



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
Dipartimento per lo sviluppo dell'istruzione
Direzione Generale per le Relazioni Internazionali
Ufficio V

Allegato E)
all'Avviso per la presentazione dei progetti relativi a Misure
e Azioni previste dal PON Scuola per
l'annualità 2002

Orientamenti, suggerimenti e linee guida per la realizzazione dei progetti della Misura 7

Misura 7 - Azione 7.2.

1. Osservazioni preliminari

Le attività dell'azione si svolgeranno in orario extracurricolare, ma andranno interpretate come un arricchimento dell'Offerta Formativa nel suo complesso. Esse devono quindi essere previste nel POF e collegate ad un potenziamento del curriculum sia nazionale che locale.

Le Azioni promosse dal PON Scuola rappresentano pertanto sia un valore aggiunto rispetto al curriculum istituzionale che una stimolazione per avviare nel prossimo futuro, nell'area di curriculum a progettazione locale, attività istituzionali sulla base delle esperienze attuate.

Nella progettazione delle azioni occorre dare priorità alle attività laboratoriali, alle esperienze di stage in impresa, al collegamento con esperienze di impresa formativa simulata o protetta.

2.a. La promozione dell'orientamento di genere - Schema introduttivo alla progettazione

Finalità

- favorire la costruzione dell'identità di genere
- sviluppare l'autostima

Obiettivi

- incrinare la definizione sociale di ruoli maschili e femminili per favorire l'assunzione di nuovi comportamenti
- valorizzare il ruolo dell'affettività, della relazionalità, della soggettività di genere
- scoprire la diversità come valore
- maturare la consapevolezza e la conoscenza di sé coniugata con la consapevolezza della mutazione e della trasformazione nel tempo dei "generi" in quanto prodotti della cultura prima ancora che della biologia
- stimolare l'autorappresentazione attraverso la percezione di universi di differenze, la lettura dei segni (delle cose, delle persone, delle istituzioni,...), il confronto fra punti di vista femminili e maschili
- far emergere e valorizzare in tutti le capacità "femminili": operatività, capacità di relazione, capacità organizzativa, attenzione al benessere degli altri, prendersi cura, saper stare in molte cose, essere punto di riferimento, saper ascoltare, ecc.
- saper riconoscere e vivere i sentimenti, la fragilità, i luoghi del privato e dell'intimità, ecc.,

Possibili contenuti

- interrogare la propria esperienza e il proprio vissuto insieme agli altri
- identità e immagine di sé
- la relazione e l'immagine dell'"altro/a"
- analisi sul campo dei condizionamenti socioculturali della formazione di genere
- storie di donne (autobiografie, realtà privata e pubblica, ecc.)
- gli spazi "riservati" (delle donne e degli uomini)
- i saperi femminili(ragione vs. sentimento, ecc.)
- gli stili cognitivi, le pratiche di vita, le forme di memoria di donne e uomini
- le donne e le istituzioni, la vita politica e civile, le strutture economiche, i saperi ufficiali
- le donne e la storia (la non visibilità del genere femminile nella storia ufficiale)
- le donne e la scrittura
- le radici storiche delle subalterità femminili
- stereotipi di genere
- nuovi modelli di comunicazione femminile prodotti dallo sviluppo delle NIT
- ecc.

Metodologie e strategie didattiche

- dare spazio a creatività e immaginazione, alla fantasia, alla gestualità, alla "voce", per esprimere in modi "diversi" saperi, percezioni, competenze, abilità
- la colloquialità (racconto, discussione, confronto, ec.)
- riflessione ordinata sui comportamenti nei gruppi; giochi di ruolo; tecniche della relazione interpersonale e della negoziazione
- attività di laboratorio (manuali, mnotorie, di drammatizzazione, ecc. ecc.)
- metodologie dell'autobiografia e della narrazione come presa di coscienza degli universi di genere
- esercizi di discussione e di contrattazione in ottica di pari opportunità
- ecc.
-

2.b. La promozione dell'orientamento di genere - Proposte di moduli sulle competenze relazionali: comunicazione

Quadro preliminare – il tema della comunicazione

Il termine *comunicare* e' storicamente collegato alla parola *comune*, che deriva dal verbo latino *communicare* ("condividere", "rendere comune") a sua volta correlato alla parola latina *communis* ("comune"). Quando comunichiamo, incrementiamo la nostra conoscenza condivisa, cioè il "senso comune", la precondizione essenziale per l'esistenza di qualsiasi comunità.

La comunicazione è perciò, sempre, *interazione all'interno di una rete di rapporti sociali*, anche quando essa assume la forma della comunicazione interpersonale tra due soggetti.

In quanto interazione socialmente definita nelle sue regole, la comunicazione si presenta come una delle più importanti se non proprio la più importante, delle abilità sociali, quelle cioè indispensabili perché l'individuo possa cooperare all'interno dei gruppi dei pari, nei contesti organizzativi, nelle reti di relazione.

Lo sviluppo di tali competenze si situa dunque all'intersezione di tutte le pratiche formative, siano esse formalizzate o meno, e di tali processi rappresenta una componente sistemica.

Nella prospettiva dello sviluppo di una politica delle pari opportunità, intesa come riduzione dei fattori che limitano l'accesso delle donne ad aree di attività, ed opportunità in cui si registra una più o meno netta prevalenza di figure maschili, lo sviluppo delle competenze comunicative si articola su tre livelli, distinti anche se tra loro correlati:

- al primo livello, la comunicazione interpersonale definisce l'insieme delle pratiche e delle competenze che il soggetto usa nelle relazioni che avvengono in compresenza fisica degli interlocutori. L'obiettivo dello sviluppo di questa area è dunque quello di permettere al soggetto un uso pienamente consapevole dei registri comunicativi verbali e non verbali finalizzandone l'impiego alla comprensione, all'influenza, all'espressione di punti di vista, alla cooperazione intersoggettiva, alla valorizzazione delle situazioni di interazione di gruppo;
- al secondo livello, la comunicazione nei contesti organizzativi. Con questa espressione si designa correntemente un insieme di pratiche comunicative finalizzate alla vita delle organizzazioni formali, quelle organizzazioni, cioè, in cui i ruoli e le funzioni sono definiti e nelle quali esiste una strutturazione gerarchico-burocratica.

Questa comunicazione svolge funzioni decisive per la vita delle organizzazioni: trasmettere direttive, precisare obiettivi, organizzare il consenso sulla *mission* dell'organizzazione, rilevare le opinioni dei soggetti posti a differenti livelli nell'organizzazione, monitorare le performance dei singoli, valutare la reattività della struttura agli input esterni, ecc. Lo sviluppo di competenze comunicative a questo livello usa le teorie dell'organizzazione come quadro per l'azione comunicativa;

- al terzo livello, la comunicazione di massa fornisce al soggetto l'ambiente cognitivo al cui interno dare un senso complessivo alla propria esperienza, organizzandola lungo le cornici di significato che i media elaborano e rendono pubbliche. Le competenze comunicative implicano, a questo livello, la capacità per il soggetto di riconoscere le dinamiche della produzione di notizie, le caratteristiche delle fonti, la natura dei processi comunicativi di massa in rapporto alla dimensione quotidiana al cui interno i media esercitano i loro effetti.

Una possibile articolazione di moduli sulla comunicazione

Una descrizione sintetica delle competenze necessarie all'uso consapevole delle risorse comunicative nell'ottica delle politiche di promozione delle pari opportunità prevede la seguente articolazione in moduli:

MODULO A - CONOSCENZE (sapere): Interazione e comunicazione. Le forme della comunicazione. Funzioni ed atti della comunicazione interpersonale. Livelli di comunicazione. Modelli di comunicazione. La comunicazione tra piani diversi. Teorie dell'organizzazione e comunicazione organizzativa. La comunicazione nel gruppo. La comunicazione nelle organizzazioni formali ed informali. Le organizzazioni specifiche per la comunicazione. Organizzazione, trasformazione e innovazione: il ruolo della comunicazione. Gli usi individuali dei media di massa. La costruzione dell'identità delle donne ed il ruolo dei media di massa.

MODULO B - CAPACITA' ED ATTIVITA' OPERATIVE (saper fare): Creazione e mantenimento di relazioni comunicative nei gruppi informali. Riconoscere le situazioni di crisi nella comunicazione interpersonale. La gestione della comunicazione problematica e le strategie di coinvolgimento dell'interlocutore ostile. Creazione e gestione di strumenti della comunicazione organizzativa. La scelta e l'utilizzazione degli strumenti di comunicazione interna nelle organizzazioni. Gestire il cambiamento e l'innovazione attraverso la comunicazione. L'identificazione delle strategie discorsive dei media di massa nella prospettiva delle pari opportunità. L'uso dei media di massa per la costruzione del progetto personale di vita.

MODULO C - CAPACITA' ED ATTIVITA' COMPORTAMENTALI ED ATTITUDINALI (saper essere): Uso consapevole delle opportunità comunicative per la riduzione dello svantaggio di genere. Autopromozione ed autovalorizzazione attraverso le pratiche comunicative in contesti interpersonali ed organizzativi. Rafforzamento dell'autostima e accrescimento della capacità di interazione finalizzata al raggiungimento di obiettivi strategici in situazioni ad alta competitività e stress organizzativo. Accrescimento della capacità di lettura del ruolo dei media di massa nella diffusione e mantenimento di stereotipi di genere legati a modelli culturali maschili. Capacità di esercitare influenza nelle relazioni interpersonali, di gruppo e organizzativi per il superamento delle limitazioni nell'accesso a ruoli e competenze in cui la presenza delle donne è minoritaria.

Attività per lo sviluppo delle competenze comunicative

(campi progettuali specifici da inserire nella misura)

a) Ricerca: studi ed analisi sul ruolo della comunicazione nei contesti territoriali di intervento, con particolare riguardo al ruolo delle donne nella gestione dei processi organizzativi e della comunicazione organizzativa. Analisi del ruolo e della presenza delle donne nei media di massa, e dei modelli culturali proposti da questi ultimi

b) Orientamento: creazione del "tutor delle pari opportunità" negli Istituti scolastici, con funzioni di raccordo con analoghe figure attive sul territorio. Sviluppo delle funzioni tutoriali legate alla comunicazione uomo-donna e donna-donna in contesti organizzativi. Sviluppo delle competenze per il counselling nella comunicazione interpersonale e di gruppo.

c) Formazione: formazione-formatori per lo sviluppo di metodologie e strumenti per la comunicazione

interpersonale, organizzativa e di massa. Sviluppo di applicazioni multimediali per la promozione delle opportunità comunicative nei contesti organizzativi. Sviluppo di moduli e strumenti per la comunicazione interna nelle organizzazioni. Applicazione di tecnologie multimediali per la diffusione di forme flessibili e decentrate di organizzazione della produzione (telelavoro, job-sharing, time-sharing, ecc.).

d) **Tirocini, stage:** iniziative miranti a promuovere da parte delle donne l'utilizzazione degli stage e dei tirocini formativi in azienda - comprendendo anche il settore pubblico, come la Pubblica Amministrazione, le Camere di Commercio, gli Enti Locali, ecc. - all'interno di percorsi e progetti individuali di accesso alla professione ed al mondo del lavoro. Costituzione di sportelli virtuali per l'incontro tra offerta di stage e tirocini formativi rivolti alle donne, e domanda proveniente da queste ultime.

e) **Azioni di accompagnamento:** analisi comparate tra Paesi europei delle azioni e dei modelli di *best practices* nel campo delle pari opportunità per la diffusione delle attività di promozione della partecipazione delle donne alla formazione ed alla produzione. Costruzione di reti locali, nazionali ed europee per il contatto tra donne impegnate nelle politiche di pari opportunità. Analisi dell'impatto delle nuove tecnologie della comunicazione e dell'informazione sullo sviluppo delle pari opportunità negli ambienti di studio, formazione, lavoro, tempo libero, affari familiari, cultura. Analisi delle politiche delle istituzioni educative nel settore della promozione delle pari opportunità. Analisi delle politiche dei sistemi radiotelevisivi pubblici nel settore della promozione delle pari opportunità.

f) Pubblicizzazione e disseminazione

Azioni mirate a promuovere la conoscenza delle iniziative realizzate nell'ambito delle politiche di promozione delle pari opportunità attraverso soluzioni innovative di utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Costruzione di reti di attori locali della comunicazione di massa - emittenti radiotelevisive a dimensione regionale o provinciale, testate locali a stampa - per la creazione di spazi informativi gestiti dalle donne. Creazione e gestione di un sito web delle azioni positive per le pari opportunità, con caratteristiche di "portale" e la presenza di un forum di discussione.

2.c. La promozione dell'orientamento di genere - Proposte di moduli sulle competenze relazionali in ambiente di lavoro

Finalità

Entro le linee generali dell'Azione, che mira a facilitare la transizione scuola lavoro e la promozione dell'imprenditorialità, anche tramite percorsi di simulazione e/o esperienze dirette nel mondo del lavoro, queste indicazioni progettuali si collocano entro un percorso che mira a consentire l'acquisizione di:

- conoscenze e competenze di base (A)
- abilità di relazionarsi e comunicare nel contesto lavorativo (B)
- competenze per lo sviluppo imprenditoriale ©

Le indicazioni progettuali che seguono riguardano specificamente le abilità di relazionarsi e comunicare nel contesto lavorativo. In esso possono essere individuate tre aree:

Comunicare nel contesto lavorativo (B.1);

Lavorare in gruppo per ricercare e produrre risultati collettivi (B.2);

Concertare e negoziare con altri soluzioni e risorse in situazione interpersonale e/o di gruppo (B.3)

Nell'ambito delle aree definite si svilupperà un repertorio di competenze articolate in moduli di cui dovranno essere individuati:

- gli obiettivi specifici;
- i contenuti;
- le modalità formative
- i materiali didattici;
- la durata;
- le risorse umane interne ed esterne;
- le modalità di accertamento delle competenze acquisite;
- gli strumenti di valutazione del processo.

L'area **B.1.** "Comunicare nel contesto lavorativo" comprende due moduli:

modulo 1 - *La comunicazione interpersonale*;

A conclusione del modulo le allieve devono essere consapevoli dei ruoli e degli stili comunicativi. In particolare devono acquisire le seguenti competenze:

- riconoscere le proprie modalità di comunicazione verbale e non verbale e valutarne gli effetti;
- essere in grado di attuare i meccanismi che regolano il processo di comunicazione;
- riconoscere lo stile comunicativo adottato e valutare gli effetti sul comportamento degli interlocutori;

Contenuti:

- Elementi della comunicazione;
- Stili comunicativi (ingiuntivo, evocativo ed indicativo);
- Lo stile nella comunicazione.

Metodologie formative:

- Laboratorio role playing;
- Simulazioni in laboratorio assistite anche da strumenti audiovisivi ed informatici.

Durata: ore 5

modulo 2 - *La comunicazione nel contesto lavorativo*

A conclusione del modulo le competenze da acquisire sono:

- saper scegliere il codice appropriato;
- valutare il contesto lavorativo per individuare le strategie comunicative più opportune da adottare;
- costruire messaggi chiari e comprensibili utilizzando la forma scritta e saper decodificare efficacemente messaggi che utilizzano la forma scritta;
- costruire messaggi chiari e comprensibili mediati da strumenti informatici e telematici e saper decodificare efficacemente messaggi mediati da strumenti informatici e telematici;

Contenuti:

- Elementi per valutare il contesto lavorativo;
- Strategie comunicative;
- Costruzione di messaggi (coerenza e coesione di un testo orale e /o scritto);
- Strumenti di comunicazione.

Metodologie formative:

- Simulazioni assistite da strumenti audiovisivi ed informatici;
- Riflessione metacognitiva, per aumentare la consapevolezza delle proprie modalità comunicative.
- Utilizzo del gruppo, come strumento di apprendimento individuale e di rapporto interpersonale e sociale.

Durata: Ore 10

L'area **B.2. Lavorare in gruppo per ricercare e produrre risultati collettivi** consiste nei seguenti moduli:

modulo 1: *Le dinamiche nelle relazioni di gruppo*

Il modulo prevede l'acquisizione di tecniche per attuare una corretta comunicazione interpersonale ed essere in grado di individuare modalità comportamentali che portino alla soluzione di problematiche legate alla comunicazione del gruppo.

Contenuti:

- La componente relazionale nei gruppi ed i meccanismi che regolano i rapporti nel gruppo stesso;
- La triangolazione, il capro espiatorio, la comunicazione ed il dialogo nel gruppo.

Metodologie formative:

- L'utilizzo del gruppo come strumento di lavoro fondamentale, in quanto ambito di apprendimento individuale e di rapporto interpersonale e sociale;
- Un utilizzo privilegiato del metodo esperienziale (esperienza, analisi/riflessione, generalizzazione) con brevi quadri di sintesi che facilitino la concettualizzazione delle esperienze;
- L'uso di esercitazioni strutturate;
- Casi di problem solving e simulazioni assistite.

Durata: 10 ore

modulo 2 *"Le situazioni comunicative in Azienda"*

A conclusione del modulo le competenze da acquisire sono:

- essere in grado di gestire situazioni comunicative di varia natura;
- essere in grado di risolvere eventuali problemi connessi alla comunicazione lavorativa.

Contenuti:

- tecniche per comunicare nel gruppo di lavoro (controllo ansia, tono voce, pause, ascolto attivo);
- strutture dei ruoli e funzioni di leadership;
- *Public relations* nell'azienda.

Metodologie formative:

- Uso di metodiche di *self-confrontation per* facilitare la costruzione di risposte più efficaci e il contenimento dell'ansia derivante da situazioni di competizione;
- L'utilizzo del gruppo come strumento e contesto di apprendimento privilegiato.
- Esercitazioni strutturate;
- Casi e simulazioni assistite anche da strumenti audiovisivi ed informatici.

Durata: 15 ore

L'area **(B.3) Concertare e negoziare soluzioni e risorse in situazione interpersonale e/o di gruppo** consiste nei seguenti noduli:

modulo 1 "*Convenzioni e regole relazionali*"

A conclusione del modulo le competenze da acquisire sono:

- essere in grado di valutare le caratteristiche dell'interlocutore e le sue aspettative per entrare in sintonia;
- essere in grado di valutare situazioni di conflitto interpersonale e di gruppo.

Contenuti:

- Comportamenti generatori di conflitti;
- Dinamiche intergruppo e conflittualità.

Metodologie formative:

Per realizzare attività formative finalizzate allo sviluppo di abilità negoziali è utile prevedere:

- Un utilizzo privilegiato del metodo esperienziale, con brevi quadri di sintesi che facilitino la concettualizzazione dell'esperienza;
- Esercitazioni strutturate, casi e simulazioni assistite anche da strumenti audiovisivi ed informatici.;
- L'uso di metodiche di *seif-confrontation* e di riflessione metacognitiva, per aumentare il livello di consapevolezza delle proprie modalità di fronteggiare situazioni conflittuali; facilitare la costruzione di risposte più efficaci

Durata: ore 10

modulo 2 "*Stili di negoziazione e gestione efficace dei conflitti*"

A conclusione del modulo le competenze da acquisire sono:

- Essere in grado di differenziare modalità e stili negoziazione in relazione al contesto lavorativo;
- Essere in grado di fronteggiare situazioni di conflitto e gestire efficacemente le diverse modalità di approccio comportamentale.

Contenuti:

- Metodi e tecniche per negoziare;
- Argomentazione e persuasione;
- Processi di accomodamento e risoluzione dei conflitti.

Metodologie formative:

Per realizzare attività formative finalizzate allo sviluppo di abilità negoziali è utile prevedere:

- Un utilizzo privilegiato del metodo esperienziale, con brevi quadri di sintesi che facilitino la concettualizzazione dell'esperienza;
- Esercitazioni strutturate casi e simulazioni assistite anche da strumenti audiovisivi ed informatici.;
- L'uso di metodiche di *seif-confrontation* e di riflessione metacognitiva, per aumentare il livello di consapevolezza delle proprie modalità di fronteggiare situazioni conflittuali; facilitare la costruzione di risposte più efficaci

Durata: ore 10

N.B. Si presentano di seguito alcuni strumenti e schemi relativi al quadro progettuale sopra descritto

ARTICOLAZIONE PROGETTUALE

FASE B - RELAZIONARSI E COMUNICARE

(Specificare per le tre aree i moduli formativi che il progetto prevede di sviluppare)

B.1 COMUNICARE NEL CONTESTO LAVORATIVO

Titolo	Durata	Competenze	Contenuti	Metodologie formative
.....	
.....
.....
.....	
.....	
.....	
.....	

B.2 LAVORARE IN GRUPPO PER RICERCARE E PRODURRE RISULTATI COLLETTIVI

Titolo	Durata	Competenze	Contenuti	Metodologie formative
.....	
.....
.....
.....	
.....	
.....	
.....	

B.3 CONCERTARE E NEGOZIARE SOLUZIONI E RISORSE IN SITUAZIONE INTERPERSONALE E/O DI GRUPPO

Titolo	Durata	Competenze	Contenuti	Metodologie formative
.....	
.....
.....
.....	
.....	
.....	
.....	

ARTICOLAZIONE PROGETTUALE

FASE B - RELAZIONARSI E COMUNICARE

(Specificare per le tre aree i moduli formativi che il progetto prevede di sviluppare)

B.1 COMUNICARE NEL CONTESTO LAVORATIVO

Titolo	Durata	Competenze	Contenuti	Metodologie formative
Modulo 1 <i>La comunicazione interpersonale</i>	5 ore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Riconoscere le proprie modalità di comunicazione verbale e non verbale e valutarne gli effetti ▪ Essere in grado di attuare i meccanismi che regolano il processo di comunicazione ▪ Riconoscere lo stile comunicativo adottato e valutare gli effetti sul comportamento degli interlocutori 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi della comunicazione ▪ Stili comunicativi (ingiuntivo, evocativo, indicativo, ecc.) ▪ Lo stile nella comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Laboratorio <i>role playing</i> ▪ Simulazione in laboratorio assistite anche da strumenti audiovisivi e informatici
Modulo 2 <i>La comunicazione nel contesto lavorativo</i>	10 ore	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Saper scegliere il codice appropriato ▪ Valutare il contesto lavorativo per individuare le strategie comunicative da adottare ▪ Costruire messaggi chiari e comprensibili utilizzando la forma scritta e saper decodificare efficacemente i messaggi che utilizzano la forma scritta ▪ Costruire messaggi chiari e comprensibili mediati da strumenti informatici e telematici e saper decodificare efficacemente messaggi mediati da strumenti informatici e telematici 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementi per valutare il contesto lavorativo ▪ Strategie comunicative ▪ Costruzione di messaggi (coerenza e coesione di un testo orale e/o scritto) ▪ Strumenti di comunicazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Simulazioni assistite da strumenti audiovisivi ed informatici ▪ Riflessione metacognitiva, per aumentare la consapevolezza delle proprie modalità comunicative ▪ Utilizzo del gruppo come strumento di apprendimento individuale e di rapporto interpersonale e sociale

B.2 LAVORARE IN GRUPPO PER RICERCARE E PRODURRE RISULTATI COLLETTIVI

Titolo	Durata	Competenze	Contenuti	Metodologie formative
<p>Modulo 1</p> <p><i>Le dinamiche nelle relazioni di gruppo</i></p>	<p>10 ore</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Essere in grado di promuovere tecniche per attuare una corretta comunicazione interpersonale ▪ Essere in grado di individuare modalità comportamentali che portino alla soluzione di problematiche legate alla comunicazione del gruppo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La componente relazionale nei gruppi ed i meccanismi che regolano i rapporti nel gruppo stesso ▪ La triangolazione, il capro espiatorio, la comunicazione ed il dialogo nel gruppo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'utilizzo del gruppo come strumento di lavoro fondamentale, in quanto ambito di apprendimento individuale e di rapporto interpersonale e sociale ▪ Un utilizzo privilegiato del metodo esperienziale (esperienza, analisi/ riflessione, generalizzazione), con brevi quadri di sintesi che facilitino la concettualizzazione delle esperienze ▪ L'uso di esercitazioni strutturate ▪ Casi di <i>problem solving</i> e simulazioni assistite ▪ .
<p>Modulo 2</p> <p><i>Le situazioni comunicative in azienda</i></p>	<p>Ore 15</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ essere in grado di gestire situazioni comunicative di varia natura ▪ essere in grado di risolvere eventuali problemi connessi alla comunicazione lavorativa. 	<ul style="list-style-type: none"> • tecniche per comunicare nel gruppo di lavoro (controllo ansia, tono voce, pause, ascolto attivo) • strutture dei ruoli e funzioni di leadership • <i>Public relations</i> nell'azienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso di metodiche di <i>self-confrontation</i> per facilitare la costruzione di risposte più efficaci e il contenimento dell'ansia derivante da situazioni di competizione • L'utilizzo del gruppo come strumento e contesto di apprendimento privilegiato. • Esercitazioni strutturate • Casi e simulazioni assistite anche da strumenti audiovisivi ed informatici

**B.3 CONCERTARE E NEGOZIARE SOLUZIONI E RISORSE IN SITUAZIONE
INTERPERSONALE E/O DI GRUPPO**

Titolo	Durata	Competenze	Contenuti	Metodologie formative
Modulo 1 <i>Convenzioni e regole relazionali</i>	10 ore	<ul style="list-style-type: none"> • essere in grado di valutare le caratteristiche dell'interlocutore e le sue aspettative per entrare in sintonia • essere in grado di valutare situazioni di conflitto interpersonale e di gruppo 	<ul style="list-style-type: none"> • Comportamenti generatori di conflitti • Dinamiche intergruppo e conflittualità 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzo privilegiato del metodo esperienziale, con brevi quadri di sintesi che facilitino la concettualizzazione dell'esperienza • Esercitazioni strutturate, casi e simulazioni assistite anche da strumenti audiovisivi ed informatici. • uso di metodiche di <i>self confrontation</i> e di riflessione metacognitiva per aumentare il livello di consapevolezza delle proprie modalità di fronteggiare situazioni conflittuali • facilitare la costruzione di risposte più efficaci

3.a.) Promozione dell'orientamento di genere - Osservazioni e idee di progetto per l'imprenditorialità delle ragazze

Gli elementi fondamentali di azioni rivolti alla valorizzazione della differenza di genere per favorire la parità nel contesto sociale e lavorativo devono essere necessariamente:

1. la collaborazione tra istituzione scolastica ed attori chiave territoriali in un processo di progressiva integrazione;
2. la strategia di rete che valorizzi la progettualità in ogni piccolo particolare;
3. la sostenibilità del progetto ed il suo contributo innovativo oltre alla sua efficacia a livello di impatto sulle politiche territoriali;
4. le modalità di attuazione che realizzino forme nuove di approccio ai problemi esistenti e modellizzino soprattutto soluzioni diverse nel contesto locale per aggredire la disparità di accesso qualitativa-quantitativa delle donne nel mercato del lavoro;
5. l'apertura alle dimensioni nazionali e transnazionali che favorisca la creazione di reti "al femminile" per il confronto e lo scambio di buone prassi, di sviluppo congiunto di metodologie d'azione e produzione di materiali come, a titolo di esempio, una "Guida metodologica transnazionale alla formazione ed all'impiego".

Fattori di freno all'occupazione o alla scarsa qualità di lavoro in generale ed in particolare a quella femminile nel Meridione sono da imputarsi a:

1. condizioni lavorative difficili;
2. salari ridotti;
3. assenza di progettazione delle professionalità e della carriera (genericità di percorsi, carenza di formazione ed orientamento professionale, carenza nei percorsi formativi di strumenti di lettura, indagine e comunicazione rispetto alla realtà socio-economica);
4. identità professionali deboli (percorsi formativi non ben mirati che non riescono ad incidere sugli interessi specifici e poco esercitano al diritto di scelta e costruzione del "proprio progetto di vita").

Su tali fattori deve incidere la formazione con percorsi specifici mirati che, partendo dalle situazioni di lavoro, diritti, doveri, sicurezza, qualità ambientale, responsabilità e dalle condizioni lavorative (posizioni retributive, previdenza ecc.), sviluppino in chiave prospettica i possibili ambiti di miglioramento nell'ottica dell'apprendimento continuo e della specializzazione.

Risulta, inoltre, debole la propensione alla modernizzazione, così come alla diversificazione dell'offerta di professionalità; caratteristiche queste che scaturiscono dalla cultura indotta da percorsi di istruzione stantii, legati molto ai contenuti e poco ai metodi centrati su una valutazione ancora selettiva e discriminante: Tali percorsi non favoriscono la creatività, l'esercizio delle idee e quindi confermano la naturale tendenza all'impiego fisso (ormai miraggio!), la poca propensione all'imprenditorialità, alla "cultura d'impresa": atteggiamenti questi che, in condizioni di svantaggio sociale e di genere costringono i giovani alla disoccupazione o alla inoccupazione.

Bisognerebbe allora costruire percorsi formativi, quanto più possibile individualizzati, al fine di fornire al giovane capacità di analisi e strumenti di lettura della realtà territoriale per valorizzarla e proporsi quale agente di sviluppo e di crescita sociale ed economica.

I recenti sviluppi della telematica e delle reti di interconnessione stanno profondamente mutando il sistema di vita e di lavoro della collettività: la globalizzazione della comunicazione sta producendo il "cablaggio" in un' unica grande socialità di più parti del territorio, modificando regole, costumi, propensioni, bisogni, professionalità e prospettive educative.

Si sviluppano condizioni che rendono obbligatoria l'integrazione delle competenze e lo sviluppo di forme di lavoro cooperazionali. Tecnologie, competenze, metodi, fonti informative, comunicazione, interconnessione, conoscenza diventano gli elementi "strutturali" di questa nuova fase del ciclo evolutivo.

Gli interventi di formazione devono avere l'obiettivo di comporre in un disegno organico tali elementi "strutturali" creando profili professionali innovativi e le condizioni perché possano nascere andando ad individuare esperienze e potenzialità che la Società dell'Informazione offre per la vita professionale delle donne, in termini di formazione, occupazione, possibilità di carriera.

Il telelavoro ad esempio - nelle sue forme diversificate e qualora siano rispettati rigorosamente i diritti delle lavoratrici – può divenire una reale opportunità che privilegia la donna in quanto nei tre elementi che lo caratterizzano :

1. uso della tecnologia;
2. luogo di lavoro diverso dal tradizionale;
3. non rigidità del tempo di lavoro,

permette – in particolare all'universo femminile - di poter coniugare lavoro ed impegni familiari, e di poter

creare servizi innovativi che lo gratificano in termini di soddisfazione personale e retributiva. E' un nuovo modello di lavoro che introduce notevole flessibilità, remotizza funzioni e processi che non appartengono al core business di molte aziende e che quindi può essere facilmente organizzato anche sotto forma imprenditoriale come offerta di servizi a studi, aziende pubbliche e private, imprese.

Si pensi a cooperative di servizi che gestiscano agende, appuntamenti e attività per conto di professionisti o associazioni di professionisti con notevoli risparmi in termini di tempo e aumento di qualità di vita e di lavoro per il fruitore del servizio e per il telelavoratore.

Si pensi a cooperative o piccole imprese che offrono servizi nel campo dell'archiviazione elettronica, nell'ottica di un'occupazione anche ad un buon grado di qualità.

I percorsi formativi alla base dovranno estendersi obbligatoriamente alle nuove tecnologie ed al loro uso in situazioni pratiche.

In tema di valorizzazione di genere è solo uno dei tantissimi percorsi possibili che prevedono e puntano soprattutto sulle peculiarità e su ambiti di specificità vicini alla sensibilità e alla condizione femminile.

L'insistenza poi sul lavoro cooperativo potrebbe essere un'altra strada privilegiata per favorire un accesso nel mondo del lavoro rispettoso e valorizzante la specificità di genere.

In termini sia di metodo che di percorsi di formazione, l'educazione alla cooperazione diventa forma essenziale di valorizzazione delle caratteristiche femminili in quanto sfrutta ambiti di applicazione vicini alla sensibilità femminile, come quello delle imprese sociali alla cui base il concetto ispiratore è quello della mutualità allargata, un progetto di lavoro, cioè, che prevede benefici per i soci ed anche per l'intera rete sociale.

Qui la progettualità delle scuole può veramente dare fondo ad una miriade di idee: vi è poca presenza sul territorio di cooperative sociali ma anche di produzione che sperimenti percorsi di orientamento e formazione individualizzati - non necessariamente rivolti soltanto alle donne - partendo da esperienze di simulazioni di impresa che prevedano poi modalità di vera e propria transizione in imprese ordinarie del territorio.

In tali esperienze la rete degli agenti territoriali istituzionali e del privato deve garantire il supporto scientifico della messa a punto del modello e promuovere con interventi diretti una corretta impostazione imprenditoriale, approfondire le metodologie di formazione/ accompagnamento alle giovani nella impresa.

La cosa più semplice da realizzare potrebbe essere la gestione da parte di una cooperativa della redazione, stampa, pubblicazione e diffusione di un giornale o periodico scolastico o di una rete di scuole o anche di un periodico on line. Gli attori chiave della rete di sostegno del progetto sono: un vero giornale locale, tecnici ed operatori di radio e TV locali, uffici stampa degli locali e delle associazioni di categoria.

Adattare le informazioni, individuarne le fonti, produrre il giornale, individuare possibili sponsor, stamparlo in scuole con settore grafico, potrebbero essere i compiti; diffonderlo con opportune azioni di marketing individuando il target dei potenziali lettori o inserzionisti, essere invece ulteriore caratterizzazione del progetto.

Lo sviluppo di impresa può essere rivolto a tematiche ambientali di sviluppo sostenibile: ad esempio alla promozione di cooperative che - tutorate da aziende locali reali - simulino il percorso di impianto e gestione di un'impresa florovivaistica per la produzione di piante officinali, da cui estrarre essenze o materie prime per la produzione di cosmetici o prodotti fitness. Legare professionalità e capacità tecnico-scientifiche indispensabili nella produzione di prodotti destinati a tali centri a competenze per la commercializzazione anche on line e la vendita, attraverso ideazione di brochure, depliant, ecc., costituisce un itinerario formativo ed esperienziale concreto e completo.

Il percorso deve necessariamente coniugarsi ad esperienze di stage presso aziende del settore. Un completamento della formazione potrebbe essere il ripercorrere con un'azienda tutor l'iter che va dall'idea-business, alla implementazione della stessa passando anche attraverso l'acquisizione del terreno su cui impiantarla, delle strutture e strumentazioni necessarie, la simulazione di una richiesta di fondi previsti nelle norme per lo sviluppo dell'imprenditorialità femminile.

Con queste proposte si vuole passare dalla logica di percorsi tradizionalmente riservati alle donne, a prospettive per loro inesplorate o di difficile accesso, che superino la logica del lavoro trasmissibile per ereditarietà che subisce e spesso soffoca le aspirazioni, producendo scelte eteroguidate che provocano spesso vere e proprie violenze morali e che impediscono alle donne una propria realizzazione personale.

L'obiettivo dovrebbe essere quello di "liberare le scelte" delle donne attraverso un orientamento che superi gli steccati del conformismo e degli stereotipi, che sappia individuare aspirazioni, interessi, ma soprattutto legare queste nuove scelte all'individuazione di reali sbocchi occupazionali, rispondendo così alla logica del mercato (domanda-offerta) e delle politiche territoriali.

La scelta individuale non è un fattore secondario e non può legarsi al sesso, né tanto meno a ruoli fissi nella società che le donne hanno avuto e, purtroppo, ancora oggi occupano: le misure di accompagnamento e di orientamento e prima di tutto di indagine sul territorio sono essenziali a tale scopo. In ogni tipo di progetto sarebbe necessario prevedere, tra le misure di accompagnamento, sportelli di informazione ma anche di consulenza ed ascolto, che potrebbero svolgere funzioni di supporto e di orientamento anche alla famiglia e all'ambiente sociale che circonda le ragazze, che di regola rappresentano elementi di costrizione per le libere scelte dei giovani.

Un progetto mirante ad una forte integrazione con le autonomie locali – Comuni, ecc potrebbe portare alla valorizzazione (per es. attraverso un marchio d'origine dei prodotti) e alla rivisitazione della vecchia bottega artigianale alla luce delle tecnologie multimediali e di logiche innovative di marketing, che leghino le attività tradizionali allo sviluppo turistico del territorio, aprendo canali commerciali finora sconosciuti. Il progetto potrebbe prevedere un'intesa con una rete di Comuni (quelli di appartenenza delle beneficiarie dell'intervento) che, direttamente coinvolti, potrebbero supportare una prima indagine sulle attività tipiche legate al territorio con l'esplicitazione delle caratteristiche dell'attività (tipo di impresa, strumentazione, attività, contatti, caratteri logistici, tecnologie usate).

A seguito di tali mappature ed attraverso opportune azioni di orientamento si possono individuare gli interessi specifici degli allievi¹ per coinvolgerli nello studio delle attività artigianali.

Si può così partire da un percorso formativo di base e/o specialistico (creazione d'impresa, tecnologie informatiche, ecc.) caratterizzato da attività di simulazione con la presenza di veri e propri artigiani che assumono non solo la veste di formatori ma anche quella di osservatori delle potenzialità di sviluppo del proprio mestiere offerte dall'innovazione nel campo dell'economia, del marketing, delle nuove tecnologie ma anche dalle antiche tecniche, metodi e segreti del "mestiere". Gli esperti (in questo caso, gli artigiani) sono di fatto un tramite essenziale per il passaggio dalla fase formativa a quella di elaborazione e di trapasso di un vecchio mestiere in una concreta idea imprenditoriale innovativa, realizzata con la piena partecipazione dei destinatari del progetto.

La piccola dimensione, (che vuol dire flessibilità gestionale, partecipazione integrata alla gestione d'impresa, conoscenza della realtà territoriali, dei ruoli e funzioni che ognuno è chiamato a svolgere); la

territorialità, (lettura mirata e specifica, valutazione dell'impatto); la specializzazione, (fare bene il proprio lavoro, offrendo qualificazione ed efficienza, idee innovative), sono tre caratteristiche dei gruppi di azione di un progetto ma anche punti di forza legati proprio alle specificità di genere. L'idea qui illustrata può valere per diverse tipologie di attività formative come quelle nel campo teatrale e in quello sportivo con la relativa gestione.

Il modello potrebbe essere infatti applicabile alla creazione di una compagnia teatrale che, partendo dalla formazione artistica (didattica del teatro, gestualità), si occupi di scenografia, editing, produzione, sceneggiatura, costumi, luci, organizzazione di spettacoli e tournée: il che non è difficile se ogni gruppo di formande assomma in sé specifici nuclei di competenze.

Si creano all'interno dell'ipotetica compagnia le figure che la rendono autonoma nella gestione, produzione ed organizzazione di spettacoli. Naturalmente i soggetti territoriali coinvolti appartengono alle professioni indicate o sono una vera compagnia, un centro costumi, un'agenzia di editing e documentazione oltre che enti locali per i necessari supporti logistici.

Nel mondo dello sport si può pensare ad una cooperativa di servizio no profit (a scuola ne opera una sul commercio equo e solidale) che organizzi un campionato regionale multietnico di calcetto fra reti di istituzioni scolastiche e non.

Le competenze derivate, in quest'ultimo caso, spazierebbe da una formazione di orientamento multiculturale alle politiche di integrazione sociale, dalla lotta contro il razzismo nello sport, alla indicazione e simulazione di modalità pacifiche di convivenza. La completerebbero moduli specifici sulle teorie di organizzazione, sulla cultura d'impresa, sul marketing, sui temi del diritto sportivo e, necessariamente, sulle tecnologie applicate.

Lo stage, in collaborazione con gli Enti territoriali e la locale società di calcio potrebbe rappresentare la messa a punto simulata di tutte le attività necessarie per svolgere effettivamente l'iniziativa.

3.b.) Promozione dell'orientamento di genere - Modulo di promozione della cultura dell'imprenditorialità: schemi di massima e indicazioni di contenuti possibili

Finalità

- comprensione della pluralità dei modelli interpretativi dell'economia
- consapevolezza del dominio di genere maschile nelle teorie e nella realtà economiche
- riconoscimento del ruolo delle donne nei processi economici

Obiettivi

- saper affrontare realtà nuove, saper superare ostacoli provando e riprovando, saper risolvere situazioni problematiche
- dare visibilità al lavoro di produzione, riproduzione e di cura delle donne
- saper individuare prospettive ed opportunità presenti nel proprio ambiente di riferimento
- sapere dove e come poter sviluppare le proprie capacità
- orientarsi nell'informazione economica quotidiana
- saper collaborare
- saper costruire e scoprire attività piacevoli
- saper elaborare piani economici

- saper organizzare e gestire attività
- saper assumere responsabilità
- conoscere e comprendere la realtà economica ma anche le fondamentali teorie economiche per coglierne le ambiguità di genere anche nel linguaggio e, in particolare l'assenza o la marginalità delle donne
- ampliamento dell'immaginario rispetto ai destini socio – economici di maschi e femmine

Cenni su contenuti, attività, percorsi

- le donne e il mercato del lavoro;
- politiche del welfare
- le donne nell'economia della famiglia: nella riproduzione della forza lavoro, nei processi di sviluppo economico, nelle imprese
- il lavoro domestico e i servizi che esso produce: modelli di gestione imprenditoriale
- la donna come soggetto economico
- le radici storiche della subalternità femminile, la non visibilità del genere femminile negli studi economici
- l'immaginario delle ragazze nell'universo delle scienze economiche
- storia del lavoro e della famiglia
- la contrapposizione tra pubblico e privato nella storia del lavoro, dell'economia, del diritto
- ripensare o reinventare l'organizzazione del lavoro secondo le differenze di genere

Metodologia e strategie didattiche

- problem – solving
- metodologia della ricerca
- attività di simulazione
- elaborazione di modelli d'impresa e loro realizzazione
- la biografia e la narrazione come strumento di ricerca
- uso di tecniche d'indagine socio – economica

4. Proposte per un modulo di sviluppo delle competenze scientifico-tecnologiche

Finalità

- superare il senso di estraneità nei confronti del sapere scientifico e della tecnologia

Obiettivi

- scoprire la “neutralità” del pensiero scientifico
- valorizzare gli stili cognitivi costruttivi, inventivi, immaginativi, analogici e basati sull'esperienza
- potenziare la creatività, la capacità intuitiva, l'operatività
- scoprire il rapporto capacità immaginativa e sviluppo scientifico
- sviluppare il pensiero logico - deduttivo e logico - induttivo
- favorire la familiarità con i concetti spaziali, con i calcoli matematici, con l'uso delle macchine

Contenuti, attività, percorsi

- l'immaginario scientifico delle studentesse e degli studenti
- storia del pensiero scientifico, con particolare attenzione alle tappe più significative
- l'ambiguità linguistica del pensiero scientifico e la invisibilità della presenza femminile
- miti e stereotipi nella storia della scienza
- il pensiero scientifico al femminile
- biografie di donne che si sono dedicate alla scienza
- studio di fenomeni naturali studiati dalla fisica e dalla chimica; costruzione di prototipi e percorsi – ponte con le aziende per la loro realizzazione
- la matematica e lo sviluppo del pensiero scientifico
- la matematica come strumento di interpretazione della realtà fisica

Metodologia e strategie didattiche

- metodologia della ricerca e del problem -solving
- centralità del laboratorio come luogo dell'apprendimento
- coinvolgimento delle alunne e degli alunni nella ricerca sia teorica che sperimentale
- spazio alla discussione e al confronto, allo spirito critico in ciascuna fase del lavoro
- lavoro in team
- priorità all'osservazione, all'esperimento, alla conoscenza e all'uso di strumenti tecnici
- esperienze di laboratorio e loro documentazione