



ERASMUS+ 2025/2026

Tutta mia la città

Project Code: 2025-1-IT03-KA154-YOU-000298918

MANUALE PER GIOVANI IN PARITÀ

Guida pratica e metodologica per l'attivismo giovanile, la parità di genere e la riscoperta della memoria collettiva negli spazi pubblici

Introduzione

Il **Manuale Giovani in Parità** è un documento operativo e formativo che nasce dall'esperienza diretta e dalle metodologie consolidate all'interno del progetto *Tutta mia la città*. Questa guida pratica si propone come uno strumento per supportare, orientare e rafforzare l'attivismo giovanile, promuovendo attivamente la parità di genere e accrescendo la consapevolezza diffusa sulla sottorappresentazione delle donne sia nel linguaggio quotidiano sia negli spazi pubblici.

Le linee guida qui contenute non devono essere intese come regole rigide o imm modificabili, bensì come percorsi consigliati e flessibili: una mappa dinamica pensata per orientare le azioni locali e indicare le migliori direzioni metodologiche da seguire.

Il manuale risponde a una duplice esigenza: da un lato, garantire l'uniformità strategica e la replicabilità delle attività formative e dei laboratori in contesti territoriali differenti (assicurando uno standard comune di qualità nei risultati finali, come le guide e le mappe di genere); dall'altro, mantenere un elevato grado di flessibilità per accogliere e valorizzare le specifiche peculiarità, la creatività e i bisogni espressi da ciascun territorio.

Infine, il manuale pone un'attenzione strutturale alla sostenibilità a lungo termine del progetto. Fornisce indicazioni chiare affinché le pratiche avviate continuino a produrre impatti positivi e duraturi anche oltre il termine del finanziamento, integrandosi nelle realtà associative locali, stimolando nuove collaborazioni istituzionali e potenziando le reti di cittadinanza attiva.

1. Tecniche di coinvolgimento e proposizione delle tematiche

Il coinvolgimento attivo delle giovani generazioni richiede metodologie orizzontali, capaci di trasformare le partecipanti e i partecipanti da spettatori passivi a co-progettisti dell'innovazione sociale. Questa sezione offre indicazioni pratiche su come animare le comunità locali e decostruire i divari di genere attraverso l'arte, la socialità e il gioco.

1.1 Iniziative di animazione

Per trasformare le/i giovani in protagonisti di cittadinanza attiva è necessaria l'adozione di un approccio dinamico e trasversale che permetta ai gruppi di lavoro di integrarsi efficacemente nel tessuto sociale locale e nazionale, connettendo le attività del progetto con eventi/campagne di sensibilizzazione e reti già esistenti nelle comunità. Riteniamo che questa confluenza offra occasioni imperdibili per la divulgazione, ne potenzi l'impatto e consenta di raggiungere target solitamente estranei.

A titolo esemplificativo, per dare suggerimenti e concretezza all'affermazione di cui sopra, si indicano le occasioni specifiche e le modalità di sovrapposizione relative al progetto *Tutta mia la città*:

- *Giornata contro la violenza sulle donne* – a Licata le giovani siciliane hanno animato la cerimonia di premiazione del concorso *Oltre gli stereotipi: la mia voce, la mia storia*; dal palco del Teatro Comunale, le stesse hanno condiviso con la cittadinanza il programma Erasmus, i risultati del lavoro di mappatura urbana e le riflessioni sulla prospettiva di genere maturate durante il percorso Erasmus.
- *Festival dell'Eredità delle Donne* – a Pisa, il gruppo toscano ha preso parte alle iniziative promosse dall'Ateneo, creando un ponte diretto con gli eventi del *Festival* e coniugando la riflessione accademica con l'esperienza Erasmus.
- *Festa del volontariato* – a Lodi, il gruppo lombardo è sceso in piazza distribuendo cartoline illustrate autoprodotte e volantini relativi al progetto Erasmus, realizzati e disegnati durante i laboratori della prima mobilità e gli incontri quindicinali, dimostrando come la grafica e l'arte possano diventare potenti strumenti di divulgazione e animazione civica.
- *Convegno Internazionale di Toponomastica Inclusiva* e premiazione del concorso nazionale *Sulle vie della parità* – il gruppo romano ha potenziato la diffusione del progetto, raggiungendo gruppi e categorie del tutto estranee, sfruttando la concomitanza delle due mobilità giovanili con appuntamenti scientifici e culturali paralleli.

Per stimolare la riflessione pubblica e "seminare" consapevolezza nel tessuto urbano, si raccomanda l'adozione di azioni ad alto impatto visivo e performativo. Un esempio efficace è rappresentato dai **Flash-Mob urbani**: interventi rapidi, coordinati e coreografici nello spazio pubblico pensati per attirare l'attenzione della cittadinanza su tematiche specifiche legate alla disparità di genere.

A questo proposito, una significativa testimonianza diretta è stata l'esperienza a Lodi del gruppo di giovani in mobilità Erasmus+, che ha preso parte attiva a *One Billion Rising*, lo storico flash mob promosso da una ricca rete di associazioni locali e caratterizzato da un'ampia partecipazione delle scuole del territorio.

1.2 Metodologie di coinvolgimento giovanile

Educazione non formale e il *Learning by doing* (Imparare facendo)

L'apprendimento attivo si realizza attraverso workshop pratici in cui i/le giovani "mettono le mani in pasta". Gli strumenti digitali diventano in questa fase dei canali d'elezione, avviando innanzitutto l'analisi critica dei Social Media, con sessioni collettive di studio di brevi video su TikTok o post su Instagram e Facebook per individuare gli stereotipi di

genere. L'esercizio pratico consiste nel creare, direttamente con lo smartphone, storie o brevi video capaci di "smontare" lo stereotipo individuato con un linguaggio immediato, producendo un *output* rapido e condivisibile. Con l'utilizzo di applicazioni gratuite o del registratore vocale, si possono produrre, quindi, "pillole" audio su tematiche di genere, intervistandosi a vicenda o leggendo brevi testi critici, sviluppando così sintesi ed espressione orale.

Peer Education (Educazione tra pari)

Valorizzare il confronto e lo scambio di esperienze in un ambiente simmetrico e solidale, preferibilmente guidato da "giovani ambasciatori/ambasciatrici per la parità" appositamente formate. Si possono condividere pillole biografiche ed esperienziali in spazi in cui raccontare un episodio personale legato a uno stereotipo o a un'ingiustizia di genere, promuovendo l'empatia e la comprensione che il vissuto individuale inserisce in un quadro sociale più ampio. Oppure si possono formulare brevi domande "vero o falso" o a scelta multipla su dati e fatti curiosi relativi alla parità (es. divari salariali o percentuali storiche di scienziati), stimolando la ricerca autonoma e lo spirito di squadra.

Creazione di spazi inclusivi e pratiche di facilitazione

Garantire un clima sicuro, accogliente e privo di giudizio, accessibile a qualunque giovane indipendentemente dal contesto socio-economico, etnia, credo o orientamento. Si raccomanda l'uso sistematico del *Check-in* all'inizio dell'attività (esprimere in una sola parola il proprio stato d'animo rispetto al tema) e del *Check-out* al termine (condividere ciò che si porta via dall'incontro), consolidando l'ascolto attivo e la coesione del gruppo.

Riconoscimento dell'autonomia locale e cooperazione interregionale

Sostenere l'indipendenza dei gruppi territoriali nella pianificazione dei programmi e nella rimodulazione degli itinerari. Per sopperire a eventuali rimodulazioni dei finanziamenti (come nel caso dei laboratori di gestione editoriale), si suggerisce l'attivazione di laboratori virtuali integrati: gruppi regionali con maggiori competenze possono formare e collaborare con i gruppi di altre regioni, per accrescere le competenze digitali e la sicurezza di tutte le persone partecipanti.

1.3 Strategie di proposizione e connessione internazionale

La comunicazione deve adottare un linguaggio chiaro, accessibile e privo di tecnicismi specialistici. Le attività pratiche collegate includono:

- La presentazione e la frequenza condivisa del MOOC sul linguaggio di genere dell'Università Ca' Foscari, stimolando il conseguimento individuale dell'attestato.
- L'analisi visiva della segnaletica e della cartellonistica stradale urbana per rintracciare i condizionamenti di genere latenti.
- Workshop di progettazione grafica digitale tramite l'uso di Canva, Photoshop, InDesign con il supporto di esperte/i.

Ogni percorso locale deve connettere le proprie azioni all'orizzonte globale dell'**Agenda 2030** delle Nazioni Unite, mostrando chiaramente come il micro-attivismo territoriale contribuisca in modo diretto al raggiungimento dell'**Obiettivo 5 (Parità di Genere)** e dell'**Obiettivo 10 (Ridurre le disuguaglianze)**, evidenziando come la parità costituisca un valore e un potenziamento per l'intera comunità.

2. Approfondimenti sulla lingua e gli spazi pubblici in relazione alla sottorappresentazione delle donne

Questa sezione costituisce il nucleo centrale della ricerca-azione del progetto, offrendo gli strumenti teorici e pratici per decostruire l'invisibilità del genere femminile nella memoria collettiva e nei luoghi fisici.

2.1 Analisi critica delle disuguaglianze

Toponomastica e visione patriarcale

La sproporzione numerica tra strade intitolate a uomini e strade intitolate a donne non è casuale, ma riflette l'assetto storico del potere decisionale e la svalutazione del merito storico femminile. L'analisi deve partire dal recupero dei dati statistici locali e nazionali per rendere tangibile tale divario.

Il linguaggio di genere come limite o libertà

Studio dell'impatto del maschile sovraesteso e delle asimmetrie valutative nella lingua, intesi come fattori che condizionano e vincolano la libertà di pensiero e perpetuano la discriminazione. È essenziale promuovere buone pratiche correttive, quali l'uso della doppia desinenza, i nomi epiceni e le riformulazioni neutre, per restituire piena visibilità istituzionale e professionale alle donne.

2.2 Strumenti operativi per i gruppi locali

I gruppi di lavoro, guidati dalle facilitatrici e dai facilitatori, utilizzano materiali informativi strutturati (saggi brevi, schede tematiche e checklist) per analizzare i contesti locali. Attraverso sessioni di *Circle Time* e di *debriefing* finale, le/i partecipanti esaminano criticamente messaggi pubblicitari sessisti e ne curano la rielaborazione pratica su carta o in digitale, modificando i *claim* e i *visual* per proporre immagini positive, eque e inclusive. La riflessione si estende alla responsabilità etica della comunicazione visiva, intesa come un potente strumento di educazione e cambiamento socio-culturale.

3. Sezione illustrativa dei percorsi creati dai giovani per gli itinerari di genere

Gli itinerari di genere rappresentano la traduzione sul campo della ricerca storica e toponomastica. Di seguito si riportano i modelli progettati dai diversi gruppi regionali coinvolti nel progetto, utili come linee guida per future replicabilità.

3.1 I modelli regionali di itinerario

Gruppo Toscana

Ha strutturato due percorsi differenti: il primo, nel centro storico di Firenze, focalizzato sulle figure femminili chiave della famiglia Medici; il secondo, all'interno delle aule e dei corridoi dell'ateneo pisano, volto a riscoprire le scienziate storiche che vi hanno operato.

Gruppo Lazio

Durante le due mobilità romane, il gruppo ha realizzato e spesso guidato numerosi percorsi culturali e formativi alla scoperta della storia e della memoria femminile, lungo le vie del centro (Popolo-Spagna-Navona-Ghetto-Trastevere) e della periferia (Roma Nord), nei musei (Galleria Spada), nei siti archeologici (Appia antica) e panoramici (Gianicolo) e nelle aree verdi (Villa Pamphili) della città. I diversi itinerari hanno dato voce e visibilità a figure storiche, mitologiche e leggendarie, rileggendo gli spazi urbani e l'arte attraverso una prospettiva di genere.

Gruppo Sicilia (Focus su Licata)

Ha delineato due proposte volte a valorizzare l'impronta femminile nella storia locale: *Itinerario 1 (Figure storiche di Licata)*, focalizzato sui luoghi simbolo, sulle abitazioni e sui contesti operativi di donne licatesi che hanno segnato la storia della città. *Itinerario 2 (Villa Comunale e Madri Costituenti)*, incentrato sulla toponomastica all'interno della Villa Comunale "Regina Elena", lungo le traverse di Via Salso e nel quartiere le cui vie e corti sono dedicate alle Madri Costituenti.

Gruppo Lombardia

Il progetto lombardo si è sviluppato su tre itinerari dedicati alla storia femminile del territorio: il primo, su Lodi, ha riscoperto i luoghi delle sue figure storiche più illustri ed è stato percorso in occasione della mobilità; il secondo, su Pavia, ha valorizzato le donne eminenti dell'ateneo locale; il terzo, su Milano, ha analizzato le presenze femminili nella memoria territoriale dei distinti ambiti municipali, producendo fanzine distribuite nelle occasioni pubbliche di disseminazione del progetto.

3.2 Standard di documentazione e linee guida per la creazione

Per creare un nuovo itinerario di genere, i gruppi aderenti devono seguire una “ricetta” metodologica rigorosa, che parta dalla mappa urbana e dalla consultazione sistematica di archivi storici, biblioteche comunali, fonti orali del territorio e piattaforme online specializzate. Il passo successivo deve essere l'organizzazione e la catalogazione rigorosa delle informazioni geografiche e biografiche collegate ai monumenti o ai siti individuati, di cui si procede al rilevamento geolocalizzato. Segue la sperimentazione effettiva dell'itinerario, seguendo sia le mappe cartacee, che favoriscono l'orientamento spaziale, sia le indicazioni di Google Maps: vengono calcolate le distanze reali e i tempi effettivi di percorrenza, e segnalate eventuali barriere architettoniche e il loro possibile superamento/aggiramento. Infine si costruisce il percorso di *storytelling* coinvolgente, che integri descrizioni dettagliate, motivazioni delle scelte fatte dalle giovani ideatrici e repertori iconografici di alta qualità (mappe, fotografie, elementi grafici). Ove possibile, l'itinerario fisico deve essere integrato con codici QR per l'accesso immediato ai contenuti digitali e arricchito da riflessioni dirette e citazioni delle giovani progettiste, per preservarne l'autenticità.

4. Metodologia condivisa di mappatura

Per garantire l'omogeneità scientifica dei censimenti toponomastici nelle diverse regioni, il manuale adotta la metodologia consolidata dall'associazione *Toponomastica femminile*, **che conduce alla definizione statistica dell'Indice di femminilizzazione**, il cui calcolo si basa su un parametro fondamentale per quantificare oggettivamente il divario di genere stradale. Esso non rappresenta un semplice dato numerico, ma riflette l'orientamento culturale e i preconcetti storici di una città.

I/le giovani operano direttamente sui portali ufficiali **ANNCSU.it** (Anagrafe nazionale dei numeri civici delle strade urbane) e **ISTAT.it**, navigando tra gli stradari ufficiali dei singoli Comuni per setacciare le vie, isolare e catalogare gli odonimi maschili e femminili. **Inoltre, se riferiti ai propri territori, i rilevamenti statistici possono essere seguiti da verifiche sul campo che consentono di agire come cittadinanza attiva, segnalando alle autorità competenti, errori, mancanze, deterioramenti delle targhe.** Attraverso griglie operative e l'uso combinato del *Learning by doing* e della *Gamification* (es. l'utilizzo didattico del gioco *Toponomastica femminile Memory International*), i gruppi giovanili possono assumere il ruolo di “sentinelle della memoria”,

monitorando interi campioni e trasmettendo i dati scientifici aggiornati alle responsabili nazionali dei censimenti.

4.1 *Dalla mappatura all'azione politica e urbana*

Attraverso sessioni condotte con la metodologia dell'*Open Space Technology*, le/i giovani elaborano soluzioni concrete da sottoporre alle amministrazioni comunali, articolate su tre livelli di intervento:

- 1. (Livello Normativo) - Equità toponomastica.** Promozione e diffusione di emendamenti specifici da inserire nei Regolamenti comunali per la toponomastica, affinché l'equilibrio di genere diventi un criterio vincolante e strutturale per le future intitolazioni di spazi pubblici.
- 2. (Livello Storico-Biografico) - Madri Civiche.** Identificazione di una rosa di 10-15 figure femminili d'eccellenza legate alla storia del territorio (nel campo della scienza, dell'arte, della politica o del sociale) meritevoli di memoria pubblica, da segnalare ufficialmente alle commissioni toponomastiche.
- 3. (Livello Urbano-Creativo) - Visibilità oltre la Via.** Interventi di rigenerazione urbana e *storytelling* diffuso, quali la realizzazione di murales tematici, panchine culturali, la cura di "scalinate delle donne" e lo sviluppo di contenuti digitali associati ai luoghi, per rendere la memoria femminile un'esperienza visiva immediata e quotidiana.

4.2 *Strategie di disseminazione e cittadinanza europea*

La restituzione pubblica del progetto e la condivisione dei risultati (es. la creazione di *dépliant* grafici degli itinerari, presentazioni in convegni universitari o concorsi nazionali come *Sulle vie della parità*) devono poggiare su una strategia di comunicazione digitale multi-piattaforma, incentrata sul valore delle mobilità e dell'Erasmus come catalizzatori di cittadinanza attiva, superamento delle insicurezze personali e sviluppo di una forte sensibilità ecologica ed europea.

La comunicazione va differenziata per target specifici. L'utilizzo di foto narrative, caroselli e reel dinamici su Instagram serve a catturare l'emozione della scoperta culturale e l'impatto visivo delle mappature. Per TikTok, invece, la produzione di mini-guide ironiche, pratiche e ad alto impatto visivo, che possono orientare e motivare coetanee e coetanei verso l'attivismo e la mobilità internazionale. Su Facebook, dedicato prioritariamente a docenti, genitori ed enti locali, si focalizza l'evidenza dell'impatto sociale, educativo e istituzionale delle azioni intraprese.

5. *Piano di disseminazione – Strategie e Azioni*

Ogni percorso di ricerca-azione, attivismo giovanile e cittadinanza democratica rischia di rimanere un'esperienza isolata se non viene supportato da un'adeguata ed efficace strategia di disseminazione. Con il programma Erasmus abbiamo sperimentato che la comunicazione non ha rappresentato la fase conclusiva del progetto, ma lo strumento operativo fondamentale per amplificare l'impatto delle azioni svolte, valorizzare il protagonismo delle/dei giovani e garantire la replicabilità delle buone pratiche sui diversi territori. Inserire un Piano di disseminazione all'interno di questo Manuale, pertanto, risponde alla duplice esigenza di fornire una guida pratica per veicolare messaggi e promuovere una consapevolezza critica sull'uso dei canali di comunicazione, fornendo indicazioni chiare su come adattare linguaggi, format e contenuti ai differenti destinatari (pari, comunità educanti, cittadinanza e interlocutori istituzionali).

Di seguito si trascrive il Piano di disseminazione adottato dal gruppo di progetto *Tutta mia la città*.

1. Definizione della strategia di comunicazione

1.1 Messaggio Principale

Il cuore della comunicazione deve essere un messaggio chiaro e convincente. L'esperienza Erasmus deve essere presentata come un'opportunità unica per la crescita personale, lo sviluppo di competenze e la scoperta culturale.

Durante gli incontri con esterni si fa riferimento a queste opportunità di crescita che offre l'Erasmus: autonomia, sicurezza, autostima, responsabilità, apertura mentale, consapevolezza ambientale, cittadinanza attiva...

1.2 Pubblico di Riferimento

Per rendere efficace la comunicazione, vanno individuati i target destinatari del messaggio e adattato il contenuto a ciascuno di essi. I principali soggetti da raggiungere nel nostro caso sono stati studenti delle scuole secondarie e degli atenei, docenti e dirigenti di ogni scuola, referenti e simpatizzanti delle associazioni territoriali, esponenti degli Enti locali.

2. Scelta e utilizzo delle piattaforme

Per raggiungere i diversi target in modo mirato ed efficace sono state utilizzate in prevalenza tre piattaforme:

- *Instagram*, ideale per raggiungere le/gli studenti delle scuole superiori e un pubblico giovane. I contenuti operativi potrebbero essere: caroselli di foto che raccontino storie visive del progetto; reel dinamici che mostrino una giornata delle mobilità o degli incontri del gruppo; grafiche con citazioni ispiratrici o statistiche sull'impatto positivo dell'Erasmus.

- *TikTok*, canale perfetto per coinvolgere la fascia più giovane. I contenuti operativi, brevi e di forte impatto, potrebbero essere video divertenti sulle aspettative e sui momenti clou del progetto.

- *Facebook*, ottimo per raggiungere il target più adulto di genitori, insegnanti e stakeholder istituzionali. I contenuti operativi potrebbero essere articoli informativi, eventi, gallerie fotografiche.

Si aggiungono:

- la pubblicazione di articoli su testate giornalistiche;
- le presentazioni multimediali delle esperienze vissute su siti e blog.

Nel caso di *Tutta mia la città*, si è scelto di informare e disseminare attraverso la testata giornalistica settimanale *Vitamine vaganti*, che ha una sua pagina dedicata (<https://vitaminevaganti.com/category/didattica-e-formazione/iuvenilia/erasmusg/>), e il sito giovani, che ha ospitato le presentazioni multimediali in Prezi e una sua pagina dedicata al progetto

(<https://www.giovani.toponomasticafemminile.com/index.php/it/progettitpg/erasmus-k124>).

QUESTO MANUALE È STATO REDATTO E DISTRIBUITO INTERNAMENTE AI GRUPPI TRA GIUGNO E LUGLIO 2026.

DOPO LA FASE DI IMPAGINAZIONE, COMPLETATA AD AGOSTO 2026, E RICORRETTA NEL MESE DI SETTEMBRE, SI È PASSATI ALLA DIFFUSIONE SUI CANALI SOCIAL NELL'OTTOBRE 2026.