



Il nuovo Decalogo di genere per i settori culturali e creativi – AgCult/Lettere Lente

26 Febbraio 2021



LETTURE LENTE
Risorse: studi, ricerche, casi, ascolti

rubrica di **approfondimento** in partnership con:



- Introduzione
- Il decalogo di genere
- Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, la cultura e le donne

La testata di informazione culturale AgCult, con il mensile di approfondimento #letturelente, ha lanciato nello scorso agosto una call for paper sull'equità di genere nei e attraverso i settori culturali e creativi.

Il progetto nasce dall'obiettivo di trasformare la pandemia generata dal Covid-19 in una opportunità di mettere in discussione modelli di sviluppo non più accettabili.

La scommessa che apre il dibattito lanciato da Letture Lente è che **le donne possano portare un pensiero nuovo e nuova energia e visione di futuro**

Da questa riflessione prende l'avvio la call

La call lanciata da Letture Lente ha generato moltissimi contributi, che abbracciano economia-lavoro e impresa, educazione, salute, con uno sguardo interdisciplinare e intergenerazionale, a creare un affresco multidimensionale che indica la Cultura, nella sua natura trasversale alle diverse politiche, come risorsa contro l'iniquità sociale, per il benessere delle persone e delle comunità.

L'insieme delle riflessioni è stato raccolto in un decalogo di possibili ambiti di intervento, qui sintetizzato <https://agcult.it/a/31793/2021-02-07/equita-di-genere-il-nuovo-decalogo-di-genere-per-le-industrie-culturali-e-creative>

1. Creazione di un Osservatorio di genere

I dati sulla parità di genere riguardanti **il mercato del lavoro** (parità salariale, numero di donne nelle posizioni di vertice, ecc., con una particolare attenzione al precariato che colpisce maggiormente la componente femminile) e **l'analisi del contenuto delle narrazioni** (veicolo di contenuti stereotipati, privi di voci femminili specie se autorevoli) sono scarsamente rilevati, anche quando riguardano il settore pubblico.

- La carenza di dati **ostacola la piena comprensione del fenomeno e la definizione degli opportuni rimedi**, mediante l'attivazione di politiche pubbliche mirate ed efficaci e l'individuazione di indicatori funzionali a monitorarle e valutarle.

2. Riduzione dei gap di genere nelle agenzie pubbliche e nei soggetti privati

Nel paese esiste un forte gap di genere, assolutamente evidente nelle posizioni dirigenziali (e nella possibilità di fare carriera) e nelle retribuzioni:

⇒ Per spingere i soggetti privati a porre maggiore attenzione alle tematiche di genere un possibile strumento è quello di **condizionare i finanziamenti pubblici ad un percorso di trasparenza nella “gender-policy”** (forza lavoro complessiva, posizioni di vertice, retribuzioni ecc.) delle organizzazioni richiedenti.

3. Più profili di donne professioniste e maggiore trasparenza nel recruiting

Spesso le aziende e le organizzazioni che assumono, lamentano che non ci sono sufficienti professioniste donne.

- ⇒ Come risposta negli ultimi anni si vanno moltiplicando i database con curricula di donne, talvolta anche certificati da banche d'affari, adeguate ad essere reclutate in posizioni di vertice: un esempio è il caso italiano di *100 esperte*.
- ⇒ Il complemento naturale ad una maggiore accessibilità a curricula di donne è una maggiore trasparenza nei processi di recruiting delle posizioni di alto profilo.

4. Positive Action

La “**positive action**”, spesso implementata come modalità di accelerazione dei processi di riduzione delle diseguaglianze, è **da molti ritenuta l'unica strada per invertire prassi stereotipate consolidate**.

- ⇒ Ad esempio, in Svezia, il *Ministero della Cultura e della Democrazia* promuove le **candidature femminili** qualora siano a parità di curriculum con quelle dei colleghi maschi.
- ⇒ E in Italia si stanno sperimentando (Legge di Bilancio 2019) **esoneri contributivi** per tre anni per quelle società che mettano sotto contratto atlete donne, così da ridurre i gap nel professionismo sportivo
- ⇒ Un esempio di “azione positiva” è quello delle quote. **La legge Golfo-Mosca**, operativa in Italia dal 2012 al 2019 (e rinnovata per decreto a fine 2019, per sei mandati), ha definito la quota di genere al 40% nei consigli d'amministrazione e nei collegi sindacali delle società quotate e delle società a controllo pubblico. L'intervento, in Italia, ha portato la quota di donne nei CDA dal 10% del 2012 al 23% del 2014 a circa il 35% del 2019.
- ⇒ Una pratica sempre più in uso in molti settori delle ICC è, infine, quella dei **premi dedicati alle professioniste donne**. È un modo per spingere l'emersione di donne in contesti normalmente dominati da uomini, per promuovere autostima e inoltre favorire le reti al femminile.

5. Strategie di Empowerment

Il processo di rottura del cosiddetto “tetto di vetro” - la scalata delle donne al vertice delle istituzioni - è rallentato anche dagli **stereotipi con cui le donne valutano le proprie capacità**, frutto di una cultura patriarcale e del vissuto culturale e sociale dello stesso universo femminile.

Lo stereotipo agisce più facilmente nel “vuoto” generato dalla mancanza di strumenti e metodi di governance “gender-specific”.

Secondo alcun* il potere di per sé è contrario al femminismo (?)

⇒ Ma il potere è necessario per poter agire il cambiamento

⇒ Il femminismo ha discusso sulla necessità di legare l’empowerment ad un percorso di «centratura» e di cambiamento collettivo: *“possiamo riformulare come azione imprenditoriale quella dedicata ad un cambiamento della società, possibile solo in presenza di un cambiamento personale”* (Equi Pierazzini)

Tra gli strumenti di crescita e di consapevolezza: le **strategie di mentoring** e di **valorizzazione della storia di donne esemplari**

Strettamente collegato al tema dell'empowerment è quello del **networking**.

Le donne faticano a sostenersi l'una con l'altra, a fare lobby agendo come fronte comune, a condividere esperienze, pratiche, obiettivi.

⇒ Negli ultimi anni si sono moltiplicate, anche in Italia, le reti associative dedicate a fare pressione sulla politica e sull'amministrazione per influenzare positivamente le politiche pubbliche

Mancano, però, ancora, reti effettive di mutuo sostegno, di cooptazione.

Spesso, banalmente, le donne rimangono fuori dai processi di assunzione perché nell'individuazione dei curricula si attivano legami consolidati di conoscenza e scambio tra maschi

Il pregiudizio di genere, gli stereotipi, sono frutto e allo stesso tempo generatori di una **cultura della violenza** (fisica, psicologica, sociale) contro le donne che risale alla notte dei tempi dell'essere umano ed è ancora lontana dall'essere completamente sradicata.

Una violenza che si palesa anche nella **cancellazione del portato delle donne**.

Una violenza **insita nella cultura e nella comunicazione** che la veicola, laddove *le immagini che affollano le nostre diete audiovisive “continuano a sollecitare prevalentemente un immaginario maschile che cerca emozioni forti, gratificazioni visive immediate, evasione”* (Elisa Manna).

*“Gli **stereotipi di genere** più utilizzati in Italia prevedono alcuni elementi ricorrenti, che si alternano o si combinano: la donna è prevalentemente corpo; la donna è irrazionale ed emotiva; la donna punta tutto sul suo aspetto fisico e sulla sua disponibilità sessuale; la donna tende per natura a prendersi cura degli altri e ad evitare i conflitti”* (Lorella Zanardo)

Eppure, segnala Claudia Padovani, **gli interventi di politica pubblica sono ancora un passo indietro**: *“poco si è fatto in risposta agli impegni presi a Pechino per adottare strumenti legali e politiche che favoriscano l’eguaglianza di genere dentro e attraverso i media: la legge che regola il sistema della comunicazione (n. 112 del 3 maggio 2004) non fa menzione dei temi dell’eguaglianza e tanto meno del gender mainstreaming; né questo figura come uno degli obiettivi da realizzare nel mandato di AGCOM, che pure in anni recenti ha prodotto alcune linee guida in materia».*

Cruciale nella battaglia contro gli stereotipi è anche il linguaggio: *“Sostenere che medica o ministra siano neologismi errati o cacofonici è allo stesso livello delle teorie sulla piattezza della terra. Infatti medica e ministra non sono neologismi, sono perfettamente dentro il sistema linguistico, hanno la stessa struttura fonologica (la stessa “sonorità”) di monaca e maestra che risultano perfettamente normali e non sono cacofonici”* (Giuliana Giusti)

La **costruzione di nuove narrative non stereotipate** è sicuramente un punto cruciale di una ipotetica agenda pubblica di genere, funzionale all'empowerment nonché, in un'ottica più allargata, all'abbattimento degli stereotipi nella società, **fin dai primi anni di vita.**

Molti i possibili strumenti di intervento:

- Su giochi e libri per bambini
- Mediante l'educazione ai media nelle scuole
- Mediante progetti di mentoring e altro in particolare in ambito scientifico, dove il gap di genere è netto e si riflette sulle scelte universitarie e sul mondo del lavoro

E non va dimenticato che *“senza un diploma di scuola superiore, le occupate sono un esiguo 36,3%, a fronte del 70,7% dei coetanei maschi”* (Atlante dell'infanzia a rischio di Save the Children)

8. Contrastare la “mascolinità tossica”

Sempre nella logica dello sguardo a 360 gradi, è impensabile affrontare un cambio di narrativa senza entrare nello **specifico dell'immaginario maschile e degli stereotipi che ne limitano lo spazio di senso.**

Con il concetto di mascolinità tossica Carola Carazzone fa riferimento *“non soltanto ai comportamenti di machismo violento, sboccato, insultante o denigratorio che oggi è - o dovrebbe essere - sanzionato anche penalmente in qualunque ambito, ma a tutto quell'insieme di comportamenti e credenze subliminali che comprendono per i maschi il dover sopprimere le emozioni, il dover mascherare il disagio e la tristezza, il mantenere un'apparenza di stoicismo, di virilità, il non comportarsi da deboli, deferenti, accudenti o timorosi”*.

9. Un migliore bilanciamento nei ruoli familiari e tra carriera e vita privata

La carriera, per moltissime donne, è “**schacciata**” a monte per la cura dei figli e a valle per la cura dei genitori anziani. Si tratta di funzioni tradizionalmente attribuite alle donne e che le costringono a prolungate assenze dal lavoro o, comunque, a rinunciare a ruoli apicali poco compatibili con il numero di ore quotidiane da dedicare alla famiglia.

Anche in ambito artistico questo modello è molto diffuso, e spesso diventa uno stigma per le donne che si trovano davanti molte porte chiuse

Molti i possibili **strumenti di intervento**:

- Attribuzione agli uomini del congedo parentale
- Interventi di supporto per il rientro delle donne nel mercato del lavoro
- Reti di sostegno

Il **tema comunque, di nuovo, è non solo la parità ma una visione di welfare**: è uno di quei casi in cui la battaglia per le “pari opportunità” diviene uno strumento di innovazione per tutta la società, una società più attenta ai bisogni collettivi, all’equilibrio, alla qualità della vita, al benessere

Ultimo ma decisivo tema è quello di **ripensare a monte tutti i sistemi di gestione delle informazioni.**

Dati sulla salute, sull'educazione, sulle politiche pubbliche... Tutti i sistemi che regolano l'indicizzazione delle informazioni (e le conseguenti politiche) sono per lo più tarati sulla popolazione maschile, e questo sta avendo pericolosissimi effetti di accelerazione degli stereotipi di genere e avrà effetti nel tempo sempre più dirompenti.

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, la cultura e le donne

*“L’Italia non potrà dirsi sostenibile se non saprà affrontare e ridurre le disuguaglianze di genere, generazionali e territoriali, che sono i principali fattori di esclusione sociale nel nostro Paese. [...] **tre priorità trasversali: le donne, i giovani, il Sud.** Su queste si concentrano le maggiori disuguaglianze di lungo corso e i maggiori fabbisogni di investimento”.* Questa la riflessione centrale del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza: il tema della parità lo attraversa in modo orizzontale, aprendo delle opportunità di intervento che è urgente cogliere e rafforzare.

In questa direzione ragionare sulla convergenza tra pensiero trasformativo della cultura e pensiero trasformativo delle donne, sull’inclusione sociale e la costruzione di una nuova narrativa apre una prospettiva di possibili interventi e misure di rilevante impatto sociale ed economico.

Su queste tematiche Letture Lente continuerà a lavorare nei prossimi mesi. **La call è aperta.**

A C U M E

Un progetto curato da Flavia Barca per AgCult/Lettere Lente
con il coordinamento scientifico di Caterina Seia

*in collaborazione con ICOM Italia, Assifero, Cultural Welfare
Center e Soroptimist International Club di Torino*

26 Febbraio 2021

Email flavia.barca@acume.net
www.acume.net