

CHI RIMANE?

- Chi cresce ed eccelle nel Guidismo e nello Scautismo?
- Tutt@ hanno le stesse possibilità?
- Alcuni modi di partecipare sono maggiormente stimati rispetto ad altri?
- Per Organizzazioni per sole ragazze: i nostri membri ricevono pressioni dai coetanei al di fuori del nostro movimento poiché fanno parte di un ambiente di sole ragazze/donne?

CHI HA INFLUENZA?

- Chi viene ascolt@ e chi prende le decisioni?
- Che informazioni raccogliete a proposito delle persone in posizioni decisionali?
- Cosa succede se qualcun@ non si sente ascoltato? Se notate che una persona non contribuisce? La vostra Organizzazione si rende conto se dei gruppi non stanno dando il loro contributo?
- Per Organizzazioni per sole ragazze: promuovete determinati atteggiamenti nei confronti delle persone che sono al "di fuori degli standard" quando si prendono decisioni?

CHI SE NE VA?

- Fa la differenza chi se ne va e per quale ragione?
- Avete abbastanza informazioni su chi se abbandona e le sue motivazioni?
- Va bene se qualcuno se ne va in determinate circostanze?
- Fa parte della vostra cultura scoprire i veri motivi per l'abbandono, anche se questo significa affrontare opinioni contrastanti?

ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 1

Un'organizzazione non basata sulla fede si è chiesta "chi diventa membro" e ha constatato che i/le giovani musulmani/e erano sottorappresentati rispetto alla popolazione generale. L'organizzazione ha quindi distribuito del materiale pubblicitario in varie città con un'ampia popolazione musulmana e organizzato degli incontri dove le nuove famiglie potessero incontrare le unità. Nonostante tutto poche famiglie hanno partecipato e non si è registrato un aumento significativo di iscrizioni. Ponendo la domanda "chi ha influenza", l'organizzazione ha notato che nessuna persona in posizioni decisionali di origine musulmana era stata invitata alla discussione su come cooperare con altre istituzioni sociali per attrarre una base più ampia. Dei gruppi di lavoro rappresentativi sono quindi stati introdotti per estendere il proprio gruppo di membri.



ESEMPIO 2

In molte organizzazioni, la maggior parte dei membri entrano in un'unità grazie ai genitori che ne cercano una nelle vicinanze e contattano il leader. Se un potenziale membro, nuovo nel paese i cui genitori non parlano la lingua locale e non si sentono abbastanza sicuri per andare al ritrovo, avrà difficoltà a essere coinvolto. Alla domanda "chi entra nel nostro gruppo", un'organizzazione ha analizzato le informazioni date ai genitori e ha iniziato a fornire volantini in varie lingue. Inoltre, si è impegnata a creare legami con le minoranze, trovare i leader delle comunità in grado di aiutarli nei colloqui personali. Un'altra organizzazione ha offerto dei corsi ai propri leader sul tema della comunicazione non verbale per aiutarli nel dialogo.

PERCHÉ QUESTO È IMPORTANTE PER VOI?

Il contesto può variare leggermente tra organizzazioni di sole ragazze e contesti Associazioni di coedukate, ma l'integrazione della dimensione di genere e della diversità è rilevante per entrambi. Sappiamo dal Progetto Genere e Leadership nella Regione Europa (di cui si parla nell'introduzione) che tutte le organizzazioni possono trarre beneficio dall'analisi di questi temi nei loro programmi educativi. I vantaggi possono emergere a livello della crescita, del miglioramento del programma, nel mantenere i membri, ecc.

Nelle organizzazioni per sole ragazze è utile considerare se il programma educativo rispetta tutti i vari interessi tra i diversi membri e non è progettato e basato su un pensiero stereotipato di ciò che le ragazze "dovrebbero" apprezzare o meno, o su un singolo modello di una ragazza.

Nelle organizzazioni coedukate si consiglia di rivedere il programma educativo per garantire che tutti i membri abbiano pari opportunità di approfittare delle attività, essere attiv@ e partecipare a diversi eventi. Il programma deve consentire a tutt@ di impegnarsi in ugual misura.

COS'È UNA BUONA PROGRAMMAZIONE?

**Rendete il vostro programma:
Rilevante, stimolante, accessibile
e incentrato sulla persona a cui è
dedicato.**

→ ACCESSIBILE

L'inclusione e la partecipazione sono intrinsecamente ciò che sta alla base del Guidismo e dello Scautismo. Fa parte della nostra missione "consentire alle ragazze e alle giovani donne di sviluppare appieno il loro potenziale" senza limitare o mettere in discussione quali ragazze e di quale tipo.

Creando un programma educativo che sia inclusivo, promuoviamo la creazione di una comunità, l'apprendimento interculturale e le pari opportunità per tutti le/i giovani indipendentemente dalle

differenze. Questo obiettivo può essere raggiunto organizzando attività specifiche su questi temi, ma anche garantendo che tutti i programmi siano inclusivi, indipendentemente dal genere, dalle capacità, dal contesto geografico o socioeconomico.

→ RILEVANTE

Per coinvolgere i nostri giovani membri, il programma educativo deve essere pertinente e riflettere una comprensione dei loro bisogni e di ciò che conta per loro. Riconoscere gli stereotipi e i pregiudizi che li circondano, le loro aspettative, le opportunità e le sfide che si presentano è vitale per coinvolgere e mantenere i membri.

→ STIMOLANTE

I metodi del Guidismo e dello Scautismo adottano un approccio olistico all'istruzione, assicurando che tutti i giovani membri abbiano l'opportunità di prosperare e di uscire dalla propria zona di comfort in un ambiente sicuro. Fornire loro lo spazio per esplorare aree di sviluppo personale, che non avrebbero altrimenti, è un'opportunità entusiasmante per sfidare gli stereotipi. Fare in modo di trarre il massimo vantaggio da questo approccio è una responsabilità di ciascuno di noi, dal livello nazionale a quello locale. Progettate i vostri programmi in modo che i/le giovani non vedano l'ora di partecipare! Le attività devono essere innovative, divertenti, attive e stimolanti.

→ INCENTRATO SULLA PERSONA

Utilizzate il programma "Guide e Scout femminili" (Girl Guide & Girl Scout) in modo efficace per permettere alle giovani di prendere in mano il loro apprendimento e di approfondire le competenze del 21° secolo (comunicazione, collaborazione, creatività, carattere, cittadinanza e impegno), che il nostro metodo sviluppa al meglio.

Il nostro obiettivo è assicurare che il quadro educativo e i programmi siano utilizzati dalle nostre organizzazioni per incoraggiare i/le giovani a riconoscere e sfidare gli stereotipi che essi stessi possono avere, oltre che a dar loro la fiducia necessaria per prosperare nel mondo esterno, dove tali stereotipi esistono.

PERCHÉ QUESTO È IMPORTANTE PER VOI? (Cont)

PER SAPERNE DI PIÙ

Osservando la struttura educativa specifica del Guidismo e dello Scautismo femminili (GGGS) vale la pena concentrarsi su tre aspetti specifici del nostro metodo: Perché, come e cosa?

PERCHÉ, COME E COSA?

PERCHÉ facciamo quello che facciamo?

Possiamo rispondere a questa domanda a livello macro, risalendo alla nostra missione, o a livello micro, pensando a specifici obiettivi educativi legati alle esigenze individuali di ogni membro. Naturalmente c'è un continuum tra i due. La prima domanda che ci dobbiamo porre quando progettiamo il programma per la nostra Associazione, o le attività educative a livello locale, è "perché" e "cosa voglio raggiungere?". Come educatrici/tori non formali, vogliamo essere sicur@ che le nostre attività siano inclusive e in linea con il nostro scopo e i nostri obiettivi, affinché tutti i membri siano cittadini del mondo.

COME – Questa domanda si collega direttamente al metodo educativo GGGS e alle sue cinque aree: imparare in piccoli gruppi, il mio percorso al mio ritmo, imparare dalla pratica, connettersi con gli altri, in connessione con il mio mondo. Se includiamo queste aree nel nostro programma e le consideriamo in una prospettiva di genere e di diversità, avremo maggiori probabilità di garantire un approccio olistico che ci consenta di accogliere persone con background e identità diverse.

COSA – con riferimento alle nostre attività (campeggio, giochi, volontariato, promozione, ecc...). Vogliamo assicurarci che ciò che facciamo rifletta il nostro scopo e utilizzi il metodo educativo GGGS. Se pianifichiamo una serie di attività, dobbiamo fare in modo che ci sia un programma vario e inclusivo, sapendo, tuttavia, che alcune attività potrebbero non essere pienamente inclusive per alcuni dei nostri membri, ad esempio un'attività fisica molto intensa. L'importante è garantire un approccio olistico globale e impegnarsi continuamente per creare il programma più inclusivo possibile.

Impariamo in modi distinti e siamo appassionati di cose diverse. Dobbiamo tenere presente che la maggior parte delle persone – compresi i nostre/i leader – potrebbe avere pregiudizi inconsci*. Il nostro lavoro come associazione è quello di sostenere le/i leader locali nel riconoscere e comprendere questi pregiudizi e di fornire strumenti (formazione, programmi, supporto, ecc.) Per mettere a valore le differenze. Avere una struttura educativa che incoraggi la valorizzazione di tutt@, creerà uno spazio sicuro, inclusivo e accogliente dove persone con background diversi potranno prosperare.



DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Alcune attività hanno una scarsa partecipazione per motivi di genere? Ad esempio, alcune persone ritengono che un evento/un'attività non sia adatto al loro genere o sia basato su stereotipi?
- Come valutate i bisogni educativi dei vostri membri? Come possono fornire un feedback e come garantite che la voce di tutt@ venga ascoltata?
- Come si può rendere accessibile a tutti una partecipazione paritaria alle diverse attività educative?
- Nel vostro programma educativo utilizzate i termini che esprimono il genere in modo equilibrato come pure le forme femminili e maschili nel vostro linguaggio? Usate una forma più spesso dell'altra e in che modo questo riflette l'equilibrio di potere?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Tutti i singoli membri della vostra organizzazione hanno pari opportunità di partecipare a diverse attività, agire e prendere parte a diversi eventi indipendentemente dal genere?
- Tutti i leader, indipendentemente dal genere, sono ugualmente attivi in tutti i tipi di attività educative e in tutte le fasce d'età?

CHI RIMANE?

- Ogni giovane si sente adeguatamente stimolato e arricchit@?
- In che modo si garantisce che il programma non sia definito in base al genere, ad esempio che le/i leader abbiano aspettative più basse per le ragazze o ragazzi in una particolare attività?

- Come fate a garantire che il programma non sia influenzato e creato su stereotipi di genere?
- Nel vostro programma esistono stereotipi e come potete identificarli? Quali sono gli attuali pregiudizi di genere? Hanno un'influenza sulla decisione di restare nell'organizzazione?

CHI HA INFLUENZA?

- Chi crea le attività per i membri? Chi scrive e sviluppa i vostri programmi educativi?
- Come garantite che venga raccolto il feedback sul programma dei/delle giovani e delle/dei leader di tutti i generi? Chi decide in ultima istanza quale feedback considerare e gli eventuali cambiamenti da fare?
- Chi ha la responsabilità di garantire che il programma non promuova ruoli di genere stereotipati?

CHI SE NE VA?

- Quali informazioni raccogliete sull'impatto e la rilevanza del programma quando qualcun@ lascia l'unità locale?
- Chiedete quali attività le persone che lasciano hanno apprezzato o meno e se alcune di queste hanno influito sulla loro decisione di abbandonare?
- Come si fa a scoprire quali attività scelgono di svolgere in alternativa coloro che lasciano il movimento? Ci sono tendenze? Le tendenze sono specifiche per genere?
- Rivedere il programma educativo potrebbe avere un influsso su coloro che lasciano l'organizzazione e fargli rivedere la loro decisione?

ESEMPI GENERE

ESEMPIO 1

Un'organizzazione ha una forte e continua enfasi sulle attività all'aria aperta e di avventura. Il gruppo ha deciso di fare un'escursione di 2 giorni e ha un programma completo di attività fisiche. Questo programma potrebbe essere perfetto per alcuni membri, ma non tiene conto delle esigenze di tutt@ – ad esempio coloro che amano giocare ai videogiochi, con i numeri, o a cui piace esibirsi di fronte a un pubblico ed essere creativi, ecc. Questi membri possono sentirsi meno inclusi nelle attività all'aria aperta, se sono sempre fisicamente esigenti, e possono avere meno opportunità di padroneggiare un'attività e/o sviluppare e mostrare abilità personali e sociali in questo contesto.

Alcuni membri si sono quindi sentit@ a disagio durante l'escursione e hanno deciso di non partecipare al campo di fine anno, pensando che se l'escursione è stata così "dura" per loro, la vita del campo sarebbe stata peggio. Tenendo questo a mente, le/i leader – rispondendo alla domanda "chi rimane" – hanno riconsiderato il loro programma e stabilito un incontro di pianificazione ogni tre mesi per chiedere ai membri di suggerire attività. Tutt@ si sono sentiti più coinvolt@ nel processo partecipativo e tutte le loro idee sono state considerate e rispettate allo stesso modo, e alcune di esse attuate.

Quando si cerca di contrastare o evitare gli stereotipi di genere all'interno di un programma/unità/gruppo, è importante non creare esclusivamente esperienze che sono tradizionalmente l'opposto.



“Quando si cerca di contrastare o evitare gli stereotipi di genere all'interno di un programma/unità/gruppo, è importante non creare esclusivamente esperienze che sono tradizionalmente l'opposto.”

ESEMPI GENERE

ESEMPIO 2

La lingua ha un aspetto di genere e questo è legato sia alla natura stessa della lingua che al modo in cui ci riferiamo alle posizioni o alle/i leader. Un'organizzazione ha deciso di facilitare il processo di voto per eleggere un capo pattuglia diverso ogni due mesi. La parola che usavano per dire "leader" era di genere maschile e le caratteristiche ad essa associate erano anch'esse 'maschili'. Quando hanno chiesto chi volesse candidarsi, le ragazze si sono sentite escluse perché non si identificavano con tali termini, che non avevano un genere femminile. Ciò ha fatto sì che tutte le pattuglie avessero dei leader uomini.

Spesso possiamo scegliere quale genere usare e l'ordine in cui farlo. Ciò influisce sull'interpretazione dell'equilibrio di potere tra i sessi. Il gruppo in questione ha riflettuto sul risultato ponendosi le seguenti domande: diciamo sempre "uomini e donne" in quest'ordine? C'è un termine generico per capo? Se il nostro linguaggio ha espressioni di genere per leader di sesso femminile e maschile, sono intercambiabili o una è usata più spesso dell'altra?

In tedesco, e in molte altre lingue, la parola leader ha sia una forma femminile che maschile, (Leiterinnen e Leiter), ma la forma maschile prevale nella lingua parlata e scritta. Quando le/i leader del gruppo discutendo questo tema, hanno pensato di introdurre un simbolo alla fine di ogni parola per eliminare la terminazione grammaticale. Un esempio: cap@, sostenit@, mediat@

ESEMPIO 3

Un'organizzazione dal Belgio stava progettando il suo campo nazionale per coccinelle, dove si voleva utilizzare una fiaba classica con potenti draghi sconfitti da un principe per salvare una principessa. Dopo aver usato il kit e aver risposto alle domande "a chi parliamo?" e "chi rimane?", l'organizzazione ha facilitato una discussione fra i membri. Alcuni dubitavano che le fiabe classiche fossero adatte a un'organizzazione inclusiva, mentre altri ritenevano che queste storie facciano parte della cultura nazionale e non debbano essere cambiate. I membri hanno esaminato la questione alla luce delle norme di genere e hanno deciso di comune accordo i passi successivi. La decisione è stata quella di "tradurre" alcune di queste storie tradizionali in modo che riflettessero la società diversificata dell'organizzazione e mostrassero una varietà di ruoli possibili per tutti i generi.



DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ

A CHI PARLIAMO?

- Dove e come condividete le informazioni sul vostro programma educativo? Cosa hanno in comune gli attuali target pubblicitari e il pubblico di riferimento e quali aspetti del vostro programma educativo promuovete?
- Come adattate le diverse attività per consentire a una serie di persone di raggiungere gli stessi obiettivi educativi?
- A quali leader vi rivolgete con la documentazione del vostro programma? Chi si allontana dal programma nazionale dell'organizzazione e ne porta avanti uno regionale/locale? A quali valori, metodi e ideali quest@ leader si collegheranno o si concentreranno come alternativa?
- La vostra comunicazione sui metodi e i programmi educativi raggiunge tutti i membri attuali e i potenziali, assicurando che ricevano le informazioni?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Come procedete per identificare quello che interessa alle/ai giovani?
- Come comunicate alle/ai giovani e alle loro famiglie i valori, i metodi e gli ideali che stanno alla base del programma educativo?
- Come create degli spazi inclusivi dove tutt@ possano sviluppare il loro senso di identità?
- Il vostro programma dà spazio alla diversità religiosa o spirituale?

CHI RIMANE?

- Come identificate le possibili barriere d'accesso a determinate attività che ostacolano i membri?
- Chi riconosce il valore educativo del Guidismo e dello Scautismo?
- Chi si riconosce nel Guidismo e nello Scautismo?

CHI HA INFLUENZA?

- Chi ha la responsabilità di controllare il vostro programma educativo? Come potete assicurarvi di avere la più ampia gamma possibile di punti di vista attraverso la vostra organizzazione?
- Coinvolgete le/i vostri giovani membri nel processo decisionale relativo alle attività?
- Tenete conto delle opinioni esterne di altri attori sociali sul vostro programma educativo?

CHI SE NE VA?

- Quali informazioni raccogliete sull'impatto e la rilevanza del programma quando qualcun@ lascia l'unità locale?
- Chiedete quali attività le persone che lasciano hanno apprezzato o meno e se alcune di queste hanno influito sulla loro decisione di lasciare?
- Tutt@ sono in grado di percepire il senso delle vostre azioni? Il programma educativo offerto permette a ognun@ di svilupparsi e sentirsi all'altezza?



ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 1

Un'organizzazione aveva deciso di includere un'attività sull'arricchimento del programma educativo come parte integrante di un corso di formazione alla leadership per sviluppare la loro offerta. In questa formazione, alle/ ai partecipanti veniva chiesto di proporre il maggior numero possibile di modi diversi per svolgere un'attività educativa. La/il facilitatrice/ tore invitava le/i partecipanti a considerare se la diversità del gruppo target avesse un impatto sul modo in cui l'attività doveva venire svolta. In generale, ne sono emersi modi molto più creativi di realizzare il programma educativo e le sue attività. La/il facilitatrice/ tore divise le/i partecipanti in piccoli gruppi dando ad ogni gruppo un'attività diversa tratta dal programma educativo con cui lavorare. Il compito di un gruppo era, ad esempio, quello di leggere l'attività "cucinare nel campo" dal programma delle coccinelle e pianificare l'organizzazione dell'attività. In un secondo momento la/il facilitatrice/ tore chiese come le/i partecipanti avrebbero modificato il loro piano, se il gruppo target fosse stato composto, ad esempio, da bambin@ provenienti da diversi background etnici o da bambin@ disabili. Tutti i risultati sono stati documentati e inclusi nei suggerimenti per il programma educativo. In questo modo le idee sono state condivise con tutt@ le/i leader a livello nazionale.

ESEMPIO 2

Un campo nazionale doveva essere organizzato per le coccinelle ed le/i leader erano entusiast@ perché avevano trovato una location speciale e memorabile per organizzarlo – un castello. Tre dei 30 gruppi invitati avevano membri in sedia a rotelle e il castello non era accessibile. Alcun@ si sono chiest@ se si dovesse cambiare l'ubicazione ideale, il castello, solo perché 3 gruppi non potevano partecipare. Considerando la realtà da una prospettiva diversa, il team degli organizzatori ha visto questa come un'opportunità per chiedersi "che tipo di organizzazione vogliamo promuovere ed essere?". Hanno concordato che il loro obiettivo era quello di creare un campo inclusivo e accessibile per tutt@, e così hanno collaborato con un'altra organizzazione che aveva esperienza nell'adattamento e nella fornitura di strutture e rampe per persone in sedia a rotelle. In questo modo hanno potuto includere e invitare tutt@ e al tempo stesso educare i membri e le/i leader ad accettare la loro diversità e mostrare alcune soluzioni possibili per creare un evento inclusivo. Le disabilità non sono un ostacolo, ma solo un modo per aprire i vostri orizzonti e, perché no per costruire nuovi partenariati.

ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 3

Un gruppo stava visitando una nuova mostra itinerante sui dinosauri. Le/I leader avevano chiesto alle/i giovani membri di portare denaro se volevano comprare souvenir o regali dal negozio del museo e avevano pianificato un po' di tempo in più a questo scopo. Alcuni@ bambin@ non avevano abbastanza soldi, quindi hanno dovuto passare questo tempo sedut@ su una panchina in attesa che le/ gli altr@ finissero i loro acquisti. Le/I leader, pensando che sarebbero stati necessari solo 10 minuti, non sarebbe stato un problema se alcun@ del gruppo non volevano comprare nulla. Dopo aver riflettuto sull'accaduto, si sono chiest@ se era giusto utilizzare del tempo nei loro incontri/attività per gli acquisti, e cosa si poteva fare se alcune persone non sono finanziariamente in grado o non vogliono. Inoltre, considerando la domanda "chi parte", si è deciso di avere un budget comune come team e di organizzare attività di finanziamento supplementari per far sentire a proprio agio ogni membro del gruppo.



ESEMPIO 4

Per essere inclusiva, un'organizzazione ha considerato alcune idee date per scontato circa il background familiare dei membri. Hanno rivisto e aggiornato il materiale e le forme usate nei loro programmi educativi per assicurare che ci fossero riferimenti a "genitore, badante e/o tutrice/ore" piuttosto che solo a madre e padre. Se le unità svolgono attività per celebrare le festività nazionali, come la festa della mamma o del papà, il vostro programma tiene conto della possibilità che alcuni membri non abbiano madri o padri? E potrebbero voler festeggiare altri membri della famiglia o amic@?

La chiave della filosofia del Guidismo e dello Scouting è la relazione che i suoi membri hanno con la loro comunità. Ciò è incluso nella promessa e nei valori di tante organizzazioni. In molti paesi, le nostre organizzazioni sono una parte preziosa della società che le circonda e ne contribuiscono in modo significativo.

Essere consapevol@ dei temi e delle questioni che toccano le/i giovani d'oggi, ma anche di ciò che sta accadendo nella realtà del vostro paese, vi aiuterà a costruire relazioni forti all'interno del contesto sociale che state affrontando. Avere una comprensione più profonda migliorerà queste relazioni, ma vi darà anche accesso a parti della società che di solito sono trascurate.

Formare partnership con altre organizzazioni a livello nazionale può aiutare la vostra a raggiungere i suoi obiettivi e a migliorare il modo in cui fornisce queste esperienze ai suoi membri.

Stabilire relazioni con organizzazioni che rappresentano minoranze o gruppi specifici è utile per raggiungere nuovi membri, ma anche per acquisire conoscenze su come accogliere persone con esigenze specifiche e a creare uno spazio sicuro per tutt@. Queste conoscenze vi aiuteranno a trattenere i membri di tali gruppi.

I partner giusti possono essere alleati potenti nella costruzione di un'organizzazione più diversificata e inclusiva, un sostegno a raggiungere comunità e gruppi di persone che di solito non aderiscono al Guidismo e allo Scouting. I vantaggi possono includere:

- Le organizzazioni partner hanno già una profonda conoscenza del loro gruppo/comunità, quindi potete usufruirne di questo patrimonio di conoscenze a vostro vantaggio.
- Le persone di quel gruppo/comunità si fidano già di loro. Un ulteriore punto a vostro favore.
- I partner possono essere in grado di aiutarvi a capire perché le/i bambin@ di quel gruppo/comunità non fanno ancora parte della vostra organizzazione, ad esempio a causa del luogo delle riunioni, del tipo di attività intraprese, ecc.

Perché una partnership possa essere di aiuto, quando ne prendiamo in considerazione una, dobbiamo essere consapevoli dei valori e del tipo di partner con cui collaboriamo e di conseguenza quali posizioni rappresentiamo nella società e che persone ci rappresenteranno in futuro. Se vogliamo essere più divers@, dobbiamo assicurarci di avere partner che condividano i nostri valori di inclusione e impegno per la diversità. È anche necessario essere consapevoli del nostro profilo e della nostra immagine all'interno della società*, di chi è attratto da essa e dell'impatto che può avere un nuovo partenariato.



**Il nostro concetto di "società" comprende l'interazione con le famiglie, le/gli insegnanti, le/i nostri pari, i media, le organizzazioni della società civile e le imprese.*

PER SAPERNE DI PIÙ

“IN CONNESSIONE CON IL MIO MONDO”

I metodi educativi del Guidismo e dello Scouting hanno uno stretto legame con il tema fondamentale della “relazione con la società”. Sulla base della missione di WAGGGS, ovvero “permettere alle ragazze e alle giovani donne di sviluppare il loro pieno potenziale come cittadine responsabili del mondo”, dobbiamo pensare a cosa significa essere cittadini responsabili del mondo e come sosteniamo le ragazze e le giovani donne a raggiungere questo obiettivo. Nel metodo educativo della GGGS, l'area direttamente connessa con questo obiettivo è quella che noi chiamiamo ‘In connessione con il mio mondo’. “I giovani membri riflettono su cosa significhi essere un cittadino@ globale intraprendendo progetti comunitari e parlando di questioni che stanno loro a cuore [...] I giovani membri si trovano di fronte alla necessità di adattare il loro apprendimento in modo da poter prosperare in ambienti diversi e coltivare le comunità e gli ambienti che hanno a cuore”. È probabile che nelle attività relative a quest'area del metodo GGGS i membri saranno in contatto e collaboreranno con partner esterni. Nell'ambito del servizio alla comunità, i gruppi istituiranno partenariati con altre ONG e organizzazioni. Nell'esplorazione degli ambienti urbani saranno visibili alla popolazione in senso lato. Anche quando esploreranno la natura attraverso avventure all'aria aperta, le loro attività influenzeranno un ambiente in cui sono coinvolti più soggetti – non solo la flora e la fauna – ma anche l'amministrazione del parco, altri movimenti giovanili o semplicemente le persone che amano la natura. Quando si pensa all'integrazione della dimensione di genere e della diversità nel “rapporto con la società”, è importante tenere presente che anche quest'area (in connessione con il mio mondo) fa parte del programma e che i due aspetti si influenzano a vicenda.

SVILUPPARE PARTENARIATI ESTERNI

Per costruire una partnership di successo con un partner esterno, iniziate con la valutazione delle vostre esigenze. Pensate a dove volete che sia la vostra organizzazione in futuro. In che modo la costituzione di un partenariato vi aiuterà a raggiungere tali obiettivi?

Passate poi alla ricerca di partner adeguati. Assicuratevi che condividano i vostri valori, soprattutto quando si tratta di politiche di genere e diversità.

Per attirare un potenziale partner presentatevi al meglio mettendo in evidenza le competenze della vostra organizzazione. Sviluppate una breve presentazione che illustri i vostri valori e le opportunità di sviluppo comuni. Assicuratevi che il vostro modo di comunicare e agire rifletta i vostri principi e valori.

Quando vi rivolgete a potenziali organizzazioni partner, utilizzate i canali appropriati per contattarle, oltre a stabilire contatti con le giuste persone in posizioni decisionali. Tenete sempre a mente lo scopo e gli obiettivi del progetto proposto.

Una volta trovata una buona organizzazione partner, è il momento di lavorare insieme e co-creare le opportunità, i parametri e il quadro del progetto. È importante definire ruoli, responsabilità e aspettative. Cercate di avere una squadra tanto diversificata come la vostra organizzazione facendo in modo che la voce di tutti sia ascoltata.

Monitorate e valutate sempre la vostra partnership e i potenziali progetti comuni. Non perdetevi di vista i vostri obiettivi iniziali e la motivazione alla base del partenariato – state perseguendoli?

Se avete raggiunto i vostri obiettivi, questo potrebbe essere il momento di formare un nuovo partenariato, o uno aggiuntivo con un'altra organizzazione. Effettuate una valutazione, raccogliete le lezioni apprese, adattate dove necessario e ricominciate il processo.

Per saperne di più sulla creazione di buone partnership, assicuratevi di consultare il kit di strumenti WAGGGS “Partnership strategiche – Come costruire partenariati di successo” (Strategic Partnerships – How to build successful partnerships)¹⁰ (disponibile in inglese).

[10] <https://www.waggs.org/en/resources/strategic-partnerships-toolkit/>



DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Siete consapevoli dei ruoli di genere che rappresentate agli occhi della società?
- Che cosa pensano della vostra organizzazione le altre che lavorano sull'uguaglianza di genere?
- Quali sono le idee dominanti sulle organizzazioni per sole ragazze/co-educate nella vostra società? Che cosa ne pensa l'opinione pubblica?

CHI DIVENTA MEMBRO? (IN QUESTO LAVORO VERSO LA PARITÀ DI GENERE)

- Qual è il ruolo del genere nelle vostre partnership? Come esprimete pubblicamente l'importanza del lavoro sul genere nella vostra organizzazione? Avete politiche comuni?
- Siete riconosciuti@ come esperti della nostra comunità per quanto riguarda le problematiche relative a ragazze e giovani donne e alle questioni di genere?

CHI RIMANE?

- Quale ruolo svolge la vostra organizzazione nella comunità in senso lato e nello sviluppo di idee di identità di genere nello specifico?
- La vostra organizzazione ha seguito le stesse evoluzioni della società in cui è basata per quanto riguarda i ruoli di genere? Questo si riflette nelle vostre partnership?

CHI HA INFLUENZA?

- Siete attivi@ nella comunicazione di messaggi concreti su temi legati al genere nella società?
- Chi rappresenta la vostra organizzazione nelle pubbliche relazioni? Seguite degli stereotipi quando assegnate dei compiti pratici?
- Organizzazioni per sole ragazze: Utilizzate la vostra posizione come organizzazione giovanile femminile per influenzare le discussioni sul genere nella vostra comunità?
- Organizzazioni di coeducate: Utilizzate la vostra posizione di organizzazione competente in materia d'inclusione delle questioni di genere per influenzare le discussioni in materia nella vostra comunità?

CHI SE NE VA?

- La vostra posizione sul genere aumenta o diminuisce la vostra influenza sulla società? Come cambia nel tempo?
- Il genere è un argomento che potete discutere anche con i media, le organizzazioni partner e i genitori dei vostri membri?
- In che misura il genere è un argomento politicizzato nella vostra comunità? Il vostro impegno in questo campo sta influenzando le vostre relazioni con le parti sociali, ad esempio con le imprese locali, il governo o altre ONG?

ESEMPI GENERE

ESEMPIO 1

Un gruppo locale co-educato partecipa al mercatino di Natale della propria città con uno spettacolare stand dove le/i visitatrici/tori visitatori possono sedersi attorno al falò, arrostire la propria salsiccia, le mele con cannella e i marshmallow, e chiacchierare con le/gli altr@. Questa è sia un'importante attività di raccolta fondi che un'opportunità per il gruppo di promuovere se stesso nella propria comunità. Anno dopo anno, leader e membri anziani valutano insieme il successo dell'evento e si rendono conto che non hanno l'opportunità di comunicare la natura più ampia ed educativa del programma del loro gruppo, come l'azione comunitaria nell'ospedale locale e i loro popolari eventi di educazione spirituale. Per il futuro prevedono di offrire alcune attività che le/i visitatrici/tori possono provare mentre sono sedut@ in attesa che le loro delizie cuociano, in modo che la comunità possa sviluppare un'immagine più completa e più accurata del gruppo e del Guidismo e Scutismo.



ESEMPIO 2

Girlguiding UK è un'organizzazione per sole ragazze e al fine di comprendere le esigenze e gli interessi dei suoi membri, effettua un sondaggio annuale fra i suoi membri e le giovani donne al di fuori del movimento per scoprire i temi di maggior rilevanza. I risultati sono pubblicati in una relazione pubblica e costituiscono quindi la base per i programmi e le campagne future. Il rapporto viene diffuso sia al pubblico, attraverso i media, che all'interno dell'organizzazione. È accessibile e scaricabile online da chiunque. In base ai risultati, l'organizzazione può decidere di iniziare, ad esempio, un'azione di lobbying sul governo o su partner esterni. Conducendo questo sondaggio, Girlguiding UK si assicura di sviluppare e pianificare un programma che rifletta i bisogni delle ragazze di oggi e che non utilizzi stereotipi o preconcetti.¹¹

[11] <https://www.girlguiding.org.uk/social-action-advocacy-and-campaigns/research/girls-attitudes-survey/>



DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ

A CHI PARLIAMO?

- Chi è il partner ideale per il Guidismo e lo Scautismo e chi contattereste? C'è un'intesa o sono diversi da voi? State dando priorità ai partner in base a parametri specifici, ad es. finanze o influenza? Esistono altri possibili partner?
- La vostra comunicazione è rivolta a tutti i/le giovani della vostra società, compresi i più svantaggiati e i più deboli?
- Quale idea di Guidismo e Scautismo state comunicando alla società? Quali storie state raccontando? Ci sono parti della società che creeranno un legame con voi più facilmente per via della vostra immagine, dei vostri valori e dalla vostra narrazione?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Con chi siete in grado di creare una partnership? Si tratta sempre della stessa o c'è la possibilità di crearne di nuove?
- Riflettete sulla società in cui vivono i vostri membri? Come vi presentate ai partner esterni e ai futuri membri? Come condividete le vostre politiche e opinioni su temi come la diversità?

CHI RIMANE?

- La vostra organizzazione cresce, si evolve e cambia per riflettere la vostra società?
- Quali pregiudizi avete sui vostri giovani membri, sui leader locali e sui volontari a livello nazionale in termini di relazioni e posizione nella società? Cosa date per scontato a proposito delle loro famiglie, del loro background educativo e lavorativo e della loro situazione finanziaria?

CHI HA INFLUENZA?

- Quali voci nella società sostenete con la vostra scelta di partner e con le azioni che intraprendete?
- Quale influenza hanno i vostri partner esterni sulla vostra organizzazione, sui vostri valori e sul vostro modo di lavorare? Li lasciate influenzare dalla vostra struttura associativa?
- Rappresentate le opinioni e la voce dei vostri membri nella stampa e con le organizzazioni esterne?
- Chi rappresenta la vostra organizzazione nelle pubbliche relazioni? Riflette la vostra visione della diversità all'interno della vostra organizzazione?

CHI SE NE VA?

- Chi si tira indietro dalla cooperazione con voi e perché? Siete sufficientemente informati su chi e perché?
- È giusto porre fine alle partnership in determinate circostanze?
- Potreste perdere dei membri a causa di una partnership?

ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 1

Una statistica di una grande organizzazione mostra che i membri non sono così diversi etnicamente come la società in cui è basata. Negli ultimi anni singoli gruppi basati in città con una vasta popolazione di immigrati hanno fatto pubblicità per attirare queste comunità. Alcuni di questi tentativi hanno avuto successo, altri meno. Questi gruppi si sono quindi rivolti all'ufficio nazionale per chiedere aiuto. L'organizzazione ha deciso di creare partenariati con organizzazioni esterne che lavorano all'interno di questi gruppi di immigrati, per conoscere meglio le loro esigenze e ottenere aiuto nella traduzione della documentazione. La maggior parte dei documenti dell'organizzazione destinati ai genitori dei membri ora esistono in più lingue e sono accessibili a tutti i gruppi. Questo ha aumentato la loro diversità e ha anche reso più facile per i gruppi esistenti pubblicizzare e lavorare con i loro nuovi membri.



L'integrazione della dimensione di genere e della diversità può essere applicata alle finanze, come dimostra la creazione di strutture finanziarie inclusive. Ci concentreremo su tre settori chiave che possono contribuire a tale obiettivo: l'assegnazione dei fondi, il processo decisionale sui bilanci e la garanzia della parità di accesso alle risorse.

Le decisioni finanziarie prese dalla vostra organizzazione in merito al supporto e ai fondi per le varie attività e gruppi hanno un grande impatto su chi è in grado di partecipare e come. Per garantire un approccio inclusivo del genere e della diversità, è necessario riflettere su come allocate le risorse finanziarie (ad esempio attraverso il budget) a livello generale, di gruppi locali e di singoli membri.

Per essere più inclusivi, prestare attenzione alle modalità di assegnazione delle risorse non è sufficiente. Bisogna porre l'inclusione come tema centrale fin dalla pianificazione finanziaria, garantendo che gli organi decisionali siano diversificati e riflettano le esigenze di tutt@. A tal fine, sono necessarie procedure di selezione trasparenti per nominare i membri del gruppo di pianificazione finanziaria e fornirgli una formazione adeguata sulle pratiche finanziarie inclusive.

Le risorse assegnate a volte non vengono utilizzate da chi ne ha bisogno. Ciò può essere dovuto a barriere effettive o percepite, oltre che alla mancanza di conoscenza e consapevolezza. Per accedere concretamente alle risorse, le persone hanno bisogno di informazioni, supporto tecnico (indirizzo postale, conti bancari, accesso alla posta elettronica e a Internet, ecc.) e competenze (compilare un modulo, ecc.).

Un'altra barriera all'accesso alle risorse può essere simbolica. Il trattamento e la gestione riservata delle domande di sostegno finanziario sono un requisito essenziale per rassicurare le/i richiedenti e per spingerli ad approfittare di tali offerte. L'accesso alle risorse e la sensibilizzazione sono due punti che le persone con ruoli decisionali devono tener presente e comunicare ai membri.

Infine, per essere inclusiv@ nelle vostre finanze, è importante che siate flessibili, equ@ e attent@.





DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Assegnate le stesse risorse per raggiungere tutti i generi?
- Assegnate risorse per raggiungere potenziali membri con ruoli di genere atipici?
- C'è una relazione tra genere e posizione finanziaria nella vostra associazione? Ad esempio, attirare la fascia finanziariamente stabile della popolazione, ma non siete troppo popolari o conosciuti dai gruppi e dagli individui meno abbienti?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- La partecipazione di diversi generi è influenzata dalle vostre quote di adesione? Ci sono genitori che sono disposti a pagare di più per i loro figli che per le loro figlie, o viceversa?
- Esiste una correlazione tra le possibilità economiche dei membri e i loro ruoli di genere preferiti? I membri più abbienti sono anche quelli che rientrano più facilmente nelle norme sociali?
- Esiste una correlazione o una connessione tra i membri che hanno maggiori possibilità economiche e le loro aspettative nei confronti di un programma e di attività di Guidismo e Scautismo "tradizionali"? Oppure le attività tradizionali basate sul genere?

CHI RIMANE?

- Siete consapevoli e discutete del potere che il denaro rappresenta nella società e di come questa risorsa viene distribuita nella vostra

cultura organizzativa?

- Nella vostra società e organizzazione, la gestione del denaro è tradizionalmente compito di un genere specifico? Vi sono similitudini tra coloro che prendono le decisioni finanziarie significative?

CHI HA INFLUENZA?

- È possibile per un membro chiedere apertamente alle persone responsabili delle finanze di considerare la prospettiva di genere nel bilancio?
- Viene presa in considerazione una prospettiva di genere al momento di decidere il bilancio?
- Siete consapevoli che il denaro rappresenta potere e quindi è fonte di conflitto, specialmente quando i disaccordi sulla retribuzione dei generi hanno un peso?

CHI SE NE VA?

- Esiste un genere che ha la possibilità di raggiungere un salario maggiore per via del tipo di lavoro e quindi è in grado di continuare a pagare le quote associative, le quote del campo, ecc. meglio di un altro?
- In un'eventuale intervista al momento dell'uscita dall'organizzazione, sono emersi problemi quali la difficoltà di trovare un equilibrio tra vita lavorativa, familiare e volontariato, che potrebbero essere risolti dall'organizzazione stessa offrendo accesso a determinati servizi? Oppure è stata menzionata la mancanza di sicurezza durante il ritorno a casa, se le riunioni si tengono di sera, o altre preoccupazioni specifiche a un genere?

ESEMPI GENERE

ESEMPIO 1

In un'associazione di sole ragazze, la finanza è vista come un ambito tipicamente non per donne o non di loro interesse. La definizione del bilancio spetta pertanto agli alti leader ed è vista come un "male necessario" tra i vari compiti. Le giovani donne leader hanno poca voce in capitolo sugli stanziamenti di denaro e cominciano a sentirsi frustrate. Si rendono conto che devono essere coinvolte nel processo decisionale se vogliono influenzare il modo in cui il denaro viene stanziato.

In questa associazione, i leader senior e junior decidono di lavorare insieme sul bilancio per garantire un maggiore accesso e influenza alle giovani generazioni sulle spese. Ciò aiuta le giovani donne ad acquisire esperienza nel settore finanziario, promuovendo una visione più ampia di ciò che le donne possono fare, incoraggiando l'espansione di ruoli di genere limitanti e aprendo nuove opportunità di autosviluppo e di assunzione di responsabilità.

ESEMPIO 2

Le/i leader di un gruppo locale notano che in alcune famiglie il denaro viene speso soprattutto per finanziare le attività dei membri maschi piuttosto che delle femmine. Per prendere parte alle attività del gruppo, le/i partecipanti devono possedere una divisa, un sacco a pelo e altre attrezzature costose. Le/i leader valutano varie opzioni per risolvere questo problema e propongono le seguenti idee:

- Allentare i loro requisiti sulle uniformi
- Creare un programma per uniformi di seconda mano
- Acquistare attrezzature da campeggio da prestare ai propri membri
- Organizzare delle riunioni iniziali gratuite per permettere ai membri di decidere restare
- Verificare è possibile ridurre la quota associativa e fornire sovvenzioni per coprire le quote del campo

A distanza di un anno, si conta un maggior numero di ragazze. Inoltre, le/i leader realizzano che nuovi membri provenienti da un quartiere a basso reddito sono stati in grado di aderire.



DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ



A CHI PARLIAMO?

- La somma di denaro che chiedete ai vostri membri è adeguata al loro background socio-economico? Offrite delle quote associative progressive?
- Siete un'organizzazione che i vostri potenziali membri possono permettersi?
- Come fate a stabilire le priorità delle diverse unità locali nel vostro budget? Tenete conto di aspetti specifici o privilegiate sempre gli stessi gruppi, ad esempio in relazione alla posizione geografica?
- I vostri modi di stabilire le priorità riflettono o contribuiscono alle strutture socioeconomiche della società e come?
- Come vi finanziate? Ciò influisce sulle pari opportunità o comporta restrizioni o linee guida?
- Quali sono i tipi di attività a cui state dando priorità nel vostro budget? Queste attività raggiungeranno gruppi che non sono tradizionalmente i vostri principali membri?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Chi può permettersi di partecipare? Quante attrezzature sono necessarie per partecipare? È possibile prendere in prestito attrezzature da altri o è necessario acquistarle?
- Avete dei modi per rendere tutte le attività accessibili a tutti i membri?
- Come finanziano le loro attività le/i leader? State esercitando pressioni sulle/i leader affinché si autofinanzino in determinati ambiti delle loro attività?
- Nel caso in cui le/i leader devono anticipare le spese, si sono ritardi nel rimborso? Questo crea pressioni su di loro?

- Avete partner a livello locale che possono sponsorizzare i singoli membri se necessario? Quale posizione hanno i membri sponsorizzati?

CHI RIMANE?

- In che modo le/i leader comunicano le finanze dei loro gruppi? Le/i leader hanno le risorse e il sostegno per farlo?
- Chi può permettersi di continuare a far parte dell'associazione? Se un altro membro della famiglia vuole entrare, possono entrambi permettersi di partecipare?
- Siete consapevoli dei cambiamenti economici nel vostro paese e nella vostra area per assicurarvi di adattare il vostro budget?
- Nei settori in cui delle risorse finanziarie vengono investite per ridurre le barriere all'accesso, avete notato un aumento significativo (statisticamente dimostrato) nel mantenere un gruppo di membri diversificato?



DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ (Cont)

CHI HA INFLUENZA?

- Se esistono meccanismi di sostegno specifici per singoli membri con scarse risorse finanziarie, chi decide chi riceverà il sostegno?
- Disponete di misure per sviluppare l'autonomia dei vostri membri nel prendere decisioni finanziarie?
- Chi decide il bilancio? Quali interessi rappresenta?
- Alcune posizioni all'interno dell'associazione includono privilegi specifici, come il rimborso dei costi? Queste opportunità sono equamente distribuite e disponibili?
- Permettete a istituzioni e partner esterni di influenzare i vostri programmi al fine di ottenere finanziamenti da loro?
- Le persone benestanti hanno più influenza o è più facile per loro raggiungere posizioni di influenza?

CHI SE NE VA?

- Alcuni membri abbandonano perché è troppo costoso partecipare? La pressione delle/i coetane@ per l'acquisto di attrezzature, vestiti, ecc. ha un ruolo importante nel rendere più difficile la permanenza per alcun@ rispetto ad altr@?
- Siete sicur@ che le/i vostr@ volontarie/i non perdano denaro aiutando la vostra organizzazione?
- Quali gruppi fanno fatica a restare e sono finanziariamente più deboli?
- Quali istituzioni e organizzazioni partner iniziano e smettono a finanziare il movimento e per quali motivi?
- I membri se ne vanno in conseguenza di cambiamenti economici nella loro famiglia? Dove possono condividere con voi le informazioni sulla loro difficoltà finanziarie? Se non esiste questa possibilità, perché?



ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 1

Sfortunatamente, nel nostro attuale clima economico, il costo di un hobby influenza la decisione di un membro o delle persona per lei/ lui responsabile di aderire all'organizzazione. Considerate il costo della partecipazione all'organizzazione, sia per adulti che per le /i partecipanti. I posti agevolati spesso sono attribuiti a coloro che provengono da determinati background o zone. Il modello che si usa per pagare la quota associativa potrebbe essere adattato, dando ai gruppi locali la flessibilità di consentire pagamenti a rate.

A causa del modo in cui i gruppi sono gestiti, molt@ leader sono obbligati ad acquistare direttamente le risorse. Anche se le spese sostenute sono restituite, un ritardo nel rimborso può mettere in difficoltà alcuni leader e creare un ostacolo. Fornire un fondo cassa e pagamenti anticipati per delle spese può alleviare questa pressione.

ESEMPIO 2

In un gruppo locale, i bilanci sono decisi con voto di maggioranza dei membri del gruppo. Tuttavia, in questo modo le minoranze, come un membro in sedia a rotelle e persone appartenenti a uno specifico gruppo etnico, non riescono mai a svolgere le attività a cui sono veramente interessate. Come affronterebbe questo dilemma nel vostro gruppo locale?

Per garantire un'organizzazione inclusiva è necessario disporre di un budget per le esigenze aggiuntive. L'organizzazione ha quindi bisogno di un bilancio per sostenere tali gruppi, ad esempio finanziando le quote di persone svantaggiate, adattando o spostando i luoghi di incontro per essere accessibili a tutti o sviluppando nuovi programmi e attività più inclusivi. Questi aspetti sono specifici per ogni organizzazione e dovrebbero essere presi in considerazione in sede di elaborazione del bilancio, erogazione delle sovvenzioni e ricerca di finanziamenti e sostegno esterni

ESEMPIO 3

Un gruppo locale fatica a ricevere fondi da alcuni finanziatrici/tori esterni. Sanno che i partner danno particolare rilievo a tutti gli aspetti dell'organizzazione e alla promozione della diversità. I finanziamenti esterni possono essere una risorsa preziosa per molte organizzazioni, che dovrebbero considerare con attenzione quali finanziamenti esterni ricevano e quali invece vogliono ricevere. È importante che queste i partner esterni riflettano i nostri valori.

Il gruppo locale ha quindi deciso di cercare partner esterni e istituzioni ponendosi le seguenti domande: hanno profili di genere e di diversità inclusivi? Sono attivi nella promozione della parità e della diversità di genere? Dopo aver

analizzato i diversi profili, hanno creato una lista con i possibili finanziatori che rispettano i valori del Guidismo e dello Scouting. Inoltre, hanno riflettuto sull'immagine che la loro organizzazione comunicava ai partner. Hanno confrontato il loro approccio all'inclusione con quello delle organizzazioni di finanziamento, scoprendo punti da migliorare. Inoltre, per chiarire la loro identità, i membri del gruppo locale hanno aggiunto un paragrafo speciale sul loro sito relativo alla diversità e all'inclusione. In questo modo comunicavano chiaramente ai finanziatori la loro apertura verso diversità. Se un'organizzazione ha un messaggio chiaro può costruire partnership più forti.

STRUTTURA E GESTIONE



La struttura di un'organizzazione determina il modo in cui gli individui e i gruppi si relazionano tra loro al suo interno. Definisce chi prende le decisioni e come vengono stanziati le risorse limitate.

L'organizzazione della vostra associazione influenza anche il modo in cui i vostri membri agiscono e il tipo di persone che saranno in grado di assumere ruoli di leadership più elevati. Coloro che hanno funzioni decisionali e che si incontrano di persona solo due volte all'anno devono essere in grado di esprimere le loro opinioni anche quando lavorano a distanza (telefono, e-mail, skype, ecc.). Partecipare a un gruppo di lavoro che si riunisce solo nella capitale sarà più difficile per le persone che vivono molto lontano, non guidano o non hanno accesso ai trasporti pubblici.

È quindi molto importante garantire che le vostre strutture siano sicure, diversificate e aperte. Una struttura aperta che mira ad invitare e rappresentare tutti nella vostra comunità, vi aiuta a raggiungere questo obiettivo.

Attrarre membri di diversa provenienza è tanto importante quanto garantire che la vostra organizzazione rappresenti uno spazio accogliente e sicuro per le persone di ogni estrazione sociale, in modo che decidano di rimanere.

La vostra organizzazione dovrebbe già avere una missione e una visione, ma avete una dichiarazione per definire come i singoli membri vengono trattati?

Questa potrebbe essere definita una dichiarazione di inclusione o di principi, ecc. Qualunque sia il suo nome, deve contenere gli standard che tutti i membri devono rispettare e costituisce la base per le relazioni interpersonali. Punto focale è la definizione delle modalità per creare uno spazio in cui tutti sono benvenuti e coloro che sono emarginati all'esterno del movimento possono sentirsi liberati da stigmatizzazioni, discriminazioni e oppressioni basate sulla propria identità.

Per essere più efficace, la dichiarazione dovrebbe essere creata da un gruppo eterogeneo e condivisa con tutti i membri.





DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Avete una quota per la rappresentanza maschile/femmine in una delle vostre strutture, ad esempio personale, consiglio di amministrazione, comitati? Avete valutato la necessità o l'utilità di un contingente?
- Come descrivete la/il candidat@ ideale per le vostre posizioni di leadership? È basato sul genere? La descrizione del ruolo include il linguaggio con riferimenti al genere?
- Chi definisce le regole da impiegare per decidere come usare il genere nella lingua, se applicabile? Chi si sente a proprio agio con queste regole?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Che tipo di sussidio erogate per i familiari o altre responsabilità esistenti?
- Come si definiscono le responsabilità e i ruoli nei progetti? Considerate solo le competenze e l'esperienza acquisite in ruoli formali, o ci sono altri criteri che la vostra organizzazione considera importanti?

CHI RIMANE?

- Come fate a garantire che ognun@ possa essere quello che desidera?
- Come trattate i diversi stili di leadership? Come vi accertate che vengano riconosciuti i diversi stili?

- In che modo la vita personale dei vostri membri ha un impatto sulla loro posizione di leadership all'interno della vostra associazione? C'è spazio per la flessibilità all'interno delle strutture e questa è noto al pubblico, invece di dover essere discussa caso per caso?

CHI HA INFLUENZA?

- Quali caratteristiche hanno in comune le persone in posizioni di leadership?
- Chi alza la voce durante le riunioni importanti? Come gestite il rispetto e le pari opportunità di parola durante questi incontri?
- Quale influenza hanno i vostri partner e donatori sulla vostra struttura e sui vostri valori? Sono legati alla strategia di altre associazioni per quanto riguarda le questioni di genere? Hanno il potere di cambiare la vostra struttura/gestione e i vostri valori?

CHI SE NE VA?

- Chi rimane più a lungo in posizioni di alto livello? Quali ruoli sono di solito ricoperti solo brevemente?
- Se qualcuno parte prima della fine del suo mandato, o se le persone non rimangono in un particolare posto, cosa potete capire da coloro che se ne vanno?

ESEMPI GENERE

ESEMPIO 1

In un'organizzazione co-educata, due uomini ricoprono due delle posizioni più alte, uno ha quarant'anni, l'altro sessanta. Durante una riunione trimestrale del gruppo dirigente, i due uomini parlano per la maggior parte del tempo e raramente vengono convinti dalle opinioni dei membri più giovani del gruppo. Con il passare degli incontri sempre meno persone osano proporre nuove idee. Le/i nuov@ leader si sentono insicuri e inadeguati, tendono a lavorare troppo per dimostrare il loro valore, ma poi si arrendono e se ne vanno dopo due o tre anni. Un gruppo dedicato all'interno dell'organizzazione si chiede "chi ha influenza" e "chi lascia" e si rende conto che deve prendere provvedimenti per garantire che un maggior numero di giovani e donne siano coinvolti nei processi decisionali.

ESEMPIO 2

La creazione di un "gruppo di monitoraggio del genere" può essere un ottimo strumento per osservare la vostra organizzazione dal punto di vista della diversità e delle questioni di genere. La missione di tale gruppo è quella di riferire regolarmente sulle relazioni e sull'equilibrio nella rappresentanza tra individui e gruppi (diversi generi, minoranze/maggioranze eteronormatività/LGBT).

L'obiettivo del gruppo di monitoraggio può essere definito come la mappatura della situazione di genere nell'organizzazione. Esso contribuisce alla parità tra i sessi fornendo dati aggiornati basati su analisi. Uno dei compiti principali del gruppo è quello di raccogliere dati numerici (ad esempio, la rappresentanza dei generi negli organi decisionali), analizzarli e interpretarli per verificare se le relazioni di genere sono equilibrate all'interno dell'organizzazione. Inoltre, può essere un punto di contatto per i membri a qualsiasi livello per esprimere preoccupazioni o idee riguardo tema genere nell'organizzazione.





DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ

A CHI PARLIAMO?

- Quali valori fondamentali promuovete? In che modo tali valori sono inclusivi nei confronti sia dei membri/non membri sia delle/i volontari@ e del personale?
- A chi vi rivolgete per il reclutamento di volontar@? Chi includete ed escludete nei vostri criteri di selezione?
- A chi viene offerta la partecipazione alle assemblee annuali e alle assemblee generali?
- Chi si sente incluso dal linguaggio usato dai livelli più elevanti della leadership nell'associazione?
- In che modo le persone che occupano posizioni di autorità nella vostra organizzazione sono diverse l'una dall'altra? Sotto che aspetti sono simili? In che misura questo rappresenta l'intero gruppo di membri?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Chi si può identificare con le diverse posizioni nell'associazione?
- Come si definiscono le responsabilità e i ruoli nei progetti? Quali sono le caratteristiche più comuni dei vostri attuali team di progetto/gruppi di lavoro?
- Come includete i vostri valori fondamentali nel processo di reclutamento?

CHI RIMANE?

- Avete una politica sull'accessibilità di tutte le sedi utilizzate dall'organizzazione?
- Esaminate l'accessibilità nel suo complesso in un determinato periodo di tempo, ovvero mese, semestre, anno, ecc.?

- Quali criteri considerate nel definire le responsabilità, l'organizzazione, le scadenze, ecc.?
- Quali calendari culturali utilizzate quando pensate all'organizzazione annuale?

CHI HA INFLUENZA?

- Chi è in grado di creare una rete e uno status all'interno della struttura di gestione dell'associazione?
- Le persone responsabili della gestione sono rappresentative dal punto di vista della distribuzione geografica, del sesso, età, livello di istruzione, stato sociale, ecc.? Oppure tutt@ coloro che occupano posizioni di leadership sono simili in un modo o nell'altro?
- È facile passare dal livello locale e quello nazionale all'interno dell'associazione?
- Chi decide chi sono le/i responsabili di progetto?
- Come sapete di essere veramente guidat@ dai vostri membri?

CHI SE NE VA?

- Chi non ha risorse per impegnarsi in una posizione di leadership?
- Come viene garantito un buon tasso di rotazione delle/dei volontar@ e del personale per bilanciare il cambiamento e la continuità? Quando è positivo che qualcuno lasci il proprio posto? Come si affronta la pianificazione delle successioni per garantire la diversità?

ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 1

Con l'espressione inglese "soffitti di cristallo" si indicano delle barriere invisibili che permettono solo a un certo tipo di individui di salire in una gerarchia.

All'inizio della carriera, la maggior parte delle persone ha la possibilità di raggiungere una posizione più elevata. Ma man mano che le persone salgono la scala gerarchica, dei "soffitti di cristallo" fanno sì che solo coloro che sono favoriti dalla cultura organizzativa riescano a raggiungere le posizioni più importanti. Di conseguenza, sempre lo stesso tipo di persone con una mentalità simile sono coinvolte nelle decisioni chiave e hanno la maggiore influenza all'interno dell'organizzazione. Come assicurate nella vostra organizzazione che tutt@ abbiano la possibilità di avanzare e di assumere posizioni decisionali? Nel quadro della formazione interna spesso lavoriamo con molte persone per prepararle a posizioni di leadership o gli forniamo le competenze necessarie, ma una volta terminata la formazione non possono mettere in pratica quanto appreso o raggiungere tali posizioni a causa di barriere invisibili.

ESEMPIO 2

Spesso accade che, invece di investire tempo e risorse per trasformarsi in un'organizzazione veramente diversificata con varie possibilità di accesso, ci si limita a pochi esempi di diversità, dei cosiddetti "trofei".

In realtà, non è possibile raggiungere la diversità semplicemente selezionando alcune persone che rappresentano una comunità più diversificata o facendo in modo di avere sempre diversi generi che lavorano insieme su alcuni progetti. In questo modo il problema viene risolto solo temporaneamente e superficialmente. Per essere inclusiv@ a livello organizzativo, è necessario un cambiamento profondo su un periodo di tempo lungo con uno sforzo congiunto di tutt@ i membri.



PER SAPERNE DI PIÙ

QUOTE: BENEFICI, LIMITI E ALTERNATIVE?

Le quote sono un metodo per garantire la rappresentanza di un particolare gruppo che subisce discriminazioni all'interno di una popolazione più numerosa. Vengono attuate garantendo che un certo numero di persone appartenenti al gruppo discriminato abbiano accesso a posizioni o opportunità. Ad esempio, diversi paesi europei, come Francia e Norvegia, hanno quote per garantire che un numero minimo di membri del consiglio di amministrazione delle società quotate in borsa siano donne. Molti paesi in tutto il mondo riservano seggi nei loro parlamenti alle donne, dall'Argentina al Bangladesh fino al Ruanda. Le squadre nazionali sudafricane di cricket hanno una quota minima per gli sportivi di colore. Nell'ambito del Guidismo e dello Scautismo, le quote potrebbero imporre che un numero minimo di posizioni a livello nazionale sia occupato da persone di età inferiore ai 30 anni, o i ruoli più alti siano sempre ricoperti da un uomo e una donna.

Riservare un determinato numero di posizioni a gruppi specifici (sottorappresentati) nelle elezioni, nelle scuole superiori, nei consigli di amministrazione significa portare avanti una politica di quote. Le quote fanno parte delle azioni positive, ovvero quelle "azioni volte a rendere l'istruzione, l'occupazione, ecc. accessibili ai membri di gruppi che tradizionalmente sono stati trattati ingiustamente, ad esempio a causa della loro razza o del loro sesso" (Dizionario Cambridge).

Perché le quote sono così spesso utilizzate e documentate? Perché si tratta di un approccio quantitativo facilmente applicabile e molto esplicito. Può portare rapidi cambiamenti ed è un segnale potente della volontà di cambiare la struttura. Le quote danno vita a modelli, che incoraggiano quelle persone che altrimenti non si proporrebbero per un determinato ruolo. Tuttavia, le quote definiscono il risultato auspicato, non il processo migliore. Ovvero si definisce solo la quantità e non la qualità. Ciò può portare ad un'apparente parità, ma non ad un cambiamento culturale a lungo termine. Avere più persone con le caratteristiche desiderate può lentamente legittimare la loro posizione, ma

inizialmente gli sarà richiesto uno sforzo maggiore.

Le quote possono talvolta rafforzare le questioni culturali creando un nuovo stigma per le persone sottorappresentate: le loro capacità sono messe in discussione e criticate; sono considerate illegittime a causa del sistema di quote stesso. Tuttavia, gli studi dimostrano che le quote non influiscono sulla qualità del reclutamento. Le persone non sono incompetenti a causa della discriminazione positiva, ma possono mancare di esperienza a causa del precedente reclutamento discriminatorio.

Spesso si ricorre alla politica delle quote senza prendere in considerazione alternative, anche se le quote stesse non costituiscono una soluzione magica! Pochi studi hanno analizzato altri processi di inclusione; pertanto, le alternative sono meno documentate. Questo è un punto problematico vista la carenza qualitativa della politica delle quote, che sono realmente efficaci solo se implementate con altre misure in una prospettiva a lungo termine.

Queste alternative sono caratterizzate da cambiamenti nel nostro modo di lavorare. Di seguito sono riportati tre esempi :

- Aiutare la/le popolazione/i sottorappresentata/e a proporre candidati@ sicur@ di sé, attraverso formazione, coaching, supporto finanziario, ecc.
- Cambiare le strutture e le abitudini, ad esempio la programmazione e l'orario di una riunione, le regole interne, gli obiettivi e la valutazione, ecc.
- Cambiare la cultura attraverso l'istruzione e la formazione (spiegando gli obiettivi della discriminazione positiva, condannando la discriminazione, ecc.).

Dopo aver utilizzato questo kit per valutare la vostra situazione attuale, potreste individuare disuguaglianze nella vostra organizzazione, che le quote potrebbe alleviare. Nel decidere se applicarle o meno, dovete consultare attentamente tutte le parti interessate. Compreso il gruppo per cui volete creare le quote, come ad esempio le/i giovani membri di una religione minoritaria, o persone che attualmente occupano posizioni di leadership minori al di sotto dei 30 anni.¹²

[12] <https://doi.org/10.1111/1467-9248.12116>

INTRODUZIONE

L'inclusione della dimensione di genere e della diversità nel programma di formazione è essenziale per due motivi.

In primo luogo, il vostro programma di formazione è un palcoscenico importante in cui i vostri valori e le priorità delle vostre azioni vengono trasmessi e rafforzati. Proprio come con il programma educativo, il vostro programma di formazione può essere un modo per comunicare una cultura di apertura, diversità e cura per tutt@ gli individui. Le/i formatrici/tori che imparano questo dal vostro programma continueranno questo buon lavoro in qualsiasi area siano assegnati all'interno dell'organizzazione, diffondendo questi valori positivi. Pertanto, è importante formare al meglio!

In secondo luogo, è essenziale considerare gli ostacoli all'accesso alla formazione. Se nella vostra società alcune persone possono beneficiare della vostra formazione, mentre per altr@ è più difficile farlo, ciò va a svantaggio sia dei singoli che dell'organizzazione stessa. Costruire e mantenere un'organizzazione vivace e diversificata significa garantire a tutt@ la possibilità di partecipare in tutti gli ambiti che desiderano. Chiunque dovrebbe essere in grado di accedere a una buona formazione. Potreste rendervi conto che alcuni gruppi hanno bisogno di maggior sostegno di altri.

La formazione mira a emancipare i singoli dal punto di vista mentale, sociale, fisico, emotivo e spirituale per svolgere i vari ruoli che assumerà nella vita. La formazione deve consentire a un individuo di realizzare appieno il proprio potenziale di crescita e sviluppo personale, garantire la soddisfazione sul lavoro e sviluppare ulteriormente le capacità di leadership. In particolare, la formazione in materia di genere o diversità fornisce alle/i partecipanti le conoscenze, le competenze e i valori che consentono loro di contribuire all'attuazione efficace della strategia di inclusione della dimensione di genere e della diversità nella loro organizzazione o nel loro paese.

L'inclusione è un viaggio. Dobbiamo sempre adattarci ai cambiamenti della società – l'inclusione non è mai completa. Per questo motivo dobbiamo costantemente formare noi stessi e gli altri sugli sviluppi in questo campo. La formazione in materia di genere e diversità non è un obiettivo per sé, né un singolo strumento per attuare l'inclusione della dimensione di genere e della diversità. Essa fa parte di un insieme più ampio di strumenti e strategie. Tale formazione dovrebbe essere integrata in un processo continuo e a lungo termine. Lo strumento di inclusione sviluppato dalla WAGGGS è una delle possibilità che ci fornisce delle linee guida per essere più inclusivi e ci può accompagnare in questo viaggio.

“La formazione deve consentire a un individuo di realizzare appieno il proprio potenziale di crescita e sviluppo personale, garantire la soddisfazione sul lavoro e sviluppare ulteriormente le capacità di leadership.”



DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Le descrizioni della formazione sono neutre in termini di genere?
- Organizzazioni per sole ragazze: i corsi di formazione sono previsti pensando che alcune attività siano più “adatte” e appropriate per le ragazze?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Esistono corsi di formazione rivolti specificamente all'uno o all'altro sesso?
- Ci sono quote di genere per i corsi di formazione su particolari aree di lavoro? Ce ne sarebbe bisogno?

CHI RIMANE?

- Che tipo di formazione specifica offrite per lavorare sulle questioni di genere?
- La formazione sulle questioni di genere fa parte della training regolare delle altre aree?
- Tutti i sessi / entrambi i sessi ritengono le vostre formazioni rilevanti?

CHI HA INFLUENZA?

- I corsi di formazione sulla leadership discutono gli stereotipi legati a tutti i generi e alla leadership stessa?

CHI SE NE VA?

- Verificate le ore di formazione che tutti i generi ricevono nella vostra organizzazione?





DOMANDE SUL TEMA DIVERSITÀ

A CHI PARLIAMO?

- Quali criteri vengono utilizzati per selezionare chi può accedere alla formazione? L'età è privilegiata? Competenze particolari?
- Chi decide quali persone possono accedere alla formazione?
- Come decidete quali corsi di formazione offrire? Le persone possono richiedere una certa formazione per se stessi o per interi gruppi di volontari/personale?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- I singoli individui, o i loro gruppi locali, devono pagare per la formazione? Qual è l'impatto di tutto ciò?
- La formazione presuppone un'esperienza specifica o un'istruzione precedente?
- In che modo assicurate che gli aspetti logistici dei vostri eventi formativi soddisfino le esigenze delle/dei partecipanti?
- Come supportate le/i partecipanti che sono anche tutori/tori o genitori?

CHI RIMANE?

- Quale supporto viene offerto ai partecipanti che hanno difficoltà con il contenuto di un corso di formazione?
- Quali sono le caratteristiche comuni delle/dei vostri formatrici/tori? Che cosa li rende diversi? In che modo riflettono la popolazione complessiva del vostro paese e della vostra organizzazione?
- Chi rimane per diventare formatrice/tore?

CHI HA INFLUENZA?

- Chi riceve una formazione per diventare formatrice/tore e quindi è in grado di definire la formazione stessa?
- Come vengono prese le decisioni sulla formazione da offrire? Chi può richiedere una formazione per sé o per gli altri?
- Chi progetta i moduli di formazione? Il processo di pianificazione è trasparente?
- Le/i partecipanti forniscono un feedback dopo ogni formazione? Questo feedback influisce sui futuri corsi di formazione? In che modo?

CHI SE NE VA?

- Per quanto tempo le/i vostri formatrici/tori rimangono nei loro ruoli? Quante volte vengono riqualficati?



ESEMPI DIVERSITÀ

ESEMPIO 1

L'organizzazione effettua una valutazione delle persone che hanno frequentato diversi tipi di formazione nel corso di un anno per stabilire se le/i partecipanti rispecchiano tutte le categorie dei vari membri (sesso, aree geografiche, gruppi di età, lingua, origine etnica, religione, disabilità, ecc.). Inoltre, valuta se le/i partecipanti siano equilibrati e rappresentativi dei potenziali gruppi target. Ad esempio, i gruppi di migranti e le diverse lingue sono rappresentati in maniera proporzionale alla società? I membri e le/i partecipanti alla formazione includono una rappresentazione equa di tutte le ragioni o alcune aree sono sottorappresentate? Se vengono riscontrate delle discrepanze, l'organizzazione può interrogarsi sulle cause e cercare possibili soluzioni.

ESEMPIO 2

Tutti i membri/formatrici/tori partecipano alla formazione sulla diversità e tutti i moduli di formazione includono una parte sulla diversità. La composizione di un gruppo di formatrici/tori può inviare un messaggio forte sul tipo di partecipanti che ci si aspetta prenderanno parte ad una formazione. Non vedere nessuno come voi tra le/i formatrici/tori, può far sentire una/un partecipante estraneo o divers@ nel modo "sbagliato". È quindi importante prestare particolare attenzione al reclutamento delle/i formatrici/tori e cercare di garantire che un mix equilibrato di futuri formatrici/tori. I membri dei gruppi minoritari non sono trattati solo come rappresentanti del loro background, ma piuttosto come individui con una determinato bagaglio culturale e competenze diversificate. Ad esempio, una persona con disabilità fisica non deve limitarsi al ruolo di specialista del Guidismo e Scautismo con disabilità, ma è libera di scegliere altri aspetti che maggiormente la interessano. L'organizzazione collabora con altre Associazioni/Enti e approfitta della loro esperienza nella promozione della diversità per organizzare nuovi corsi di formazione o creare moduli più ampi.

ESEMPIO 3

Un'organizzazione ha difficoltà ad attirare le/i giovani migranti ed è consapevole che la sua formazione non ha affrontato la questione di aprire i gruppi locali ad una partecipazione più diversificata. Pertanto, ha istituito un gruppo di lavoro per sviluppare un modulo di formazione

sulla diversità per le/i leader delle unità. Si è premunita di creare tale gruppo con membri provenienti da contesti diversi, poiché si è resa conto che lavorare con la diversità e provenire da background diversi non sono la stessa cosa. Tuttavia, le due prospettive sono centrali per sviluppare nuovi modi di lavorare.

CONSIGLI

PER UNA FORMAZIONE ACCESSIBILE

- Per massimizzare l'inclusione in una formazione si consiglia di insegnare in modo tale prendere in considerazione i vari tipi di apprendimento.
- Incoraggiare le/i partecipanti a valutare il modo migliore di apprendere, ad esempio attraverso un sondaggio sugli stili preferiti di presentazione dei contenuti.
- Il passaggio da una modalità all'altra può offrire alle/i partecipanti diversi modi di esprimere concetti difficili, ad esempio una persona che preferisce pensare visivamente può avere difficoltà a seguire un concetto semplicemente ascoltando una lezione. Incoraggiar@ ad "abbozzare" l'idea può aiutar@ a visualizzare il concetto e comprenderlo. Proponete una formazione in cui i concetti sono spiegati sia verbalmente che mediante l'uso di un diagramma/grafico, che ne dimostri la logica. Utilizzate audio e video.
- Creare un'aula accogliente per tutt@ e uno spazio sicuro.
- Quando si usano riferimenti culturali, storici o sociali, spiegate prima il contesto e poi scendete nei dettagli. Non tutt@ i partecipanti alla formazione provengono dallo stesso background. Spiegare il contesto di un riferimento/eseempio aiuterà a promuovere la diversità, evitando così di escludere alcune persone fin dall'inizio.
- Riducete al minimo i vincoli economici. Le Guide e gli Scout che frequentano un corso potrebbero disporre di risorse limitate ed essere imbarazzate nel dire che non possono permettersi il materiale, le fotocopie o semplicemente un normale taccuino. Avere copie di riserva per quest@ partecipanti garantirà loro la possibilità di partecipare senza doversi preoccupare. Chiarite che, in caso di problemi o preoccupazioni particolari, possono sentirsi liberi di parlarne con voi come formatrici/ tori per ricevere aiuto.
- Elencate tutt@ i partecipanti per nome e assicurarsi che ricevano credito o riconoscimento per i suggerimenti o i contributi apportati. Questo aiuta a garantire che tutt@ si sentano le/i benvenut@ e componenti importanti nella formazione che vengono presi sul serio. Si tratta di un approccio particolarmente utile in situazioni in cui alcun@ possono sentirsi a disagio, come le/i partecipanti di minoranza (in base alla razza, al sesso, alla classe, ecc.) o che possono avere un punto di vista impopolare o controverso.

USO DEL KIT PER RENDERE UN EVENTO INCLUSIVO

L'inclusione delle questioni di genere e della diversità è importante per molte aree di attività all'interno delle organizzazioni a tutti i livelli: nazionale, regionale e locale.

In questo capitolo vogliamo mostrare, passo dopo passo, come l'intero kit può essere usato come strumento di riferimento e come i capitoli possono essere utilizzati assieme e sovrapposti.

Lo illustreremo lavorando sul processo di sviluppo e creazione di un potenziale evento. Dall'idea iniziale dell'evento alla sua analisi e valutazione dopo il suo svolgimento, vi accompagneremo lungo l'intero viaggio.



Questo approccio agli eventi può anche essere usato e correlato con il ciclo di gestione di progetto, illustrato nel terzo capitolo.

1 IDENTIFICAZIONE – IDEA DI ORGANIZZARE UN EVENTO

Avete avuto un'idea brillante per un evento, è solo un seme, ma sboccherà.

Durante le prime fasi di sviluppo, assicuratevi di esplorare tutti gli aspetti e le potenzialità dell'evento. Considerate i diversi modi in cui potreste realizzarlo, lavorando al tempo stesso per raggiungere i vostri obiettivi. Un buon modo per farlo è il brainstorming con un gruppo eterogeneo di persone, o un gruppo che rifletta il vostro pubblico target.

Lasciando tempo e spazio per questo tipo di consultazione e permettendo a tutti di esprimersi, creerete un evento più accessibile.

Esempi di domande da porre:

- Perché organizziamo un evento, qual è l'obiettivo?
- Chi vogliamo raggiungere? Sono un gruppo definito (unità/gruppo), o possiamo espandere le persone invitate o partecipanti?
- Cosa vogliamo che provino, realizzino o sperimentino?
- Perché dovrebbero essere interessate?
- Abbiamo già organizzato questo tipo di evento? Di chi ha catturato l'attenzione?
- Ci sono parametri fissi o requisiti e insegnamenti che dobbiamo considerare? Per esempio, si tratta di un evento stagionale? Si deve tenere in estate?
- Come possiamo assicurarci che i membri possano contribuire e plasmare l'evento?

Per rispondere a queste domande, si può applicare la prospettiva di genere e diversità facendo riferimento ai seguenti capitoli del kit:

STRUTTURA E GESTIONE

PROGRAMMA EDUCATIVO

RAPPORTO CON LA SOCIETÀ

- **Struttura e gestione** – Assicuratevi di includere la diversità in questa fase e di consultare le varie voci inserendole nel team.
- **Programma educativo** – Se state pensando ad un evento educativo, come si rapporterà con il programma? Attrarrà una varietà di membri? Che tipo di obiettivi cercherete di raggiungere?
- **Rapporto con la società** – Ci sarà un impatto sui membri o sul pubblico? Che messaggio la vostra organizzazione comunicherà alla società attraverso questo evento?

Questa parte del processo si concentra sulla definizione del concetto e consiste nell'identificare la necessità dell'evento stesso. Indagate a fondo perché state proponendo una determinata attività e i suoi obiettivi.

2 II FORMULAZIONE – COME SARÀ L'EVENTO?

Ora avete concordato un concetto per l'evento, i prossimi passi sono quelli di progettare l'evento e realizzarlo.

A) RECLUTAMENTO E GESTIONE DELLE VOLONTARIE/I

STRUTTURA E GESTIONE

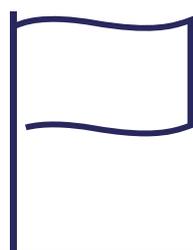
Assicuratevi che i vostri team di pianificazione siano equilibrati e diversificati dal punto di vista del genere, questo non significa solo in termini di numero, ma anche assicurandovi che siano accessibili e accoglienti per tutt@, sia per i membri attuali che nuovi.

FORMAZIONE

Se avete bisogno e offrite formazione alle/i vostr@ volontarie/i, assicuratevi che siano accessibili a tutti i membri del vostro team attuale e futuro.

FINANZE

Il vostro team di volontarie/i può avere diverse esigenze economiche per partecipare pienamente. Assicuratevi fin da subito di avere a disposizione le risorse necessarie per soddisfare le esigenze individuali di ognun@ e la possibilità di rimborso e gestione della logistica



B) PENSARE IN GRANDE: PENSARE IN MODO INCLUSIVO – PIANIFICAZIONE DEL PROGRAMMA

PROGRAMMA EDUCATIVO

Durante la pianificazione del programma dell'evento assicurarsi che sia rilevante, accessibile e interessante per tutt@ le/i partecipanti, offrendo una vasta gamma di attività.

MEMBRI

In che modo coinvolgerete i vostri membri in questa fase di pianificazione e consentirete un feedback? Valutate il fascino di questo evento dal punto di vista di ogni genere e gruppo.

FINANZE

Quando si pianifica il budget dell'evento e i costi per le/i partecipanti, considerare le diverse esigenze economiche dei singoli e delle/i leader/ membri volontarie/i.

RAPPORTO CON LA SOCIETÀ

Utilizzate il vostro evento per creare legami all'interno della vostra società, per raggiungere altre organizzazioni che potrebbero essere in grado di supportarvi nella realizzazione di un programma più diversificato, o che hanno gli stessi valori o obiettivi.

3 COMUNICAZIONE E PARTECIPAZIONE

MEMBRI

Come raggiungerete tutti i gruppi target desiderati per ottenere la [miglior] partecipazione?

FINANZE

Che misure prenderete per assicurare che la partecipazione sia possibile per il vostro gruppo target senza creare delle barriere finanziarie?

Come comunicate ai membri l'esistenza della possibilità di ricevere assistenza finanziaria per coprire i costi di partecipazione? E come farli sentire a loro agio nel richiederla?

RAPPORTO CON LA SOCIETÀ

Come annunciate il vostro evento alla comunità (i) per invitarla a partecipare e (ii) al tempo stesso usare l'occasione per un'azione di sensibilizzazione e di marketing per la vostra organizzazione inclusiva e diversificata?

FORMAZIONE

Se sono richieste abilità o competenze specifiche per partecipare con successo a un evento, dove, quando e come saranno presentate le opportunità di formazione?

4 ATTUAZIONE E MONITORAGGIO – UN EVENTO INCLUSIVO GRAZIE UN'ACCOGLIENZA INCLUSIVA

PROGRAMMA EDUCATIVO

Durante l'evento dovete essere sicuri@ che il vostro programma venga attuato come pianificato e che sia rilevante, stimolante, accessibile e incentrato sulle/i partecipanti, per consentire la piena partecipazione. La flessibilità è fondamentale in caso qualcosa non funzioni.



GESTIONE E STRUTTURA

L'evento può richiedere che le persone svolgano ruoli quali l'accoglienza delle/i partecipanti, la cura delle loro esigenze e il monitoraggio durante tutto l'arco della manifestazione. Può essere necessaria flessibilità se alcuni bisogni non vengono resi noti o previsti in anticipo. Come vengono selezionate e supportate queste persone?

5 VALUTAZIONE – PROCEDURE APERTE ED EQUE

MEMBRI

Questo è il momento giusto per vedere se sia i membri che i non membri si sono sentiti a proprio agio nel partecipare all'evento.

PROGRAMMA EDUCATIVO

Nella valutazione abbiamo la possibilità di verificare se il nostro programma educativo si adatta alle esigenze delle/i partecipanti e agli obiettivi prefissati.

RAPPORTO CON LA SOCIETÀ

Abbiamo lavorato con i partner giusti, abbiamo fatto la scelta giusta? La nostra collaborazione con partner esterni è stata positiva e le nostre aspettative ed esigenze soddisfatte?

Riflettete su come l'evento ha interagito con la società e se le loro percezioni dell'organizzazione sono cambiate

L'evento ha avuto un impatto?

FINANZE

Un'occasione per verificare se i fondi utilizzati da e/o per i gruppi che intendevamo sostenere e se le nostre priorità nel nostro bilancio corrispondono alle reali necessità dell'evento.

STRUTTURA E GESTIONE

Cosa pensano le/gli organizzatrici/tori (staff, volontarie/i e sostenitrici/tori) che sono stat@ coinvolt@ nell'evento? Come sono in grado di dare un feedback e ci saranno delle comunicazioni/risultati condivisi con loro? Quale sarà la loro influenza?

FORMAZIONE

La nostra formazione ha incluso gli elementi rilevanti affinché le/i nostr@ leader possano gestire con fiducia un evento inclusivo?



RISORSE PER LE/I LEADER DELLE UNITÀ

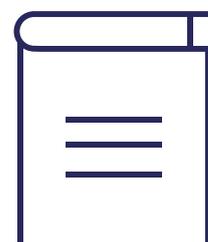


Noi di WAGGGS utilizziamo il nostro metodo educativo, un modello unico di educazione non formale. Questo permette di creare un ambiente di apprendimento in cui le/i giovani possono prendere l'iniziativa e scegliere ciò che fanno. Potete aiutare i vostri membri a rafforzare e sviluppare il loro pieno potenziale.

Il kit è stato sviluppato per essere utilizzato dai consigli di amministrazione e/o dai comitati che operano a livello nazionale o regionale di un'organizzazione. Se si è interessati ad usarlo a livello locale, le 5 domande chiave (come discusso nel capitolo 1), il ciclo di progetto e altri strumenti (nel capitolo 3) possono essere usati esattamente

nello stesso modo. Per tutte le altre domande potete tradurle e applicarle alla situazione del vostro Gruppo o Unità e ottenere un aiuto importante per sviluppare il vostro ambiente di Guidismo e Scautismo.

Ad esempio, invece di chiedersi "a chi viene offerta la partecipazione alle nostre assemblee annuali e alle assemblee generali?" (vedi capitolo "struttura e gestione", domanda sul tema genere) a livello locale si può chiedere "chi è invitato a parlare durante le riunioni di pianificazione?". Altri esempi, compresi i loro legami con le 5 domande chiave, sono riportati nel riquadro "Per saperne di più".



**PER
SAPERNE DI
PIÙ**

DOMANDE SUL TEMA GENERE

A CHI PARLIAMO?

- Nelle foto della nostra pubblicità e del nostro sito web tutti i generi sono presenti in modo equilibrato? Cosa fanno le persone nelle foto?
- Le informazioni che comunichiamo sul nostro programma sono eque in termini di genere? Usiamo sempre la forma maschile, condividiamo esempi maschili, ecc.?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Le nostre attività si rivolgono a un genere specifico, offriamo alle/i partecipanti la possibilità di provare una serie di attività?
- Abbiamo più leader di un genere?
- Per gruppi per sole ragazze: reclutiamo delle tipologie specifiche di Guide o siamo aperti a caratteri atipici che non rientrano negli stereotipi di quello che una ragazza o una donna dovrebbe essere?

CHI RIMANE?

- Per organizzazioni coeducate: Disponete di sistemazioni per il pernottamento separate per genere?
- Con l'avanzare dell'età, i membri di un genere hanno maggiori probabilità di rimanere rispetto agli altri?
- Come comunichiamo ai nostri membri che il Guidismo e lo Scautismo femminile non sono intesi solo per le ragazze "avventurose" o "femminili"? Facciamo uno sforzo consapevole per mostrare apertura a una serie di personalità?

CHI HA INFLUENZA?

- Ci sono regole nella tua organizzazione secondo le quali certe funzioni e ruoli dovrebbero essere ricoperti da certi generi? Avete considerato se questo è effettivamente utile o meno? Tali regole possono avere più o meno successo nel favorire l'equilibrio di potere e di influenza.
- Chi viene nominato leader, chi no? Come decidiamo se una/un leader può partecipare ad un corso di formazione?
- Chi partecipa regolarmente a manifestazioni pubblicitarie o di reclutamento? Che messaggio trasmette?
- Quando chiedete le opinioni delle/i partecipanti, tendete ad ascoltare di più un genere specifico?

CHI SE NE VA?

- Sapete chi lascia il gruppo: la maggioranza appartiene a un genere specifico?
- State valutando le ragioni per cui qualcun@ lascia il vostro gruppo?
- Organizzazioni per sole ragazze: le ragazze che non si adattano all'immagine o alla tipologia 'tradizionale' si sentono benvenute o se ne vanno con il tempo?

PER SAPERNE DI PIÙ

DOMANE SULLA DIVERSITÀ:

A CHI PARLIAMO?

- Come comunichiamo all'esterno che non vogliamo essere un gruppo "chiuso"? Trasmettiamo, ad esempio, a tutti gruppi sociali che il Guidismo e lo Scouting sono aperti anche a loro?
- Abbiamo materiale informativo in diverse lingue?
- Comunichiamo apertamente che anche i membri della comunità LGBT sono benvenuti?
- Il nostro materiale pubblicitario/ di reclutamento mostra una varietà di partecipanti e leader?

CHI DIVENTA MEMBRO?

- Come possiamo essere più aperti verso le/gli altr@ bambin@ (che non sono ancora membri)?
- Le/i bambin@ devono compiere lunghi tragitti per partecipare? Avete mai considerato quali richieste rivolgete alle/ai leader?
- Avete mai considerato quali richieste rivolgete a un leader? Questo viene comunicato apertamente all'interno del gruppo?
- Quanto costa diventare membro, considerando la quota di iscrizione e altri costi "nascosti" come le uniformi? Esiste sostegno per
- le/i ragazz@ o le/i leader che altrimenti non potrebbero permetterselo?

CHI RIMANE?

- Dove comunichiamo? Tutt@ le/i bambin@ del gruppo hanno le stesse informazioni (considerando le chat di gruppo, i media digitali, ecc.)?
- Comunichiamo in modo tale che anche le famiglie con un basso livello di istruzione abbiano accesso alle nostre informazioni e

comprendano il nostro messaggio?

- È possibile per le famiglie con un budget limitato ottenere un supporto finanziario per l'attrezzatura delle/i loro figlie/i per le attività di Guidismo? Cerchiamo tali opportunità e le comunichiamo?
- Conosciamo la situazione familiare delle/dei bambin@? Dimostriamo tatto nell'informarci sulle circostanze familiari, dal momento che non sappiamo se la domanda possa suscitare imbarazzo alla famiglia o alla/al bambin@?
- Ci sosteniamo a vicenda nel fare in modo che tutt@ le/i leader sperimentino un progresso personale?

CHI HA INFLUENZA?

- Diamo un'immagine aperta delle attività che offriamo? Diamo l'impressione di essere capaci di accettare feedback e domande?
- Se le/i leader non si comportano in modo aperto e equo o non comunicano in questo modo, chi fornisce loro un feedback o chi ne discute con loro?
- Tutt@ le/i bambin@ hanno l'opportunità di suggerire idee su eventi e attività?

CHI SE NE VA?

- Riflettete sui motivi per cui qualcun@ si lascia il vostro gruppo?
- Disponete di procedure per affrontare situazioni difficili quando qualcun@ vuole abbandonare?

RISORSE PER LE/I LEADER DELLE UNITÀ



In un team di leader, è consigliabile concentrarsi su alcuni punti che si desidera cambiare. Se di recente molt@ ragazz@ hanno lasciato l'organizzazione, avete altre ragioni per riflettere sulle questioni di genere e alla diversità, rispetto a coloro che notano una diminuzione delle ragazze e un aumento dei ragazzi. È altrettanto importante cercare di avere una maggiore diversità dei leader a tutti i livelli.

Anche se avete un sacco di membri e un buon mix, ha comunque senso ed è fruttuoso discutere le seguenti domande, per esempio nel vostro team di leader. Questo vi permetterà di guadagnare esperienza e sviluppare un programma per Guide e Scout ancora migliore e più equilibrato.

Un tema importante è sempre quello delle tradizioni. È nostro compito come Guida o Scout continuare a mettere in discussione le nostre tradizioni, rituali e cerimonie. Questi costituiscono una parte importante della cultura del Guidismo o dello Scautismo e ci aiutano a sentirci parte del

gruppo. Ma ci separano anche dagli altri, il che può anche essere problematico. Come leader, dovete fare attenzione e considerare criticamente se certe tradizioni e rituali potrebbero escludere cert@ bambin@ o leader dal gruppo.

Abbiamo creato un elenco che può aiutarvi a iniziare e/o continuare il vostro percorso di inclusione.

Il lavoro sui temi di genere e sulla diversità comprende molte aree distinte che possono essere specifiche per un gruppo e richiedere un adattamento.

Di seguito sono riportate due elenchi, per la pianificazione e per l'implementazione. Sono brevi e facili da applicare. Aiutano un'apertura mentale quando si pensa ai contenuti e alle idee per l'attività pianificata. Con il tempo e la pratica, il vostro team di leader sarà in grado di controllare questi aspetti in modo quasi automatico, quando pianificate i vostri programmi.

LISTA:

DURANTE LA PIANIFICAZIONE

Considerate come sono composte le squadre per le vostre attività.

Pianificare le attività in modo che ogni bambin@ abbia l'opportunità di mostrare i propri punti di forza.

Pianificate le vostre attività in modo olistico e utilizzate i metodi Guide e Scout.

Impiegate metodi diversi in modo equilibrato nel corso dell'anno.

Assicuratevi che la pianificazione del programma venga eseguita in modo congiunto e paritario.

Offrite attività tipiche per "ragazza" o per "ragazzo", in gruppi separati per genere, per creare spazi sicuri

In gruppi misti, se il numero di ragazze nel gruppo o nelle unità è molto più elevato di quello dei ragazzi, o viceversa, rivedete il programma e la struttura di leadership per capire perché ci si rivolge più a un gruppo che a un altro.

LISTA:

DURANTE L'ATTIVITÀ

Tutt@ hanno la possibilità di essere leader a un certo punto?

Quando comunichiamo con le/i bambin@ e i genitori, diamo un'immagine equa - le/i leader di entrambi i sessi hanno pari opportunità e competenze altrettanto apprezzate. Ad esempio, sia le/i leader machi che femmine possono condurre attività manuali e giochi più avventurosi.

Le persone di tutti i generi preparano spuntini durante l'attività?

Il nostro atteggiamento nei confronti delle/dei bambin@ è sempre positivo, di sostegno, di apprezzamento e orientato alla soluzione?

APPENDICE: GLOSSARIO



CHE COS'È IL GENERE?

Il genere si riferisce ai ruoli, i comportamenti, le attività e gli attributi che una determinata società, in un determinato periodo considera appropriati per uomini e donne... Tali attributi, opportunità e relazioni sono un costrutto sociale e vengono appresi attraverso i processi di socializzazione. Sono relativi al contesto e al tempo come pure modificabili. Il genere determina le aspettative, ciò che è permesso e il valore in una persona in un contesto specifico. Nella maggior parte delle società esistono differenze e inuguaglianze fra le responsabilità assegnate a donne e uomini, le attività svolte, l'accesso e il controllo delle risorse e le opportunità decisionali. Il genere rientra in un contesto socio-culturale più ampio, dove altri criteri sono rilevanti per l'analisi socio-culturale stessa, quali classe, razza, livello di povertà, gruppo etnico, orientamento sessuale, età, ecc.¹³

Anche se molti parlano di genere e alla diversità riferendosi solo a uomini e donne, è importante notare che alcuni individui non si identificano con nessuno dei due sessi

CHE COS'È LA DIVERSITÀ?

“La diversità è ciò che differenzia ognun@ di noi – un mix di molte dimensioni diverse tra cui etnia, genere, pensiero, gusti, background ed esperienze che influenzano le nostre prospettive”.¹⁴

CHE COS'È L'INCLUSIONE?

L'inclusione è il processo di valutazione delle implicazioni di qualsiasi azione pianificata per tutt@ le/i beneficiari previsti, comprese le politiche e i programmi a tutti i livelli. È una strategia per rendere le preoccupazioni e le esperienze di tutti gli individui parte integrante della progettazione, attuazione, monitoraggio e valutazione delle politiche e dei programmi, in modo che tutt@ ne possano beneficiarne in egual misura. L'obiettivo finale è raggiungere l'uguaglianza.¹⁵

CHE COS'È L'INTERSEZIONALITÀ?

Essa è legata alla natura interconnessa delle categorizzazioni sociali e culturali, che includono fra le altre razza, classe, salute, genere e sessualità. L'intersezionalità è il modo in cui ciascuna di queste categorie si applica a un determinato individuo o gruppo e all'esperienza creata dalle identità che si sovrappongono, creando a loro volta sistemi interdipendenti di discriminazione o svantaggio.

Maggiori informazioni sull'intersezionalità si consiglia il video di Kimberle Crenshaw – pioniere sulla teoria critica della razza e creatore del termine intersezionalità – dove esplora la realtà della razza e pregiudizi di genere: https://www.ted.com/talks/kimberle_crenshaw_the_urgency_of_intersectionality

CHE COS'È LA NEUTRALITÀ DI GENERE?

Neutrale dal punto di vista del genere significa che un elemento, un'attività, un'esperienza sono adatti, applicabili o comuni a tutti i generi.

COSA SIGNIFICA LGBT?

LGBT è un acronimo usato per riferirsi a persone lesbiche, gay, bisessuali e transgender.

Lesbica è un termine usato per descrivere persone di sesso femminile che sono attratte emotivamente, spiritualmente, romanticamente ed eroticamente da altre persone di sesso femminile.

Gay è l'aggettivo usato per descrivere persone attratte fisicamente, romanticamente e/o emotivamente da persone dello stesso sesso. Per le donne si usa di preferenza il termine lesbica (come nome e aggettivo).

Bisessuale si riferisce a una persona che prova un'attrazione duratura di natura fisica, romantica e/o emotiva per persone dello stesso sesso o per quelle di un altro. Le modalità e l'intensità dell'attrazione può variare nel corso della loro vita.

Una persona transgender ha un'identità di genere che è diversa dal sesso che le è stato assegnato alla nascita. Le persone transgender possono essere uomini dall'aspetto femminile o donne dall'aspetto maschile. Si consiglia di riferirsi a queste persone usando la loro identità di genere, non il loro sesso.¹⁶

CHE COS'È L'ORIENTAMENTO SESSUALE?

Si riferisce all'attrazione fisica, romantica e/o emotiva di una persona verso altre. Ognun@ ha un orientamento sessuale che fa parte della propria identità.

CHE COS'È L'IDENTITÀ DI GENERE?

È il senso innato del proprio sesso, maschile, femminile o altro, che può corrispondere o meno al sesso assegnato alla nascita.

CHE COS'È L'ESPRESSIONE DI GENERE?

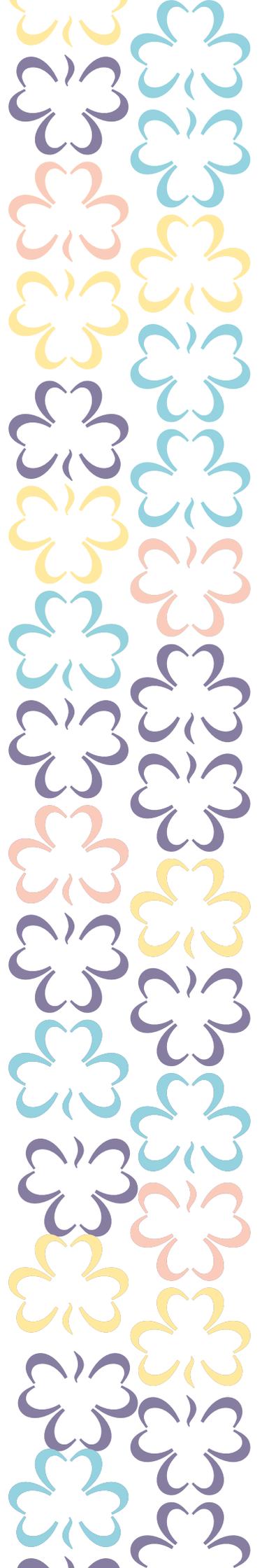
L'espressione di genere è il modo in cui una persona sceglie di esprimere il proprio genere nel contesto delle aspettative sociali rispetto al genere. Una persona che non soddisfa le aspettative sociali di genere può, tuttavia, non essere necessariamente definita transgender.

[13] <http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>

[14] Centre canadien pour la diversité et l'inclusion

[15] Adapté de la définition de l'intégration dans les conclusions concertées de l'ECOSOC, 1997 <http://www.un.org/womenwatch/osagi/pdf/e65237.pdf>

[16] <https://www.glaad.org/reference/lgbtq>





Association Mondiale des Guides et des Eclaireuses

Bureau Mondial
Centre Olave
12c Lyndhurst Road
Londres NW3 5PQ
Royaume Uni

T: +44 (0) 20 7794 1181

 @waggs

  @waggs_world

www.waggs.org



Association caritative enregistrée sous le
numéro 1159255 en Angleterre et au Pays de Galles