

Allegato 1.1)

SCHEDA-PROGETTO PER PROGETTI PER ATTIVITÀ DI SPESA CORRENTE PROMOSSI DAL TERZO SETTORE E SOGGETTI PRIVATI SENZA FINI DI LUCRO RIVOLTI A PREADOLESCENTI E ADOLESCENTI– PUNTO 2.1, LETTERA A E B DELL'ALLEGATO A) ANNO 2021

ANALISI DI CONTESTO, ESPERIENZA NEL SETTORE E OBIETTIVI (massimo 30 RIGHE, dimensioni carattere 12)

Il presente progetto si pone l'obiettivo di **prevenire e ridurre il "minority stress" e il suo impatto sulla salute psicofisica dei giovani e delle giovani LGBTI**, favorendo alcuni processi individuali e comunitari in grado di fornire soluzioni positive per la persona, come il coming out, la possibilità di "denunciare" bullismo e violenza e di ottenere supporto dalla comunità.

Il minority stress è una fonte di disagio psicologico e talvolta sociale importante, il cui impatto sulla persona e sulla sua salute può avere esiti drammatici: la letteratura scientifica riporta una **maggiore prevalenza di questi eventi negativi tra i/le giovani LGBTI** rispetto ai pari eterosessuali. Tale disagio è particolarmente rischioso nel delicato periodo adolescenziale e post adolescenziale della formazione dell'identità, **quando inizia il processo di consapevolezza interna** del proprio orientamento sessuale o della propria identità di genere, e si è particolarmente vulnerabili ed esposti al pregiudizio e alle aspettative esterne nei propri confronti. Questo processo è già una forma di "coming out" interno. **Il trasferimento di questa "affermazione" sul piano esterno della vita sociale**, ovvero rivelare ad altri la propria omosessualità o identità di genere (come comunemente è inteso il "coming out"), è **reso ancora più complesso** in ambienti spesso poco accoglienti e in cui rifiuti e disconferme e ostilità sociale verso la diversità portano maggiormente verso isolamento, depressione e pensieri suicidari.

Nascondendo e non rivelando si cerca di evitare le sgradevoli esperienze di discriminazione e derisione che spesso seguono alla rivelazione della propria omosessualità, **ma nello stesso tempo si sente di non essere sinceri con sé stessi e con gli altri e si vive in solitudine uno stressante e quotidiano lavoro di nascondimento, dissimulazione, evitamento, omissione, controllo, menzogna.**

Il progetto mira a prevenire il disagio e gli eventi negativi correlati (pensieri suicidari, solitudine, bullismo, ecc.) **agendo soprattutto sull'empowerment dei ragazzi e delle ragazze**, sulla diminuzione del senso di solitudine e sull'aumento del senso di comunità e supporto, **su 4 direttrici principali:**

1. conoscere l'impatto del minority stress nei giovani LGBTI;
2. favorire con nuove tecnologie e forme un'attività diffusa e continua di monitoraggio e segnalazione degli atti e dei contesti di bullismo, discriminazione e pregiudizio agito, ottenendo nel contempo sia una mappatura del fenomeno, sia la percezione da parte delle vittime di poterlo dire (financo denunciare) a qualcuno;
3. strutturare una rete di "antenne" sul territorio in grado di valutare e agire quando possibile sulle segnalazioni, o di fornire risposte dirette alla persona che chiede aiuto;
4. promuovere e sostenere il coming out come strumento di riduzione dello stress, ma anche come strumento di costruzione di relazioni sociali positive, sincere e di supporto, coinvolgendo non solo la comunità e i diretti beneficiari, ma anche i pari eterosessuali.

Il progetto ha un carattere di estrema innovatività in quanto, tra gli output previsti, prevede la creazione di una app che mira a sviluppare una piattaforma per permettere la segnalazione di atti di bullismo e omofobia subiti, e in particolare i contesti in cui ciò avviene (scuole incluse) garantendo l'anonimato e creando un canale diretto con le "antenne". Le persone che hanno vissuto situazioni di disagio, caratterizzate da insulti, minacce, atti di bullismo, possono così ricevere informazioni e supporto da persone debitamente preparate direttamente sul proprio telefono, e l'associazione può a sua volta, con le sue articolazioni, valutare il modo più adeguato per intervenire eventualmente e se possibile sui contesti oggetto della segnalazione.

MODALITA' DI COINVOLGIMENTO DEI DESTINATARI NELL'IDEAZIONE DEL PROGETTO (massimo 15 righe, dimensioni carattere 12)

Il coinvolgimento dei destinatari del progetto avverrà mediante social network per rendere virale il progetto e raggiungere una ampia fascia di popolazione a cui veicolare diversi messaggi:

- a. partecipare alla survey sul disagio giovanile LGBTI rispetto alla propria identità, all'ambiente sociale e alla propria salute psico-fisica,
- b. conoscere e scaricare la app per la raccolta di segnalazioni di atti di bullismo, omofobia,
- c. promuovere il "coming out" come affermazione di sé e strategia di ricostruzione (o ridefinizione) di legami positivi, sinceri, protettivi.

I social network permetteranno di generare la condivisione di informazioni, analizzare le percezioni rispetto al tema e, più in generale, fare in modo che i soggetti target possono esercitare azioni migliorative al progetto.

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO (massimo 90 RIGHE, dimensioni carattere 12)

In particolare dovranno essere messe in evidenza le modalità di attuazione del progetto dalle quali evincere le caratteristiche di innovazione delle azioni che si intendono sviluppare, nonché l'integrazione delle esperienze, competenze e risorse presenti a livello territoriale tra più soggetti ed aree territoriali diverse in una logica di rete anche con specifico riferimento ai criteri di valutazione di cui al punto 2.7 dell'allegato A)

Il progetto mira a:

- a) raccogliere dati sul disagio giovanile LGBTI rispetto alla propria identità, all'ambiente sociale e alla propria salute psico-fisica, per avere un quadro aggiornato di come si configuri il minority stress in un campione giovanile italiano – **macrofase 1**;
- b) costruire un'alleanza "operativa" tra i giovani LGBTI, l'associazione (tramite il sistema delle "antenne") e (dove possibile) i contesti locali dove si segnalano situazioni di bullismo e omofobia, attraverso una attività di monitoraggio e segnalazione costante degli eventi in relazione ai luoghi (soprattutto le scuole) – **macrofasi 2 e 3**;
- c) promuovere il "coming out" come affermazione di sé e strategia di ricostruzione (o ridefinizione) di legami positivi, sinceri, protettivi – **macrofase 4**.

Con il secondo obiettivo (b) si vuole fornire uno strumento per agire in qualche modo e misura sui **fattori di stress esterni** (bullismo, omofobia agita, ecc.), non foss'altro che riportandoli a qualcuno in grado (se messo in condizione) di agire direttamente o indirettamente per la riduzione dell'ostilità esterna, oppure per avere un confronto su come agire rispetto a quei fattori esterni.

Con il terzo obiettivo (c) si vuole invece agire sui **fattori di stress interni**, rafforzando la strategia fondata sul "coming out" come modo per ridurre lo stress quotidiano insito nelle strategie di evitamento, per rafforzare reti sociali di supporto che "finalmente" possano riconoscere la persona per quello che è e supportarla, e quindi per ridurre anche l'omofobia interiorizzata.

AZIONI

Macrofase 1 - Survey online

Azione 1: survey online rivolta ai giovani relativa a bullismo, omofobia percepita, subita o interiorizzata, disagio, pensieri suicidari, coming out, bisogni di prevenzione.

Azione 2: campagna di promozione della survey (on line tramite video)

Obiettivi: Individuare i rischi di vulnerabilità ed i bisogni del target (adolescenti e giovani LGBTI).

Prodotti: Elaborazione di una survey; somministrazione online e promozione del sondaggio tramite i social media della comunità LGBTI; report sui risultati emersi dal sondaggio.

Risultati: 500 sondaggi raccolti ed elaborati;

Soggetti coinvolti: Rete degli Studenti Medi, Rete della Conoscenza, UDU.

Macrofase 2 – APP

Azione 3: costruzione della APP per la raccolta di segnalazioni di atti di bullismo, omofobia nel territorio regionale, con possibilità di fare pervenire la segnalazione ai referenti (d'ora in poi definite "antenne") territoriali.

Obiettivi: l'applicazione mira a sviluppare una piattaforma innovativa per permettere la segnalazione di atti di bullismo e omofobia subiti sul territorio regionale, consentendo una contestualizzazione precisa (per esempio l'indicazione della scuola dove avviene o è avvenuto l'evento), garantendo l'anonimato e creando un canale diretto con le "antenne" territoriali.

Le persone che hanno vissuto situazioni di disagio, caratterizzate da insulti, minacce, atti di bullismo, possono così:

- segnalare gli eventi e in particolare i contesti omofobici;
- comunicare con le "antenne" e ricevere informazioni e supporto da persone debitamente preparate direttamente sul proprio telefono.

L'associazione può così, tramite le proprie antenne:

- dare una risposta/consulenza diretta alla persona, se richiesta;
- monitorare gli eventi di bullismo, discriminazione, ecc., e soprattutto mapparli;
- attivare i propri comitati, quando possibile, su segnalazione (ad esempio, se una scuola risulta essere particolare teatro di eventi, si può pensare di agire indirettamente rendendo consapevole la scuola delle segnalazioni e richiedendo politiche educative attive).

Arcigay, presente nelle città di Bologna - Reggio Emilia - Modena - Piacenza - Ferrara - Rimini - Ravenna, può così migliorare l'intervento sul territorio, andando a valutare le informazioni raccolte e intraprendere iniziative in contrasto a questo genere di fenomeno.

L'approccio innovativo fornisce nuovi strumenti di monitoraggio e permette la costruzione di un database completo, che raccoglie informazioni, fotografie ed interventi sul territorio nazionale.

Prodotti: tre componenti principali:

- un'applicazione per smartphone android e iOS
- una piattaforma cloud per la gestione delle segnalazioni
- un database geografico per la raccolta e l'archiviazione dei dati

Risultati: segnalazioni anonime o nominative; report sulle segnalazioni.

Azione 4: campagna on line per la promozione della APP

Obiettivi: promuovere il download diffuso della app, non solo tra giovani LGBTI, ma anche tra i pari "alleati", grazie alla rete di alleanze associative costituita con associazioni di studenti con cui Arcigay collabora (Rete degli Studenti Medi, Rete della Conoscenza, UDU, ecc.).

Prodotti: materiale promozionale online.

Risultati: download diffuso della app, non solo tra i volontari, ma soprattutto tra i giovani LGBTI non attivisti e i loro alleati quotidiani.

Macrofase 3 - formazione delle "antenne" (e dei volontari)

Azione 5: formazione di una rete di "antenne" regionali e supporto ai volontari

Obiettivi: costituzione di "antenne" regionali in grado di gestire l'azione di monitoraggio e segnalazione, coordinando e promuovendo le azioni di accoglienza, counselling, prevenzione e dare un feedback immediato ai segnalanti quando richiesto; supportare i volontari che, all'interno dei comitati Arcigay, siano in grado di dare seguito alle segnalazioni o alle richieste di accoglienza.

Prodotti: Un seminario formativo di due giornate (per un totale di 14 ore) sulle seguenti tematiche: componenti dell'identità sessuale; discriminazione e omo-transfobia (bullismo, omofobia interiorizzata, minority stress, ecc.); gli attori coinvolti e le conseguenze psicologiche; strumenti per la gestione di gruppi di auto-mutuo aiuto; modalità di intervento diretto o indiretto sui contesti oggetto di segnalazione (ad es. le scuole); training ed esercitazioni sull'attività di gestione dell'app.

Risultati: 30 volontari formati, di cui almeno 20 (le "antenne") provenienti da ciascuna città in cui sono presenti i comitati.

Macrofase 4 - Coming out

Azione 6: Campagna sul coming out (5000 affissioni)

Obiettivi: Contrapporre alle strategie di evitamento e al rischio di suicidio adolescenziale e di esclusione sociale, il coming out come strumento di cura di sé e di riconfigurazione e ridefinizione

positiva dei rapporti sociali e dell'ambiente ostile. Coinvolgere gli "alleati" non-LGBTI in particolare nel mondo studentesco, tramite un loro coinvolgimento nella diffusione della campagna.

Prodotti: Campagna di sensibilizzazione sulla tematica del coming out nei principali social media della comunità LGBTI, ed affissioni pubbliche nelle città di Bologna - Reggio Emilia - Modena - Piacenza - Ferrara - Rimini - Ravenna. La campagna avrà il suo culmine in occasione del Coming Out Day, che viene celebrato internazionalmente l'11 Ottobre.

Risultati: Maggiore consapevolezza degli adolescenti e giovani LGBTI e della società in generale sull'importanza del coming out e del sostenerlo.

LUOGHI DI REALIZZAZIONE DELLE DIFFERENTI AZIONI

Il progetto verrà realizzato sull'intero territorio regionale.

Mediante campagne dirette sui social network (macrofase 1 e 2) e di affissione (macrofase 4) si potranno raggiungere ampie fasce di popolazione residente sull'intero territorio della Regione.

L'ambito di ricaduta del progetto è regionale; nello specifico saranno coinvolte le province ove sono presenti le articolazioni provinciali di Arcigay: Bologna - Reggio Emilia - Modena - Piacenza - Ferrara - Rimini - Ravenna.

NUMERO POTENZIALE DESTINATARI DELL'INTERVENTO (diretti e indiretti) E RISULTATI PREVISTI (massimo 15 RIGHE, dimensioni carattere 12)

Macrofase 1 - Survey online / Risultati: report sui risultati utili per individuare i rischi di vulnerabilità ed i bisogni del gruppo target (adolescenti e giovani LGBTI). **N. potenziale destinatari:** 500 sondaggi raccolti ed elaborati.

Macrofase 2 – APP / Risultati: segnalazioni anonime o nominative da APP per la raccolta di segnalazioni di atti di bullismo, omofobia nel territorio regionale, garantendo l'anonimato e creando un canale diretto con le "antenne" regionali. **N. potenziale destinatari:** 200.000 (dato "Popolazione tra 14 e 18 anni residente in Emilia-Romagna - elaborazione su dati Istat e RER).

Macrofase 3 - formazione delle "antenne" (e dei volontari) / Risultati: 30 volontari formati, "antenne" regionali in grado di gestire l'azione di monitoraggio e segnalazione, coordinando e promuovendo le azioni di accoglienza, counselling, prevenzione e dare un feedback immediato ai segnalanti quando richiesto.

Macrofase 4 - Coming out / Risultati: Maggiore consapevolezza degli adolescenti e giovani LGBTI e della società in generale sull'importanza del coming out e del sostenerlo. **N. potenziale destinatari:** 200.000 persone mediante campagna di sensibilizzazione sulla tematica del coming out nei principali social media ed affissioni pubbliche.

INDICAZIONE DELLE RETI, DELLE SINERGIE E DELLE COLLABORAZIONI ATTIVATE (con soggetti privati e/o con soggetti pubblici) (massimo 30 RIGHE, dimensioni carattere 12)

Il progetto può vantare una sinergia le articolazioni territoriali nelle città di Bologna - Reggio Emilia - Modena - Piacenza - Ferrara - Rimini - Ravenna.

Questi comitati possono vantare collaborazioni attive con le diverse associazioni di studenti con cui sono già state organizzate attività, manifestazioni, eventi: Rete degli Studenti Medi, Rete della Conoscenza, UDU, ecc.

FORME DI MONITORAGGIO PREVISTE (massimo 10 RIGHE, dimensioni carattere 12):

L'attività di verifica verrà svolta nel corso di attuazione del progetto, tenendo conto di: partecipazione (n. questionari raccolti, n. download APP); qualità del materiale prodotto (report relativo a bullismo, omofobia percepita, subita o interiorizzata, disagio, pensieri suicidari, coming out, bisogni di prevenzione); interesse (adesione volontari come Antenne territoriali); livello di coinvolgimento (analisi dati social network e andamento campagna).

In sede di valutazione finale verrà dato spazio ad un'analisi di tipo qualitativo in merito ai cambiamenti di atteggiamento e comportamento verificatesi nel corso dell'anno.