







# Introduzione

**I**l danno sociale degli stereotipi questo il titolo e il tema del convegno organizzato dal Coordinamento donne Spi Lombardia lo scorso 10 novembre presso l'Umanitaria, a Milano, in occasione della Giornata internazionale contro la violenza sulle donne.

È stato questo l'inizio di un percorso che sta caratterizzando il lavoro dello Spi anche a livello territoriale.

Al convegno milanese hanno partecipato Cristina Cabras, Marita Rampazi, Maria Assunta Zanetti e Luisa Rosti, docenti universitarie, e Claudia Calabi, esperta di design della comunicazione e pubblicità. Autorevoli voci che hanno illustrato quanto gli stereotipi abbiano un impatto sociale dannoso, soprattutto per quel che riguarda gli stereotipi di genere, che sono stati analizzati nei diversi ambiti di specializzazione delle stesse relatrici.

In questo numero di Nuovi Argomenti oltre a trovare gli atti del convegno, avrete anche un contributo di Michelangelo Consiglio, uno degli attori che fa parte dell'Associazione culturale Plateali, relativo al momento di animazione che ha fatto seguito al convegno vero e proprio, e che ha visto il coinvolgimento del pubblico presente.

Nella parte conclusiva della rivista avete, invece, il resoconto di alcune iniziative che si stanno tenendo in alcuni territori – la Valle Camonica Sebino e il Comasco – sempre in tema di stereotipi. ■

**il danno sociale degli stereotipi**

**il danno sociale degli stereotipi**

**Salone degli affreschi**  
Società UMANITARIA  
Via F. Davenio 7 MILANO

10 Novembre 2015 | ore 9,30

Interventi:

- Presentazione del convegno**  
Carolina Perletti  
Segretaria Spi Lombardia  
Responsabile Coordinamento Donne Spi Lombardia
- "Stereotipi e violenza contro le donne"**  
Cristina Cabras  
Criminologa | Università di Cagliari
- "Stereotipi e comunicazione: la pubblicità tra genere e generazioni"**  
Claudia Calabi  
TPlan Studio
- "Genere e generazioni: il volto paradossale degli stereotipi"**  
Marita Rampazi  
Sociologa | Università di Pavia
- "Genere come risorsa: quale prospettiva educativa?"**  
Assunta Zanetti  
Psicologa | Università di Pavia
- "Le conseguenze economiche degli stereotipi di genere"**  
Luisa Rosti  
Economista | Università di Pavia

Pausa pranzo

- "ImproStereotipi"**  
Menù di storie improvvisate a base di stereotipi"  
Spettacolo di improvvisazione teatrale  
Associazione culturale "Plateali"
- Considerazioni conclusive**  
Stefano Landini  
Segretario Generale SPI-CGL Lombardia

**CGIL**  
**SPI** COORDINAMENTO  
DONNE  
LOMBARDIA

# IL DANNO SOCIALE DEGLI STEREOTIPI

Carolina Perfetti *Responsabile Coordinamento donne Spi Lombardia*

**B**envenuti! Un ringraziamento a tutti voi che avete accolto l'invito a partecipare a questo convegno, ma consentitemi di ringraziare in modo particolare le relatrici che hanno collaborato, in questi mesi, all'elaborazione del progetto e hanno messo a disposizione le loro specifiche competenze disciplinari per mettere a fuoco, insieme a noi dello Spi, il problema oggetto del convegno *Il danno sociale degli stereotipi*.

L'invito del Coordinamento donne Spi Lombardia è stato accolto anche dalla responsabile nazionale, Mara Nardini, della segreteria Spi, che ringraziamo per la partecipazione.

Così come ringraziamo le segretarie Cgil Lombardia Graziella Carneri e Melissa Oliviero, e i nostri 'attori Cgil' che l'anno scorso a Saronno hanno interpretato *Manutenzioni - Uomini a nudo*, atto unico tratto dal libro di Monica Lanfranco *Uomini che (odiano) amano le donne*, collaborando attivamente alla denuncia contro la violenza sulle donne.

Hanno accolto il nostro invito le rappresentanti di Auser Filo Rosa e di EOS, volontarie in prima linea ogni giorno accanto alle donne vittime di varie forme di violenza.

Nel programma del convegno hanno colto l'occasione per approfondire lo studio delle cause recondite di tanti maltrattamenti delle don-



ne, quegli stereotipi che solo apparentemente sono lontani dalle conseguenze che generano. Fare rete con le associazioni che sul territorio operano a favore delle donne è un obiettivo prioritario del Coordinamento donne Spi Lombardia.

Sono con noi oggi anche gli studenti rappresentanti di Udu Milano, con i quali è aperto il dialogo per condividere progetti concreti per

realizzare quanto contenuto nel protocollo politico sottoscritto tra Spi Cgil, Udu (Unione degli universitari) e Rete degli studenti medi. Un patto tra le generazioni, che è uno dei punti più importanti della nostra azione strategica politica e sociale.

Il mio compito oggi sarà semplicemente quello di condividere con voi il percorso che ci ha condotto a individuare negli stereotipi un problema sociale sul quale far convergere l'attenzione di un'organizzazione sindacale come lo Spi.

Partiamo dal presupposto che lo Spi ha, e intende continuare ad avere, un ruolo sociale.

Il Coordinamento donne, all'interno del sindacato dei pensionati della Cgil, è un organismo autonomo con un ruolo propositivo, "*sede di relazione politica tra le donne*", come indica l'art.23 dello Statuto Spi-Cgil.

Il dibattito politico tra le donne dei coordinamenti territoriali non è mai mancato, basti pen-

sare alle tante iniziative territoriali, regionali e nazionali che ogni anno vengono realizzate con grande impegno e partecipazione.

La nostra è una “modalità di lavoro per progetti, in grado di stimolare ed offrire a tutte le donne impegnate nel sindacato l’opportunità di partecipare” come indicato nel regolamento del Coordinamento donne Spi.

E questo è l’obiettivo da cui siamo partite per organizzare questo convegno: offrire a tutte le donne dello Spi Lombardia l’opportunità di condividere un momento di approfondimento interdisciplinare su un tema di grande impatto sociale quale l’incidenza dannosa degli stereotipi sulla nostra vita collettiva, con specifico riferimento alle gravi ripercussioni sociali derivanti dagli stereotipi di genere.

Abbiamo chiesto aiuto a delle esperte in materia, tutte docenti universitarie che studiano il problema da diversi aspetti, secondo le loro competenze disciplinari.

Le presenterò poi una per una, per condividere, attraverso brevi cenni dai loro curricula l’auto-revolezza dei loro contributi.

Albert Einstein, Nobel per la Fisica nel 1921, pare abbia sentenziato che “È più facile spezzare un atomo che un pregiudizio.”

Detto da lui risulta alquanto sconsolante.

Ma noi vorremmo, comunque, tentare di incidere nell’angolo di mondo in cui ci muoviamo e il primo passo importante per le donne è prender coscienza dei condizionamenti subiti per non trasmetterli, attraverso l’educazione, ai figli.

Nel saggio *Dalla parte delle bambine* (prima edizione maggio 1973) l’autrice, Elena Gianini Belotti, analizzando l’influenza dei condizionamenti sociali nella formazione del ruolo femminile nei primi anni di vita, sostiene che “la tradizionale differenza di carattere tra maschio e femmina non è dovuta a fattori innati, bensì ai condizionamenti culturali che l’individuo su-

bisce nel corso del suo sviluppo”.

I pregiudizi e gli stereotipi sono così ben installati nella vita quotidiana delle persone, nei multiformi aspetti del vivere sociale che, a più di quarant’anni di distanza dalla pubblicazione di quel saggio, siamo costrette a rilevare la persistenza e addirittura il rafforzamento dei condizionamenti culturali al ruolo di genere delle bambine.

Mariella Gramaglia, giornalista e protagonista del movimento delle donne, che tutti conosciamo perché è stata direttrice di *Noi Donne*, parlamentare e assessore alle Pari opportunità al Comune di Roma, nel 2007 è andata in India con la Cgil come cooperante per la difesa dei diritti delle donne.

Due anni prima della sua recente scomparsa Mariella ha pubblicato il libro *Tra me e te - Madre e figlia si scrivono: pensieri, passioni, femminismi*.

Un dialogo sotto forma di lettere tra due generazioni di donne che si parlano, si raccontano, si interrogano a vicenda sulla propria storia e su quella del nostro Paese. Colpisce questa considerazione:

“Finché le figlie, le madri, le donne in generale cresceranno nutrendosi di stereotipi, continueranno ad aspettarsi, loro malgrado, che le altre rispondano a modelli prestabiliti e antichi. Come si fa a combattere una società in cui generalmente ci si aspetta che le donne aderiscano alle forme, come le figurine alle sagome dell’album?”



Battaglie culturali di questa entità non possono certamente essere sostenute da singole coraggiose idealiste, la via del cambiamento può essere individuata solo nell’ambito delle aggregazioni sociali che abbiano consistenza numerica e capillarità nella distribuzione sul territorio, ma anche forza aggregante su obiettivi comuni e capacità di compiere lucide analisi dei problemi sociali da affrontare.

Prendendo a prestito alcune tesi emerse nell’ambito del convegno dell’Associazione



La motivazione di questa sentenza avrà delle ragioni che facciamo fatica a collegare alla giustizia per le donne.

Il convegno di oggi si colloca quindi nell'ambito delle iniziative del Coordinamento donne Spi in occasione della ricorrenza del 25 novembre, giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, istituita dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite nel 1999... e anche questo è un attestato ufficiale della gravità del problema sociale.

Mi fermo qui, non è mio compito

italiana di sociologia, tenutosi a Pavia a fine settembre, possiamo riflettere sulla crisi delle istituzioni democratiche, sulle nuove sfide in un orizzonte denso di incertezze, ma anche sulle ipotesi di nuovi spazi per nuove forme di legame sociale.

In questi difficili tempi di transizione, in cui si è sviluppata una diffusa vulnerabilità dei soggetti, alimentata dall'individualizzazione dei percorsi di vita, i giovani cercano nuove forme di partecipazione, cercano valori che diano senso all'agire comune.

La sfida potrebbe essere raccolta dal sindacato, in una rinnovata identità sociale.

Questa sfida dà il senso al nostro essere qui oggi, in tante e tanti, insieme per prendere coscienza di un malessere della società nei confronti della donna, un malessere che troppo spesso sfocia nei casi di omicidi efferati di donne, che la cronaca del nostro Paese registra con allarmante frequenza.

Femminicidi da parte di uomini aggressivi certo, ma spesso disorientati per l'emergere della inattesa soggettività delle donne, delle loro pretese di autonomia, che si scontrano con un patologico bisogno di possesso maschile.

Ma non sono solo i singoli casi di uomini malati a preoccuparci, ci domandiamo come si possano spiegare sentenze come quella di qualche giorno fa, che in appello ha applicato uno sconto di pena a colui che, per gelosia, ha massacrato Chiara, una ragazza di 19 anni, riducendola in coma.

approfondire il tema oggetto del convegno di oggi, ma vorrei condividere con voi alcuni ringraziamenti:

- al segretario generale Stefano Landini e alla segreteria regionale, che hanno creduto in questo progetto;
- a Gianni Bombaci, della Cgil Milano, che ci ha dato una mano per la prenotazione di questa splendida sala;
- a Erica Ardeni che curerà la pubblicazione degli atti su *Nuovi Argomenti*, la rivista che va ai quadri dirigenti dello Spi Lombardia, per condividere tutto ciò anche con chi non è presente oggi;
- ad Anna Manenti, della segreteria organizzativa Spi regionale, che si è fatta carico di tutto ciò che si deve organizzare in questi casi, con grande attenzione ed efficienza, con Patrizia e Alessandra.

Grazie a tutti voi, che avete deciso di partecipare e che, assieme agli oltre 460mila iscritti allo Spi in Lombardia, contribuite a sostenere le attività del sindacato.

Io presento oggi il risultato di un progetto collettivo, che potrà avere un seguito nell'ambito della formazione e dei rapporti intergenerazionali. ■

# STEREOTIPI E VIOLENZA CONTRO LE DONNE

Cristina Cabras *Criminologa, Università di Cagliari*

Grazie a Carolina Perfetti, grazie a tutto il suo staff per questo invito. Sono molto emozionata, attendevo questo evento da qualche mese. Con Luisa Rosti – che mi ha chiamato per invitarmi a questa iniziativa – ho condiviso giorno per giorno l'ansia di essere presente e raccontare qualcosa che potesse essere utile per migliorare la situazione nella quale siamo e vedere come procedere per creare delle condizioni migliori per le donne ma anche per gli uomini. Sono molti quelli che, nella nostra società, vivono situazioni di tensione, di disagio, di problematiche che potrebbero essere affrontate con una volontà congiunta di uomini e donne, anche per far fronte al tema che tratteremo oggi e cioè la violenza di genere.

Mi è stato chiesto di mettere insieme due concetti molto importanti nell'ambito della psicologia: gli stereotipi e la violenza.

Per questo è necessario che vi racconti qualcosa di ciò che effettivamente sono gli stereotipi per chi, come noi, dal punto di vista psicologico studia questi meccanismi. Lo faremo cercando di capire che cosa sono e perché li usiamo, perché siano spesso collegati a una modalità che porta le donne oggi a essere considerate oggetto sessuale – sempre più badate bene rispetto al passato. Cercheremo di vedere perché



questi stereotipi sono legati alla violenza di genere e alla modalità attraverso la quale noi stesse e noi stessi percepiamo le vittime o i carnefici della violenza di genere all'interno di valutazioni che sono sempre stereotipiche. Infine ci chiederemo cosa possiamo fare.

Che cos'è lo stereotipo. Lo stereotipo è uno schema mentale che usiamo, noi diremmo una struttura cogni-

tiva, a cui facciamo riferimento perché contiene delle conoscenze, delle credenze, delle aspettative che sono già elaborate dalla nostra società e che acquisiamo e diamo per scontate. I contenuti di questi stereotipi possono essere positivi o negativi. Nella maggioranza dei casi nel linguaggio comune, utilizziamo questa parola per fare riferimento a contenuti negativi, infatti, spesso diciamo: "ah, ma quanti stereotipi usi". In realtà usiamo anche molti stereotipi positivi, li usiamo in modo automatico senza pensarci perché questi schemi mentali sono presenti nella nostra memoria e ci servono per semplificare quelle numerose informazioni che nella giornata ci assalgono. Siamo bombardati da informazioni e, per far fronte a questa quantità infinita di informazioni, cerchiamo di usare degli schemi già confezionati che ci permettono di semplificare, di velocizzare la conoscenza, l'interpretazione delle situazioni e della realtà



che viviamo quotidianamente. Gli stereotipi li usiamo, soprattutto, quando abbiamo di fronte situazioni che non conosciamo e, quindi, cerchiamo nello schema mentale, quelle conoscenze che possono essere più simili allo stimolo che abbiamo di fronte e che ci aiutano, di conseguenza a comportarci in un certo modo, ad avere meno paura.

Pensate alle situazioni che possiamo vivere nella vita quotidiana e alle modalità nelle quali possiamo provare anche disagio di fronte a condizioni che non conosciamo. Pensiamo di trovarci per la prima volta, per esempio, in un ambiente che non sappiamo decifrare perché non abbiamo informazioni sufficienti per sapere come dobbiamo comportarci. Pensate di fare un viaggio e di andare in un paese che non conoscete, in cui la cultura è molto diversa dalla vostra.

Come fate a orientarvi? Come fate a capire come interpretare i comportamenti delle persone che osservate? Come fate a capire come dovete voi comportarvi con gli altri e con le altre?

Usiamo gli stereotipi che ci vengono in soccorso, quindi gli stereotipi non sono soltanto qualcosa di negativo, che pone un'etichetta alle situazioni che viviamo nel contesto quotidiano, ma sono anche degli ancoraggi, dei *salvamenti* che ci permettono di avere informazioni veloci e sufficienti per capire in che situazioni siamo, anche quando sono di pericolo.

Per esempio questa: se vi trovaste di fronte un gruppo di persone con le felpe i cui cappucci coprono parte del viso e in cui alcune, sembra, si stiano predisponendo in modalità d'attacco/combattimento, ecc. non avete tempo di chiedere: "chi siete, da dove venite, cosa volete fare, qual è l'obiettivo del vostro comportamento?". Non avendo tempo, dovete usare uno stereotipo, è lo stereotipo che permette di decifrare, forse anche in maniera non sempre corretta, quello che avete di fronte con modalità che sono molto generali, non sempre corrette.

Pensando al gruppo di persone usato per l'esempio, potremmo dire che è un gruppo di persone che desidera fare violenza nei confronti di qualcun altro, ma non è certo. Magari si tratta di persone che si stanno allenando o qualunque altra cosa vi possa venire in mente. Sta di fatto che non possiamo sapere esattamente che

cosa stiano facendo queste persone se non glielo chiediamo direttamente ma, nel momento in cui dobbiamo sapere se proseguire nella nostra strada, se fermarci a osservare o se scappare, dobbiamo farlo usando uno stereotipo. Forse sbagliamo chi lo sa, ma in quell'occasione è bene usare lo stereotipo.

Così come guardando questi due volti (*viene mostrata un'immagine in cui si vede un uomo pelato e tatuato, senza un incisivo e a fianco l'immagine di un medico, ndr*): sono due persone, due persone che certamente potremmo descrivere in vario modo ma se non abbiamo tempo, se non abbiamo intenzione di fare conoscenza con queste persone, se dobbiamo avvicinarci a queste persone solo per chiedere una piccola informazione, per esempio: "che ore sono? dove sta via Larga?", noi scegliamo sulla base di uno stereotipo.

Così come abbiamo stereotipi nei confronti di uomini e donne, gli stereotipi di genere. Oggi se ne parla tanto anche in riferimento a qualcosa che ha poco senso dal punto di vista scientifico, mi riferisco alla teoria *gender*, non so se ne avete sentito parlare. È qualcosa che non esiste dal punto di vista scientifico, però qualcuno ha costruito una narrazione urbana nella quale si diverte a parlare di stereotipi di genere e di teoria di genere come di qualcosa che si usa in questo periodo storico per far sì che i bambini si vestano da bambine, giochino con giocattoli delle bambine e quant'altro. Certamente una modalità ricca di stereotipi che talvolta ci fa sorridere, ma non sempre è corretto sorridere visto e considerato che poi le conseguenze possono essere talvolta poco piacevoli.

Usiamo degli stereotipi di genere che sono legati ad aspettative che la società ha costruito per definire meglio i comportamenti di uomini e donne. Questi stereotipi rispetto agli uomini e alle donne sono spesso legati a una correlazione illusoria, come la definiamo noi studiosi. Cosa vuol dire? Indica la tendenza a mettere insieme, ad associare due variabili che non è detto vadano bene insieme ma che, nello stereotipo, comunque sono costruite in questo modo.

Per esempio: bello è associato a buono, brutto è associato a cattivo così come avere i capelli biondi è associato a una fatina, avere i capelli neri e ricci è associato a una strega. Ciò che le

persone sono e ciò che le persone dovrebbero essere quindi, ciò che le persone sono e ciò che la società vuole predefinire per il comportamento delle persone, ovvero ciò che le persone devono rispettare nell'ambito del contesto sociale.

Qui ci sono diverse trappole nelle quali spesso cadiamo noi, sia uomini che donne, perché ci insegnano che essere delle buone donne, delle brave donne, delle donne capaci è necessario, ma è necessario anche rispondere ad aspettative sociali che vogliono queste donne solo ed esclusivamente madri dedicate alla cura, pronte a fare un passo indietro, a lasciare che siano altri a gestire il potere.

Al contrario per gli uomini ci sono altre trappole, trappole nelle quali gli si dice: "devi essere un bravo uomo, ma devi anche essere soprattutto un bravo lavoratore, devi essere una persona che si fa strada nella società, che diventa un buon leader, che acquisisce un buon status, che ha un elevato reddito perché altrimenti non sarai valutato positivamente". Anche questa è una trappola maschile costruita dagli stereotipi di genere.

Questi stereotipi oggi cambiano, si modificano, non sono sempre gli stessi. Li troviamo sempre

più diversi nell'ambito della nostra società ma non svaniscono, ci sono sempre, l'importante è saperli ben utilizzare.

In alcune recenti ricerche a campioni di uomini e donne veniva chiesto quali erano gli aggettivi che consideravano più vicini alle caratteristiche di un uomo e di una donna. Sono stati indicati aggettivi che ancora oggi rimangono come punti di riferimento per definire un uomo e una donna. Per esempio, un uomo è, spesso e volentieri, definito indipendente mentre una donna è definita dipendente. Spesso le donne sono definite come emotive, amichevoli, gentili, dedite all'affettività mentre gli uomini sono definiti persone attive, persone che hanno un orientamento al risultato, persone ambiziose, avventurose ma anche avventuriere.

Così come si pensa, sempre all'interno degli stereotipi, che l'essere uomo sia prevalentemente associato a capacità che ben si possono esprimere nell'ambito della scienza e della matematica, al contrario per le donne si pensa che queste possano esprimere meglio le loro capacità nell'ambito degli studi umanistici.

Qualche eccezione c'è a questo tavolo ma, come vedete, anch'io sono caduta nello stereotipo.





Faccio la psicologa però ho spostato un po' l'attenzione su qualcosa che non è molto considerata al femminile e, infatti, ogni tanto me la fanno pagare: sono una criminologa.

Gli stereotipi sono supportati e ravvivati continuamente nella nostra società, pertanto è difficile dire: "io non cado nello stereotipo" perché in qualunque azione quotidiana sicuramente salta fuori una condizione stereotipica.

Tra le funzioni che hanno gli stereotipi c'è anche quella di mantenere inalterati i rapporti di potere e questo è un elemento molto caro sia alla psicologia che alla sociologia, che hanno studiato approfonditamente questo aspetto. I rapporti di potere nella società sono tanti, ma quelli su cui mi voglio concentrare oggi sono relativi agli uomini e alle donne, visto e considerato che dobbiamo parlare di stereotipi e violenza di genere.

Cosa c'entra il potere con la violenza di genere? Anche la violenza di genere è una espressione del potere, della disparità del potere e degli stereotipi legati alla percezione di bene o male nell'ambito del potere. Potete tranquillamente vedere quanti sono gli ambiti nella

vita in cui vi è questa disparità e in cui il peso del potere è più a vantaggio delle persone di sesso maschile che non delle persone di sesso femminile.

Pensate al fatto che, per esempio, le donne hanno nel nostro contesto sociale acquisito in tutti i campi una posizione di rilievo, anche grazie a un livello di studio che le statistiche ci dicono essere superiore rispetto ai campioni maschili. Però quando si tratta di giungere a posizioni di potere, che sono riservate a pochi visto e considerato che i luoghi di potere sono luoghi di vertice e sono in numero poco elevato, troverete certamente una maggioranza di uomini anche dove la base – chiamiamola così visto che siamo in un contesto Cgil – è di donne.

Pensate per esempio agli ordini professionali. Quello più vicino a me, l'Ordine delle psicologhe e degli psicologi lo chiamerei io, si chiama Ordine degli psicologi. Il 90% delle iscritte è donna, ma se andate a vedere a livello nazionale quali sono i presidenti, le donne si contano nelle dita di una mano.

Andate a vedere quali sono i presidenti degli Ordini degli avvocati: anche lì, se va bene, la metà sono donne – sebbene nell'Avvocatura il 70% siano donne, ma i presidenti sono uomini.

Posso continuare. Guardate le sedi dei Rettorati: noi a Cagliari abbiamo una rettora, siamo tra le poche università in Italia ad avere un rettore donna. Pochissime, sei, credo, in tutta Italia. Guardate quante sono le università e guardate chi lavora dentro le università. Anche lì, più si sale nella gerarchia più le donne svaniscono. Sono presenti nella base, le ricercatrici sono più dei ricercatori, le professoresse associate sono più dei professori associati ma i professori ordinari – che rappresentano il vertice – sono di più delle professoresse ordinarie. Anche questo è un luogo di potere.

Uomini e donne nelle diverse culture accettano e giustificano l'oggettivazione sessuale del corpo delle donne. Cosa significa? Quando parliamo di oggettivazione sessuale facciamo riferimento a un meccanismo legato a una applicazione della disparità di potere tra uomini e donne nell'area dei rapporti di tipo sessuale.

L'area dei rapporti di tipo sessuale tra uomini e donne è spesso utilizzata, in particolare nei contesti odierni nella pubblicità, nei film, nei testi delle canzoni, nei videogiochi in cui trovate persone di sesso femminile rappresentate con forme fisiche strettamente legate all'uso sessuale del corpo.

Badate bene, l'oggettivazione sessuale non è strettamente collegata alla pratica del sesso, semplicemente a una rappresentazione del corpo. Il che vuol dire che nel rapporto di potere uomini-donne, gli uomini si pongono nella condizione di essere coloro i quali usano questo corpo oggettivato.

L'oggettivazione di target femminili non è a opera solo di uomini nei confronti delle donne, le stesse donne promuovono l'oggettivazione sessuale del loro corpo. Basta vedere che cosa c'è in giro in televisione: ci sono corpi oggettivati sessualmente. La persona, le sue capacità, la sua intelligenza, la sua sensibilità non traspaiono mentre traspare un corpo e delle forme, spesso e volentieri potenziati. Si usa la chirurgia plastica per aumentare i volumi che servono per attirare l'attenzione in quanto oggetto sessuale.

Vi sono alcune pubblicità che rappresentano degli esempi di oggettivazione sessuale: una donna dentro un pacchetto di verdura che si può comprare al supermercato; due panini che rappresentano due seni; il corpo di una donna il cui vestito è preso, posseduto in una mano, si tratta di una birra raffigurata con il corpo di una donna. Per non parlare della pubblicità di un prosciutto dove l'oggettivazione è molto interessante perché elimina totalmente le parti alte – elimina la testa quella che più è vicina al pensiero, all'intelligenza della persona – e si vede soltanto il fondo schiena a rappresentare il corpo come oggetto sessuale.

*A questo punto viene mostrato un filmato il cui parlato è questo: "Quella che vedete non è una escort, è una Panda che al contrario di una escort ha un prezzo fisso per tutti e anche con fattura. Bella eh!!!!. Bella e possibile, Panda My Life a 8.590 Euro con clima, barre portatutto e servosterzo dual drive e fino a 1.000 Euro di extra bonus su tutta la gamma Fiat in pronta consegna".*

Cosa abbiamo visto? Abbiamo visto un'associazione tra una persona e la marca di un'auto. La parola ha giocato, ovviamente, in termini ambigui perché *escort* vuol dire puttana. Avete visto passeggiare una passeggiatrice abbinata al concetto di oggetto, cioè un'auto, non è una *escort* ma è una Panda e può essere tua, la puoi comprare per, e il suo prezzo è uguale per tutti.

Nella vita quotidiana diamo poco peso a questi aspetti ma, badate bene, che sono tutti aspetti che rinforzano lo stereotipo legato alla condizione di subordine e di passività del genere femminile. Questo è il messaggio che noi quotidianamente costruiamo nelle nostre interazioni quotidiane. Certo mi si viene a dire: "non puoi continuamente protestare perché le persone non usano il femminile quando nel linguaggio dovrebbero usarlo, leggono giornali e comprano oggetti, compresa la Fiat Panda, che promuovono le donne come oggetto".

Io mi lamento, cominciamo a lamentarci in migliaia e forse queste cose potranno cambiare perché lamentarsi da singole produce poco effetto. Questo è un tema su cui battere perché la violenza sessuale non è lontana qua, la violenza sessuale è qua, è anche qua.

Oggettivare sessualmente il genere femminile aiuta a mantenere inalterati i rapporti di potere e riduce la sensibilità verso la violenza: a questo risultato arrivano recentissime ricerche, anche una ricerca del 2015 che usa un campione di soggetti che provengono da diverse culture, dalla quella americana a quella giapponese a quella occidentale. Mettendo a confronto i dati si arriva a questo risultato, che è un risultato drammatico perché vuol dire che noi accettiamo e ci esponiamo a questi stimoli che sono ovunque. Basta aprire un giornale, basta accendere la televisione, basta fare una cosa che non ha certo un valore di intenzione rispetto a questo per ritrovarci nella condizione di aderire a stereotipi, anche senza saperlo, e, pertanto, arriviamo alla violenza di genere, che è frutto di questa cultura, di questa condizione rinforzata anche dagli stereotipi.

La violenza di genere è definita come atto perpetrato non solo su una donna in quanto tale, ma in ragione della connotazione di inferiorità del sesso genere femminile in un sistema cultu-

rale strutturalmente asimmetrico. Non ci muoviamo in una società che vorrebbe arrivare alla simmetria tra uomini e donne; simmetria non vuol dire confondere le diversità o pensare che siamo tutti uguali ma che abbiamo condizioni eque, che abbiamo condizioni di parità. Nella nostra società questo traguardo ancora non è raggiunto, non è raggiunto perché le prime a non riconoscere la necessità di questo traguardo sono le donne.

Come diceva prima Carolina Perfetti le responsabili del percorso educativo sono spesso donne, ma non perché hanno più potere degli uomini ma semplicemente perché in certi ruoli, in quelli educativi, sono prevalentemente le donne ad agire, sono prevalentemente le donne a lavorare. Pensate a quante sono le donne nella scuola dell'infanzia, nella scuola primaria. A chi portano un messaggio? A bambini e bambine con cui tendono, spesso e volentieri purtroppo, a rinforzare questa stereotipia.

Allora anche la violenza di genere va combattuta con modalità che non sono molto lontane da noi. Che non implicano stravolgimenti di chi sa quale genere, ma semplicemente il riconoscimento di stereotipi positive, non stereotipi negative associate al genere maschile e femminile.

In Italia le denunce che riguardano i reati cosiddetti tipizzati in senso femminile sono di diverso tipo: dallo stalking al maltrattamento, alla violenza fisica, e riferiscono per l'80% dei casi a donne nel ruolo di vittime. Il fenomeno della violenza nelle relazioni intime è spesso studiato prevalentemente al femminile. Come ci dicono le più recenti ricerche le situazioni di violenza fisica sono certamente messe in atto prevalentemente da uomini nei confronti di donne, ma quando andiamo a valutare la violenza psicologica troviamo che, inve-

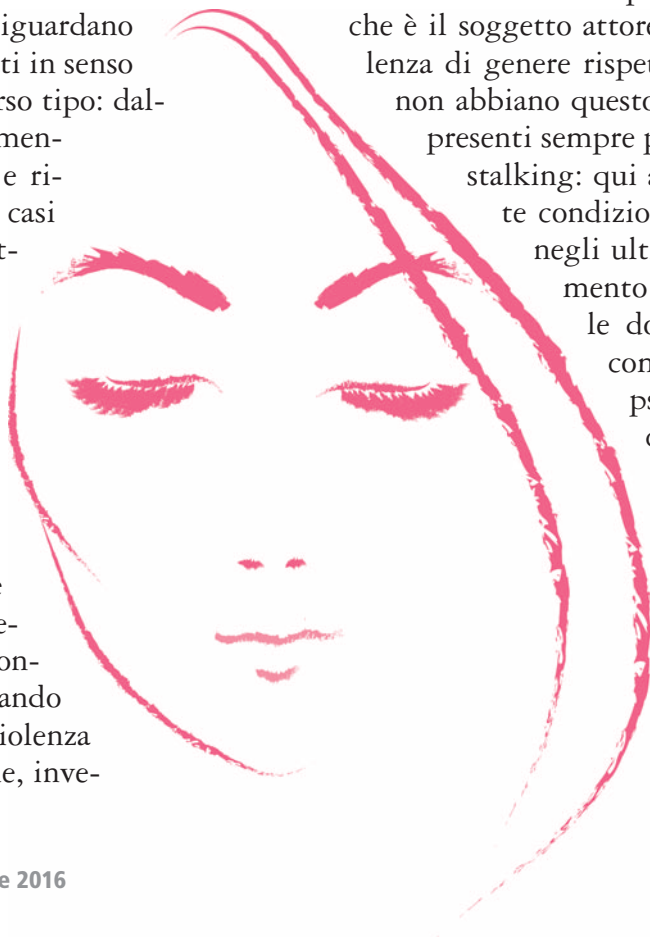
ce, questa è di tipo bi-direzionale. La ritroviamo sia nelle donne nei confronti degli uomini che negli uomini nei confronti delle donne e, quando si tratta di offese gravi, le donne reagiscono anche utilizzando la violenza di tipo fisico.

Certamente la condizione nella quale le donne si trovano come attrici della violenza è minoritaria come numero rispetto a quella in cui si trovano gli uomini come attori della violenza. Spesso le donne cercano di agire per uscire dalla condizione negativa nella quale si trovano a vivere la relazione col partner. Recenti ricerche ci dicono che lasciare il partner diminuisce la probabilità di subire violenza, ma aumenta il rischio di ricevere violenze molto più gravi.

Infatti se voi notate, quando vi sono situazioni che portano al cosiddetto femminicidio queste spesso hanno dietro una relazione che si è interrotta e il femminicidio si presenta successivamente alla rottura della relazione, cioè quando una donna ha deciso di allontanarsi da quella condizione e viene intrappolata in una condizione di relazione violenta da cui non sempre riesce ad uscire viva.

Altre situazioni, che vediamo essere legate alle più recenti statistiche del 2005, ci dicono che le donne subiscono spesso violenza dal partner che è il soggetto attore più presente nella violenza di genere rispetto ad altri soggetti che non abbiano questo tipo di relazione. Sono presenti sempre più denunce rispetto allo stalking: qui abbiamo una interessante condizione – che si è presentata negli ultimi anni – e cioè un aumento di denunce che vedono le donne come stalker, cioè come attrici della violenza psicologica di stalking nei confronti di uomini.

Le forme più gravi le conosciamo, certamente gli stupri e i rapporti sessuali violenti o indesiderati sono al primo posto, vi sono poi altre forme di violenza pure presenti in numero consistente, per



esempio schiaffi calci e pugni che possono essere sempre rivolti alle donne da parte dei partner.

Entrano nelle statistiche dell'Istat del 2015 anche le donne straniere che hanno subito violenza. Come vedete queste subiscono più violenza fisica rispetto agli stupri e le donne dell'Est sono quelle che denunciano di più. Badate bene, non bisogna confondere i numeri relativi alle denunce con i numeri legati al fenomeno perché noi non sappiamo quante sono le donne che provengono da paesi del nord Africa, ad esempio, che subiscono violenza. Sappiamo certamente che, in quella cultura, è molto più difficile essere indipendenti e recarsi a esporre denuncia come, invece, possono fare le donne dell'Est, che sono più libere e più indipendenti rispetto a quanto non accada per le donne dei paesi del nord Africa.

Rispetto alla condizione di status le donne separate o divorziate subiscono più violenza rispetto alle altre, ma è necessario dire che negli ultimi anni, in confronto alle statistiche del 2006, il numero delle violenze fisiche e sessuali sono diminuite, o meglio il numero delle denunce relative alle violenze sessuali è diminuite. Questo vuol dire che la sensibilizzazione e le azioni continue, prodotte in questi anni, hanno portato certamente dei risultati così com'è in calo anche la violenza psicologica agita da uomini e da donne.

Chi sono i soggetti che agiscono la violenza nei confronti delle donne e che talvolta arrivano all'omicidio?

Nella maggior parte dei casi si tratta di persone che hanno una carriera criminale che è già stata collaudata, cioè sono persone che hanno già avuto la possibilità di agire in termini criminali in altri contesti che non siano quelli famigliari e che replicano comportamenti di questo tipo anche in famiglia e presentano delle caratteristiche che dal punto di vista psicologico sono interessanti per i nostri studi. Per esempio caratteristiche di aggressività e di *stile di coping* non adattivo che sono più forti nei soggetti che compiono violenza sessuale rispetto a quanto non accada per i soggetti che, invece, arrivano all'omicidio.

Anche la violenza di genere presenta le sue stereotipie.

Per esempio, siamo portate/portati a pensare che riguardi soltanto i rapporti eterosessuali. Anche questo è uno stereotipo perché la violenza di genere non soltanto è una violenza agita da uomini e da donne, ma è una violenza che troviamo persino nelle coppie dello stesso sesso. Questo deve aiutarci a capire, per esempio, che nelle coppie lesbiche dove ci sono due donne, esiste comunque la violenza, anche fisica.

Si apre, dunque, una riflessione: non possiamo parlare degli uomini come carnefici e delle donne come vittime, dobbiamo pensare a relazioni di tipo patologico. Dobbiamo uscire dallo stereotipo che ci porta a credere che questa condizione di violenza di genere sia strettamente legata alla natura delle persone di sesso maschile perché anche questo è uno stereotipo, perché la difficoltà e la patologia sta nella relazione che si instaura tra le persone. Tant'è che troviamo la violenza di genere anche nelle coppie omosessuali dove il problema del rapporto uomini e donne non c'è, ma ci sono comunque rapporti di potere, ci sono comunque elementi relazionali patologici che portano alla violenza.

Dobbiamo interrogarci su come portare avanti questa lotta contro la violenza che non è violenza contro le donne, ma violenza nelle relazioni intime indipendentemente dalla tipologia della coppia, che sia essa coppia eterosessuale o che sia essa una coppia omosessuale.

Pertanto, pensando al domani, guardiamo avanti e cerchiamo di superare noi stesse e noi stessi tutte le stereotipie che usiamo anche per combattere questa forma di violenza. ■

*Questo intervento non è stato rivisto dalla relatrice, ma corretto in redazione. Ci scusiamo pertanto di eventuali errori/imperfezioni contenuti.*

# LA PUBBLICITÀ TRA GENERE E GENERAZIONI

Claudia Calabi *TPlan Studio*

*All'inizio dell'intervento di Calabi è stato proiettato un breve filmato che ha mostrato, montati in sequenza, alcuni spot pubblicitari con brevi descrizioni in sovraimpressione, che nell'insieme raccontavano la vita delle persone, dalla nascita alla terza età, filtrata dall'obiettivo del consumo e rappresentata attraverso stereotipi, tra cui alcuni molto evidenti. Sono stati evidenziati, in modo particolare, gli stereotipi relativi al progresso tecnologico, il genere e l'età.*



reotipo. Assumendo, in questo contesto, il significato più ampio del termine, si può dire che lo stereotipo è una possibile semplificazione della realtà che si vuole raccontare; la natura stessa dello strumento pubblicitario, che deve trasmettere un messaggio in modo univoco, semplice e veloce, rende quindi necessario l'uso di stereotipi.

Gli stereotipi, allora, semplificano la realtà al fine di rappresentare emozioni e sensazioni.

**P**erché parlare di pubblicità? Oggigiorno si è immersi in un mondo di immagini e di messaggi pubblicitari, soprattutto diretti a stimolare la propensione all'acquisto di prodotti; questo accade anche per il tipo di società e di economia costruita negli anni, dove si è tutti consumatori.

L'evoluzione e la diffusione dei mezzi di comunicazione e l'ideazione di sempre nuovi format di pubblicazione, dall'italiano televisivo *Carosello*, nato alla fine degli anni '50, ai banner digitali fino ai social networks, ha garantito, nel tempo, l'utilizzo sempre più massiccio della pubblicità; è quindi ragionevole pensare che i messaggi contenuti nelle pubblicità raccontino, almeno in parte, la società che li produce.

La pubblicità è uno specifico strumento che utilizza, per rappresentare, il concetto di ste-

Che cosa racconta esattamente la pubblicità? Propone oggetti da comprare per stare meglio, raccontando della loro bontà attraverso situazioni contestualizzate in una possibile e felice (o che tende alla risoluzione in positivo) realtà, per stimolare nel consumatore la propensione all'acquisto, la voglia di *stare bene* grazie al prodotto reclamizzato. Per agire al meglio questa missione, lo spot pubblicitario deve stimolare emozioni e sensazioni positive; si tenga presente che, oggi, esiste anche lo stereotipo del consumo: *non si può essere felici se non si consuma* (e l'economia *non gira* se non si consuma). Lo stesso *Carosello* italiano, con il suo *codino* pubblicitario, nasceva come risposta al bisogno di riscatto economico e sociale nel dopoguerra: la possibilità di ricostruire e creare un futuro migliore passava dal poter acquistare, e quindi rinnovare.

Il poter consumare può garantire gratificazioni, e permettere il raggiungimento di determinati equilibri nella vita; il potere d'acquisto, oggi, garantisce il raggiungimento sia di status, sia di gratificazione.

Scriva Rosa Giannetta Trevico: "La pubblicità non impone nuovi modelli culturali. Al contrario segue quelli esistenti. Segue i valori del pubblico. Solo che mostrandoli li esalta, li rende più belli. Rappresentandoli elimina il brutto che c'è nella realtà. Per la pubblicità non ci sono famiglie infelici. Non ci sono uomini e donne brutti e infelici. Non ci sono abitazioni o paesaggi sgradevoli. Tutto è bello, piacevole, seducente. Tutto rassomiglia all'ideale del pubblico."<sup>1</sup>

La pubblicità 'insegna' come sia meglio vivere oggi, per essere persone felici, oppure la pubblicità esemplifica credenze e desideri già presenti nella nostra società, rendendoli semplicemente possibili?

Considerato il potere dei media, tale interrogativo è più che giustificato; la pubblicità, parlando appunto di stereotipi, non fa altro che raccogliere, vedere e studiare quello che già è socialmente condiviso, quelle che già sono le aspettative sociali nei confronti di determinate situazioni.

Ecco allora che gli atteggiamenti raccontati attraverso la comunicazione pubblicitaria, in generale, diventano legittimi e appropriati, (e quindi suggeriti).

Anche se la funzione primaria del marketing è quella di stimolare la propensione all'acquisto di un prodotto, i modelli pubblicitari sono credibili e affascinanti e quindi tendono a rafforzare 'valori' e suggerire modelli da imitare.

La pubblicità racconta momenti, e rappresenta di questi solamente ciò che può suscitare un'emozione positiva, esaltando le aspettative di gioia, di serenità, rispondendo al desiderio di accettazione che è insito in ogni individuo; a nessuno verrebbe voglia di comprare un prodotto se la rappresentazione di questo stimolasse sensazioni negative.

La pubblicità, quando efficace, riesce nel suo intento in quanto è il risultato della verifica di chi sono i potenziali ricevitori del messaggio, del *codicellinguaggio* maggiormente cono-

sciuto e condiviso della popolazione, dei canali che meglio possono veicolare il messaggio, con sufficiente originalità per attirare l'attenzione. Ecco, allora, che se bisogna rappresentare una famiglia, si rappresenta la *famiglia del Mulino Bianco*, dove alle sette del mattino sono tutti felicissimi di alzarsi e bere il caffè, se la colazione è servita con *quei* biscotti.

Si è visto uno spot, all'inizio di questo intervento, dove per raccontare la bontà di un prodotto alimentare è stato rappresentato il passaggio all'adultità di una bambina; questa pubblicità, in una manciata di secondi, racconta i momenti difficili dell'adolescenza e delle piccole grandi scelte di vita necessarie per crescere. La protagonista trova finalmente equilibrio e serenità alla fine dello spot, quando si trova in cucina, in attesa di servire al marito le fette biscottate di una determinata marca.

La pubblicità spesso restituisce una realtà che rappresenta persone serene e realizzate solamente all'interno di determinati ruoli socialmente condivisi, enfatizzandone gli aspetti che servono a reclamizzare un prodotto.

Si propone, come altro esempio, una breve serie di pubblicità di automobili.







Un cartellone della Fiat, degli anni '50, proponeva la Spider per lui e la 600 per lei. L'oggetto pubblicizzato, in questo caso l'auto, risponde a un bisogno, ma nel contempo corrisponde ad un desiderio: in questo modo diviene un oggetto che si ha voglia di acquistare, possedere e di consumare. Lo stereotipo che enfatizza la differenza dei ruoli maschile e femminile è utile a pubblicizzare due automobili diverse contemporaneamente. Per lui la macchina è la Spider (veloce, rossa, sportiva, decapottabile, ...) mentre per lei la macchina è più piccola, più compatta, evidentemente più maneggevole.

Si è considerata anche, sempre a titolo esemplificativo, una pubblicità automobilistica degli anni '80. In questo periodo storico, in Italia gli oggetti di consumo divengono *status symbol*, non solo della condizione economica ma forse più prettamente di quella sociale. Il cartellone pubblicitario proposto (Autobianchi per Y10) recita lo slogan "*piace alla gente che piace*", ritraendo oltre che la vettura, una coppia sorridente, dove lui trae lei a sé. Il messaggio che passa è che l'automobilista sia l'uomo rappresentato, quindi è lui il soggetto 'che piace' (risposta al desiderio di essere attraente), al quale quindi

piace l'automobile, come gli piace la ragazza che stringe a sé.

Esistono moltissime pubblicità, oggi, di automobili. Si prende ad esempio l'immagine di un'auto, fotografata con quattro seducenti donne: la macchina è sempre la risposta al bisogno di mobilità, ma la pubblicità esprime in modo molto più evidente ed enfatico, rispetto la precedente, sia il desiderio maschile di essere sessualmente attraente ed attivo, sia l'oggettivazione della figura femminile.

Si analizzano brevemente, tra le molte, altre categorie di stereotipi, che riguardano le differenze di status: povertà/ricchezza, etnia, provenienza, di cui oggi si parla molto.

Come per l'esempio sulle automobili, si propongono due pubblicità degli anni '50/'60, una di una vernice e una di un sapone, grazie alle quali si introduce la discussione legata agli stereotipi sull'etnia.

Recentemente, infatti, la differenza etnica è spesso utilizzata per rappresentare le caratteristiche tipiche di determinati prodotti, e non sempre lo scopo è quello di far conoscere differenze/peculiarità di lavorazione, a garanzia della qualità o originalità degli stessi.

Si è portata anche ad esempio una delle pubblicità, fortemente contestata e quindi ritirata, della azienda Dolce & Gabbana (2007/2008). Nell'immagine, che ritrae un gruppo di giovani uomini insieme ad una giovane donna, la violenza sottesa è proposta come qualche cosa di naturale, di accettato e quindi di ambito, generando quindi non solo l'accettazione della stessa, ma innalzandola a metro di giudizio della bellezza e desiderabilità femminili (unico fine da raggiungere) e della virilità maschile. Si tenga presente che se lo stereotipo rappresentato nelle pubblicità spesso pare riguardare una sola fetta di popolazione (per esempio quella femminile) per forza di cose, in realtà, si ripercuote anche sul resto della torta, dal momento che sono proposte situazioni socialmente condivise, quindi accettate da tutti, e che implicano relazioni.

Si può discutere e dire molto anche delle pubblicità per i cibi: ad esempio, per sponsorizzare la bontà del latte pubblicizzo la bontà femminile (si possono trovare davvero moltissimi esempi in questa direzione), fino ad arrivare alla totale trasposizione di quella che è una caratteristica femminile all'oggetto. Non ci sono dubbi: anche quando nella pubblicità non c'è l'immagine della donna, la femminilità è presente e da consumare, da mangiare (si fa riferimento soprattutto a immagini che ritraggono cibi la cui disposizione compone parti del corpo femminile).

Pensando, infine, allo stereotipo di generazione – nel filmato sono state riportate anche pubblicità che rappresentano i cosiddetti 'bamboccioni' – possiamo notare che le persone dai 40-50 anni in su, nelle pubblicità sono i grandi assenti. Non si 'usano', non è bello rappresentare una *certa età* nelle pubblicità, a meno di dover andare a 'colpire' specificatamente un certo settore a causa della specificità del prodotto pubblicizzato (come ad esempio i prodotti sanitari). Quando uno spot pubblicitario coinvolge persone della seconda e terza età, il più delle volte è per mostrare la contrapposizione a qualcuno di più giovane.

La figura della donna matura, della nonna, a volte rappresenta la saggezza, in modo particolare se inserita e ritratta in ambiti famigliari e domestici; la saggezza è, invece, rappresentata da una figura maschile, spesso matura, per

consigli finanziari o di gestione.

La contrapposizione giovane/anziano, soprattutto se la persona matura è una donna, è spesso utilizzata per dare un tocco di ilarità.

La differenza di età è utilizzata anche per definire i passaggi nella vita, segnare le cronotappe, anche se difficilmente in una pubblicità che ritrae donne giovani e donne anziane il prodotto reclamizzato è a beneficio delle prime.

Il mondo delle tecnologie, come area pubblicitaria, presenta le persone 'meno giovani' come le grandi escluse, quelle che sicuramente fanno fatica a imparare, fanno fatica a diventare più moderne, non sono in grado di utilizzare gli ultimi modelli di prodotti elettronici.

Come agisce allora la pubblicità?

La pubblicità radica tre aspetti: credenze, aspettative e comportamenti. Tale radicamento avviene attraverso messaggi che restituiscono solamente risposte positive ai comportamenti proposti. La cultura di un paese si può conoscere proprio attraverso le sue credenze, il modo di comportarsi delle persone che la popolano e le loro aspettative.

È molto difficile, purtroppo, agire dei mutamenti, poiché si deve sradicare ciò che oramai è parte del substrato sociale riconosciuto, dal quale si attinge per creare l'identità personale culturale e sociale, al quale fanno riferimento le nuove generazioni per apprendere il comportamento da agire nelle situazioni rappresentate.

Sicuramente c'è molto interesse intorno a queste argomentazioni, e molte voci, fuori dal coro, hanno già portato importanti contributi per sensibilizzare l'opinione pubblica nella direzione etica migliore.

Si conclude con una bella immagine di Rita Levi Montalcini, prestata come testimonial proprio per una campagna pubblicitaria del Adci (Art Directors Club Italiano) atta a promuovere maggiore consapevolezza sull'utilizzo dell'immagine femminile in pubblicità. ■

## Note

<sup>1</sup> R. Giannetta Treviso, *Miti del quotidiano Milano*, Sugarco Edizioni, 1986.

# IL VOLTO PARADOSSALE DEGLI STEREOTIPI

Marita Rampazi *Sociologa Università di Pavia*

Per spiegare le ragioni che giustificano gli aspetti paradossali degli stereotipi richiamati nel titolo, occorre fare alcune precisazioni circa il significato di questo concetto, aggiungendo qualche ulteriore considerazione a quanto già sottolineano altri interventi.

In linea generale, come si fa notare in questi interventi, gli stereotipi sono dei modi per semplificare la realtà.

Noi abbiamo sempre bisogno di qualche schema mentale, che consenta – in prima battuta – di ridurre la complessità sociale, al fine di ‘leggere’ la situazione in cui siamo immersi in un dato momento. In particolare, quando la situazione è nuova per noi – come accade sempre più frequentemente, oggi, nella quotidianità complessa e mutevole delle società tardo-moderne –, abbiamo bisogno di una mappa concettuale, che offra qualche orientamento di massima per agire. Questa mappa non è uno stereotipo, non ancora almeno. È, piuttosto, un modello, che riconduce la molteplicità della vita sociale ad alcuni tratti essenziali: uno strumento indispensabile per consentire un primo approccio, di massima, a un contesto, un gruppo di soggetti, una persona a noi sconosciuti. Solitamente, esso è destinato ad arricchirsi e articolarsi con il passare del tempo, man mano che si approfondisce la conoscenza di ciò con cui ci si sta confrontando.



Il modello diventa uno stereotipo quando la semplificazione adottata si trasforma in un modo stabile di pensare, non più messo in discussione, né rimodulato. In altri termini, la caratteristica saliente dello stereotipo è la fissità: nonostante intervengano, nel tempo, dei cambiamenti rispetto al momento in cui abbiamo sperimentato il primo approccio con il fenomeno in questione,

noi continuiamo a usare lo schema mentale iniziale, spesso ereditato da un passato in cui esso poteva avere qualche fondamento che, successivamente, si è modificato.

Da notare che lo stereotipo non è necessariamente in negativo. Può essere anche in positivo. Ad esempio, per tanto tempo, gli italiani si sono cullati nell'idea di essere un popolo di poeti, navigatori e santi. Questo è uno stereotipo in positivo, la cui funzione è consistita nel suscitare identificazione e lealtà verso una compagine nazionale in formazione. Grazie alla costruzione di questa identità positiva, sufficientemente suggestiva da creare consenso, si potevano stabilire dei punti di riferimento capaci di differenziare gli 'italiani' dagli 'stranieri': un'operazione che usualmente implica la costruzione di un parallelo stereotipo in negativo, da applicare a ciò che si identifica come 'altro' da sé.

In questo senso, in sociologia, si osserva che lo

stereotipo ha un'importante funzione sociale: quella di dare identità, nel duplice senso appena accennato. Inoltre, occorre tenere presente che esso non è un puro parto della fantasia, ma si fonda sempre su qualche elemento ritagliato dalla realtà, che viene isolato da tutte le altre componenti della complessità storica, sociale, culturale e utilizzato alla stessa stregua di un dato naturale, immutabile.

Ciò significa che, associata alla caratteristica della fissità, vi è anche quella dell'*assolutizzazione*, riferita al ritaglio su cui si costruisce lo stereotipo, vale a dire che 'quel' particolare modello viene applicato indistintamente a tutte le componenti dell'aggregato interessato dallo stereotipo, indipendentemente dalle differenze esistenti al suo interno.

I risvolti paradossali degli stereotipi si collegano alla loro funzione sociale ed alle due caratteristiche sopra accennate.

Considerando la funzione di dare identità, il problema nasce dal fatto che, come si è visto, ciò comporta inevitabilmente il ricorso – implicito o esplicito – al confronto di sé con un'immagine stereotipata dell'identità altrui. Ora, se ci accostiamo agli altri restando strettamente ancorati a degli stereotipi che abbiamo interiorizzato, senza proporci di andare al di là delle prime generalizzazioni, ci precludiamo la possibilità di capire veramente con 'chi' abbiamo a che fare. In altri termini, rinunciando a conoscere in senso proprio. Certo, si tratta di un approccio facile, che non comporta la fatica di riflettere, ascoltare, interrogare, interrogarsi e, apparentemente, rafforza le certezze per la propria identità, cui viene risparmiato il confronto con il dubbio. Paradossalmente, tuttavia, la non conoscenza dell'altro, finisce per tradursi nella non conoscenza di sé: negando la complessità altrui, non si riesce a vedere fino in fondo la stessa complessità in se stessi. Quindi, qualcosa che nasce per stabilire inequivocabilmente 'chi siamo e 'con chi' ci confrontiamo, rischia di diventare una lente controproducente, perché deforma e appanna la visuale, anziché renderla più nitida.

Il secondo aspetto paradossale scaturisce dalla natura generalizzante dello stereotipo. Un modello che dovrebbe semplificare la lettura della

realtà, per consentirci di elaborare giudizi attendibili e linee di condotta adeguate al tipo di problemi che essa ci pone, finisce spesso per portarci al pregiudizio – vale a dire a un giudizio a priori, in negativo, basato su presupposti non veri – e a condotte inadatte alla soluzione dei problemi.

In tal senso, si può riprendere un esempio proposto dalla collega Cabras: noi continuiamo a ragionare sulla violenza come se si trattasse di un fatto in cui 'per definizione' le vittime sono le donne e i violenti sono gli uomini. Questo ci impedisce di vedere che anche le donne possono essere violente, sia verso altre donne, sia verso gli uomini. Lo testimoniano, fra l'altro, i casi di bullismo al femminile che si verificano con particolare frequenza nelle scuole, o le denunce per stalking che iniziano a pervenire all'autorità giudiziaria non solo da parte delle donne, ma anche dagli uomini. Restando ancorati rigidamente allo stereotipo donna=vittima e uomo=violentatore, non si progredisce nella *conoscenza* della violenza nella sua complessità.

Sempre in tema di violenza, un altro esempio può essere quello del rapporto fra genitori e figli. Usualmente, si associa la violenza al comportamento dei genitori verso i figli, tuttavia, ci sono anche situazioni di figli violenti con i genitori. Non possiamo ignorare queste declinazioni del fenomeno: la realtà è complicata e, per affrontarla adeguatamente, dobbiamo incominciare a disarticolare gli schemi che abbiamo nella testa e a vedere che, dietro ad essi, c'è qualcosa in più.

Una terzo tipo di paradossi deriva dalla fissità dello stereotipo. In precedenza, si è notato che, essendo un modello, esso si fonda su un ritaglio della realtà, astratto da tutto il resto e assolutizzato. Che cosa succede quando la realtà su cui si compie il ritaglio cambia profondamente? La persistenza dello stereotipo, a questo punto, origina situazioni paradossali, che possono far sorridere, come nel caso delle caratteristiche del popolo italiano richiamate in precedenza, ma possono anche diventare pericolose per la tenuta degli equilibri sociali. Il problema è particolarmente acuto, oggi, a fronte dei profondi cambiamenti in corso negli assetti socio-economici, politici e culturali, che hanno ca-

ratterizzato buona parte del Novecento.

Le società contemporanee sono plurali, variegata e molto individualizzate, soprattutto in Occidente, dove gli orizzonti culturali attribuiscono a ogni individuo la prerogativa di rivendicare crescenti gradi di libertà nel costruire un proprio stile di identità e un percorso di vita sempre meno standardizzato e omologante. Contemporaneamente, tuttavia, si continua a ragionare usando semplificazioni che riconducono questa differenziazione crescente a degli schemi rigidi, generalizzanti e ancorati a caratteri specifici degli assetti del passato. Ragioniamo, cioè per stereotipi: culturali, di genere, di generazione. Così facendo, ci precludiamo l'accesso alla conoscenza del nuovo e rischiamo di non essere adeguatamente attrezzati ad affrontarlo.

Nello spazio che mi resta, vorrei illustrare tale rischio soffermandomi su alcuni paradossi prodotti dagli stereotipi di generazione.

In proposito, uno dei problemi con cui si confronta sempre più frequentemente è quello di precisare i contorni delle componenti generazionali che animano le società contemporanee. Nel linguaggio comune, si continuano a usare i concetti di giovani, adulti, anziani, dando per scontato il fatto che il principale elemento di differenziazione fra tali categorie sia rappresentato dall'intreccio fra il posizionamento di un soggetto in una data classe d'età e l'assunzione di specifici ruoli nella professione e nella vita privata. Questo modello rifletteva la strutturazione dei percorsi di vita e le forme di divisione del lavoro sociale che hanno caratterizzato le società industriali della prima modernità, ma corrisponde sempre meno alla realtà di oggi, segnata dalla progressiva destrutturazione di questi percorsi e da nuove forme di divisione del lavoro. Gli schemi che usiamo per ragionare di giovani, adulti e anziani sono diventati altrettanti stereotipi, che offuscano la visuale sulle dimensioni del cambiamento.

Per chi fa ricerca sui giovani, ad esempio, una delle questioni più spinose consiste nel capire 'chi' sono questi soggetti, che cosa li differenzia dai bambini/adolescenti, da un lato e dagli adulti, dall'altro. Non sempre è l'aspetto fisico: ormai, con i miglioramenti della dieta, dell'igiene, della cura del corpo e con i nuovi

stili dell'abbigliamento, oltre che con il ricorso sempre più frequente alla chirurgia plastica, i confini estetici fra classi d'età contigue sono in buona parte saltati. Non è neppure una questione di autonomia: molti adolescenti, oggi, godono di grande libertà di movimento e di scelta dei pari, alla stessa stregua di chi è prossimo all'età adulta. Questo rende difficile capire quando si entra nella fase giovanile vera e propria. Evidentemente, è un fatto d'indipendenza, economica, affettiva e psicologica, tuttavia, qui ci si scontra con la difficoltà di individuare il momento di uscita da questa fase, coincidente con la piena assunzione di quelle che, tradizionalmente, sono considerate le responsabilità adulte. Tale momento sembra spostarsi sempre più in avanti e, soprattutto, non è più irreversibile come in passato. Non a caso, si parla di 'transizioni yo-yo': con una continua oscillazione in avanti e all'indietro. Si può decidere di riprendere a studiare – e a dipendere dal sostegno dei genitori –, dopo avere cercato l'indipendenza economica compiendo qualche esperienza lavorativa; si può lasciare la casa di famiglia, iniziando una vita di coppia, per tornare, successivamente, a vivere con mamma e papà, anche dopo il compimento dei trent'anni, se la coppia si separa; si può partire per un'altra città, un altro paese, per poi magari cambiare idea, dopo qualche anno e riprendere il proprio percorso là dove lo si era lasciato partendo... I confini tra una fase e l'altra della vita stanno sbiadendo e le categorie del passato non tengono più. Che cos'è, ad esempio, la disoccupazione giovanile, oggi? È un tipo di disoccupazione, dicono gli esperti, grave ma non drammatica, perché interessa persone che possono permettersi di aspettare, prolungando di qualche anno il pur ampio periodo di moratoria concesso dalla prosecuzione degli studi, vivendo forse con disagio, ma non con drammatica angoscia la perdurante dipendenza economica dai genitori. Dovremmo, tuttavia, considerare il fatto che il prolungamento della moratoria, in questo senso, ormai può arrivare sino ai 35-40 anni. Ha senso definire – come avviene comunemente – una persona di 35-40 anni priva di lavoro come un/a giovane disoccupato/a? In realtà, è un/a disoccupato/a *tout court*, perché a questa età è perfettamente



in grado di assumersi le proprie responsabilità adulte e non lo può fare. Se si etichetta come giovane disoccupato anche chi ha raggiunto la piena maturità fisiologica, lo stereotipo che abbiamo in testa ci induce a pensare che il fatto di dipendere ancora dalla famiglia non sia un problema così grave, economicamente e psicologicamente: i giovani hanno tantissimo tempo davanti a sé e, prima o poi, entreranno nell'adulthood. Analogamente, si suppone che i genitori di questi giovani possano continuare ancora per qualche tempo ad assumersi la responsabilità di gestire i figli, indipendentemente dal fatto che, a propria volta, essi inizino a conoscere uno spostamento in avanti dell'età, avvicinandosi a una fase della vita in cui si profila la transizione dalla piena maturità adulta verso una condizione esistenziale altra, sempre più prossima a quella anziana. La paradossalità della situazione diventa evidente se si prendono in considerazione i cambiamenti che stanno interessando entrambe queste generazioni.

In effetti, anche per le fasi della vita successive a quella giovanile si sta verificando un mutamento importante, che rende sempre più difficile capire chi è l'adulto, quando smette di essere

tale e che cosa succede all'identità dei soggetti con i processi di invecchiamento.

La dilatazione dei tempi di passaggio da una fase all'altra della vita sta creando nuovi tipi di intreccio tra l'età e la condizione psico-sociale delle persone. In particolare, tra la piena maturità adulta e la fase anziana si è creata una sorta di zona grigia che non sappiamo come denominare. E il fatto che non sappiamo denominarla significa che non abbiamo ancora adottato una visuale adatta per poterla conoscere.

Forse, siamo prigionieri di categorie classificatorie, che hanno ormai assunto la fisionomia di stereotipi, cristallizzati su situazioni superate dai velocissimi cambiamenti degli ultimi decenni. In particolare, benché la teoria del *disengagement* sia stata criticata da tempo, il linguaggio comune continua a presupporre che l'invecchiamento comporti un progressivo alleggerimento della responsabilità e della fatica connesse ai tipici ruoli adulti, lavorativi e familiari. E si tende a dare per scontato che, a livello individuale, il problema, almeno in prospettiva, sia quello di riempire un eccesso di tempo libero, sempre più privo di senso e, a livello sociale, quello di sostenere tali soggetti nella ricerca di riempiti-

vi per questo vuoto esistenziale. In realtà, la situazione non è così lineare. Nella fase grigia che si apre al profilarsi del pensionamento – e del ritorno alla vita di coppia –, oggi, siamo ben lontani dalla de-responsabilizzazione. Se una persona è considerata giovane ancora a 35-40 anni e continua a dipendere dal supporto della famiglia, allora, i suoi genitori, che probabilmente hanno ormai oltrepassato i 60 anni, sono tutt'altro che alleggeriti dalle responsabilità di *breadwinner* e di *caregiver* rispetto ai propri figli. Nel corso di una serie di ricerche che ho compiuto con Carla Facchini sulla condizione che abbiamo definito dei *tardo adulti*, emerge come, in questa fascia d'età, si concentri il grosso delle responsabilità, soprattutto familiari e come tali responsabilità gravino prevalentemente sulla componente femminile della coppia genitoriale. Le donne di 60-65 anni si trovano, oggi, in una situazione che sta diventando insostenibile: sono ancora figlie di genitori molto anziani e bisognosi di cura; contemporaneamente, sono ancora madri di figli che necessitano di sostegno e di assistenza. Anche quando escono di casa, spesso, hanno bisogno della nonna sitter che si prenda cura dei nipoti per consentire alla giovane coppia di reggere tempi e ritmi del lavoro. Eppure, queste donne potrebbero nutrire una progettualità altra, aspirare a un nuovo inizio che, oggi, con il prolungamento della vita media, diventa pensabile: tornare a godere dell'esperienza di coppia, intraprendere delle attività per le quali, prima, non si aveva tempo, o continuare a lavorare, con ritmi più ragionevoli che in passato. Dopo una vita di faticosa gestione della doppia presenza, condizionate da una socializzazione che, particolarmente nel nostro Paese, le ha orientate a una carriera morale in cui il sacrificio e l'oblatività sono centrali, una volta superati i 60 anni, esse potrebbero anche avere il desiderio di riprendere in mano la propria vita, cessare di concepirsi come indispensabili *caregiver* – verso figli, nipoti e anziani genitori – e sperimentare maggiori gradi di autonomia. Ma l'attuale situazione lo impedisce, creando un disagio che ricade anche sui partner, i quali non solo condividono con esse le responsabilità economiche del sostegno familiare, ma

vengono altresì privati della possibilità di fare importanti progetti di coppia.

La capacità di questa generazione di donne – e di uomini – di reggere tali responsabilità è ciò che consente al nostro sistema-Paese di non disgregarsi sotto il peso delle difficoltà crescenti in cui si dibattono i più giovani. Ma, una volta uscite di scena queste generazioni-pilastro, come si colmerà il vuoto che esse lasceranno? Ciò che mi sembra paradossale è che, nonostante l'evidente drammaticità di questo interrogativo, si continui ad operare 'come se' i rapporti fra generazioni fossero stabilmente strutturati in base agli stereotipi che abbiamo richiamato in precedenza: giovani che 'prima o poi' diventeranno adulti a pieno titolo e meno giovani 'ben lieti' – oltre che economicamente e fisicamente in grado – di continuare ad occuparsi di loro, senza limiti di tempo e di impegno. Quindi, che cosa impedisce di proseguire nello smantellamento progressivo del sistema di welfare, lasciando le famiglie sempre più sole nella gestione dei passaggi generazionali? ■

# GENERE COME RISORSA: QUALE EDUCAZIONE?

Maria Assunta Zanetti *Psicologa, Università di Pavia*

Io non sono una sociologa, non sono una economista, non mi occupo nello specifico di politiche di genere così come, forse, tutte le precedenti relatrici se ne occupano, però mi sporco le mani, mi diverto ogni tanto a fare queste cose. Con le colleghe di Pavia, ad esempio, condividiamo anche l'essere componenti del Centro di studi di genere, di cui sono il vicepresidente. Pertanto molte di queste tematiche, anche se non sono un mio ambito specifico di ricerca, sono, pur tuttavia, tematiche molto contigue con il mio ruolo, mi definisco appunto una professionista dell'educazione. Quando mi è stato chiesto il titolo, subito ho detto: "qui si parla di stereotipi, quindi dobbiamo focalizzarci sull'educazione". Spesso il tema viene affrontato per la sua deriva: vale a dire stereotipi legati solo a una condizione, ancora molto presente, di marginalità della componente femminile. Voglio qui vederne la parte un po' più costruttiva perché considero il genere come risorsa da cui devono scaturire efficaci politiche di genere, capaci di promuovere un cambiamento culturale.

Il mio intento è di dare uno sguardo sulle politiche educative che oggi si dovrebbero promuovere per evitare che questi stereotipi e questi paradossi vengano usati continuamente. Ritengo che questo tema dovrebbe entrare in tutte



le agende politiche delle nostre istituzioni. Purtroppo il tema dell'educazione è ancora un tema che appare debole e marginale nelle istituzioni e forse bisognerebbe farlo entrare dentro e proprio per questo ho usato per il sottotitolo l'espressione: *Lessico delle pari opportunità*.

Dobbiamo quindi cercare anche di trovare, com'è già stato fatto nei precedenti interventi, un glossario comune, dob-

biamo sapere di che cosa parliamo e soprattutto cercare di non avere sempre uno sguardo miope un po' appannato o solo critico. La mia idea è quella di leggere le criticità come risorsa: la criticità dovrebbe creare poi una differenza.

Di che cosa parleremo oggi? Sicuramente di sesso e di genere. In questa sede si è già detto molto. Io partirei non tanto da una connotazione sessuale, che è una connotazione, nella pubblicità, ancora molto rimarcata, ma parlerei di genere nell'accezione di una costruzione sociale che deve assumere una nuova connotazione/costruzione culturale, libera dai continui riferimenti alla sessualità femminile. Questo è quello che mi sembra di avere riscontrato nei precedenti interventi. Il fatto di vivere in un contesto civile e culturalmente aperto, non esclude, purtroppo, ancora tanti agganci con delle tipizzazioni sessuali molto forti.

Mi ricordo che quando ancora studiavo, pa-





recchi anni fa, il mio professore di psicologia dello sviluppo ci presentò un video dal titolo *L'azzurro e il rosa* sugli stili educativi degli anni '80 che venivano promossi, in modo più o meno consapevole, nei contesti scolastici. Mi sembra di aver visto, soprattutto dalla carrellata sulla pubblicità proposta, come siamo ancora ancorati a quella prospettiva.

Negli anni '80 venivano presentati come modello da combattere e da contrastare, mi sembra che siamo rimasti fermi a quel momento, per questo sono convinta che la dimensione del genere, nella sua accezione più ampia, debba includere certamente la dimensione sessualità ma senza derive e stereotipie. Non siamo qui a negare le differenze ma, su queste differenze, penso ci sia molto da lavorare – userò la parola differenze molte volte – per cercare l'uguaglianza e, nel contempo, la differenza, infatti oggi abbiamo dei ritmi di vita che spesso fanno sì che ci siano commistioni nelle differenziazioni. L'assunzione dei ruoli deve essere data non dai compiti ma dalla specificità che

uno porta all'interno dei propri contesti.

Dall'altro lato poi il discorso della tutela merita una riflessione. Tutela non solo nei confronti delle donne da parte dei maschi - abbiamo visto appunto che spesso è orizzontale, la possiamo trovare a tutti i livelli – direi che, all'interno di questa ri-contestualizzazione del concetto di genere, sarebbe meglio parlare di opportunità. Queste differenze biologiche sono differenze che, necessariamente in questo momento storico, sono un tema molto caldo dal punto di vista educativo. Ci si appella alla teoria del gender, teoria sulla quale non c'è un'evidenza così forte. Il problema penso sia a livello culturale, che cosa possiamo fare e come possiamo innalzare il livello di consapevolezza dell'appartenenza? Sicuramente il genere è una definizione culturalmente costruita dalle relazioni tra i sessi, ma oggi, pur dichiarando di avere una prospettiva più ampia e più ecumenica nell'accettazione degli altri, talvolta ci abbandoniamo a una deriva di genere.

È importante, secondo me, mettere l'attenzione

su un nuovo aspetto: il *sistema di genere*. Sistema di genere inteso come condizioni e aspettative che definiscono le peculiarità di uomini e donne all'interno di una società, attribuendo a ciascuno dei due sessi diritti, doveri, ruoli, responsabilità particolari che creano, di conseguenza, delle disparità in termini di autonomia, potere decisionale e benessere. Questa non è una mia definizione, è un'espressione di Rubin che afferma: "La differenza è una ricchezza, è una opportunità". Per questo oggi dobbiamo cercare all'interno dei contesti di crescita di evitare delle divaricazioni sui modelli e sulle attribuzioni di responsabilità.

Gli stereotipi, se ne è già parlato molto, non sono solo delle semplificazioni della realtà ma sono anche delle strutture cognitive rigide e grossolane. Abbiamo visto, infatti, come possono creare dei *modus* di comportarsi nei confronti degli altri. Inoltre, riguardo allo stereotipo, vi attribuiamo sempre un'accezione negativa, si deve avere, invece, anche su quest'aspetto, uno sguardo più flessibile: lo stereotipo ha certamente un nucleo cognitivo del pregiudizio che porta alla negazione delle differenze, ma proprio su questo l'educazione può lavorare, anziché irrigidirsi su questo.

In questi anni sto portando avanti con il Comune di Pavia, nello specifico con l'assessorato alle Pari opportunità e politiche temporali, un progetto sull'educare al rispetto – che coinvolge tutte le associazioni culturali e di promozione sociale, presenti sul territorio e che si occupano delle diversità – attraverso una proposta curriculare, purtroppo però non contemplata ancora nei nostri programmi scolastici, ma lasciata alla sensibilità educativa di dirigenti e insegnanti.

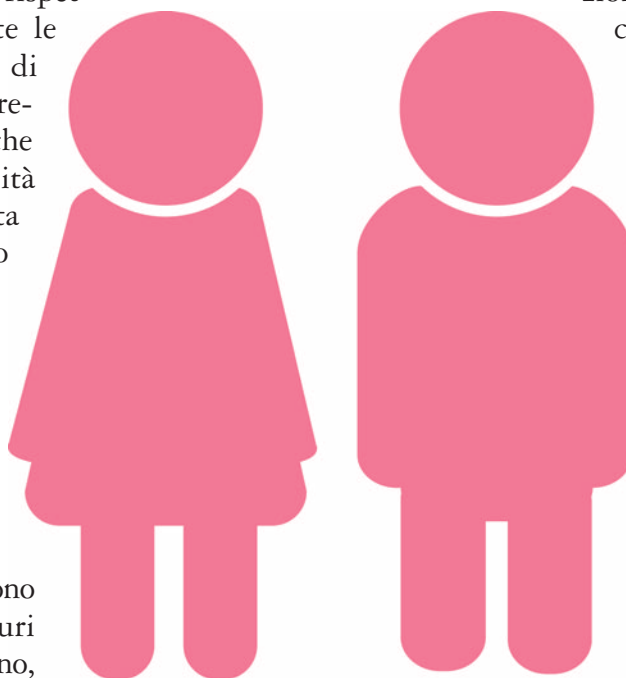
Abbiamo visto che gli stereotipi possono creare dei pregiudizi, possono creare questi noccioli duri che sicuramente arrivano,

ad esempio, a sminuire il lavoro e la condizione della donna. Sappiamo benissimo come ci sia una seria segregazione nei confronti della figura femminile. Come diceva la professoressa Cabras, sono ancora molto presenti stereotipi circa le professioni, le scelte e gli orientamenti scolastici.

Io sono presidente del Centro orientamento dell'Università di Pavia quindi ho ben presente la popolazione studentesca di tutti i nostri corsi di laurea, per la maggior parte frequentati da femmine. Quando mi trovo negli incontri di ri-orientamento spesso vedo maschi che non sono entrati, ad esempio, a Medicina dove ancora rimane l'idea che sia una professione maschile, anche se oggi sappiamo che questa tendenza si è invertita, perché frequentano e si laureano più ragazze; peccato che poi a livello apicale noi abbiamo ancora molti uomini e non molte donne. Questo significa che il tema delle pari opportunità non è ancora entrato nella mentalità di tutti, vedi le derive del tetto di cristallo. Diventa, quindi, importante lavorare sulle differenze come risorse. Lavorare sulla differenza significa appunto attivare e attrezzare i bambini, a partire sin dalle scuole dell'infanzia, ad avere un atteggiamento di rispetto che permetta di riconoscere le specificità.

Questo vuol dire passare da una visione di essenzialismo, come la letteratura sostiene, uomini e donne si nasce. Anche questa categorizzazione rigida è uno stereotipo che attiva comportamenti impliciti di separazione.

Attualmente mi sto occupando della costruzione di un curriculum socio-emotivo resiliente per i bambini, a partire dalla scuola dell'infanzia, al fine di promuovere atteggiamenti di rispetto, aiuto, solidarietà e condivisione. Ci sono ancora molte letture che vengono fatte secondo stereotipi femminili e maschili per cui l'emozione può essere



espressa e tollerata a scuola maggiormente da parte della femmina rispetto al maschio e noi sappiamo che questo non è un giusto modo di proporre modelli di crescita.

Quando parlo di risorsa da utilizzare nei contesti di crescita mi riferisco al fatto che questi contenuti sono un compito che la scuola deve darsi, ma che deve essere necessariamente condiviso con la famiglia. Il nostro progetto, infatti, presuppone che a casa i bambini facciano i compiti con i genitori sulle attività proposte a scuola in tema di rispetto, tolleranza, solidarietà. Per esempio se a scuola propongo il tema dell'empatia, anche a casa ne faccio fare un'esperienza e si chiede che venga riportata a scuola perché deve esserci questa continuità educativa.

Il rispetto dell'altro presuppone che le persone vivano in una dimensione sociale di costruzione e ricostruzione della propria struttura identitaria, del proprio sé sulla base delle opportunità che ci vengono proposte, per cui queste sono sperimentazioni che devono essere portate avanti.

Questo vuol dire che, se noi lavoriamo in questa dimensione, lo stereotipo di genere assume una nuova connotazione che consente di riconoscere le opportunità a partire dalle differenze: ciò significa abbattere i pregiudizi del soffitto di cristallo o del pavimento appiccicoso per creare realmente condizioni di parità e uguaglianza.

Ma ancora, dobbiamo tener conto anche di tutta una serie di aspettative che spesso si riflettono sulle pratiche educative. Spesso si utilizzano, quasi in modo inconsapevole, frasi come "Non fare la femminuccia!!" per scoraggiare alcune manifestazioni emotive nei maschi. Utilizzare ancora espressioni di questi tipo significa che è necessario lavorare proprio nella direzione di evitare che facili stigmatizzazioni azzerino anziché promuovere le differenze.

C'è un assunto di base che dobbiamo ricordare: educare non è mai neutro. Il compito educativo svolto da un uomo o da una donna fa la differenza e questo dobbiamo tenerlo in considerazione, ma nello stesso tempo dobbiamo fare in modo che realmente ci siano contesti che ne riconoscano le specificità. La differenza rappresenta quindi un valore aggiunto.

Il percorso è inframmezzato da una serie di osta-

coli e pregiudizi. Da un lato, c'è una mancata affermazione di un modello femminile forte e dall'altro una facile tolleranza a legittimare stereotipi, quali la supposta superiorità del modello maschile che, come abbiamo visto nella pubblicità, è molto evidente.

Ad esempio i messaggi in cui caratteristiche più squisitamente attribuibili al genere femminile, quali la capacità di *caring*, sono utilizzate con testimonial maschili rischiano di vedere queste caratteristiche ridicolizzate e facilmente strumentalizzate. Si assiste ancora a una discriminazione strisciante in cui, nei contesti lavorativi, vengono privilegiati modelli maschili di potere che non sempre contemplano tempi di conciliazione per le donne. Alle donne viene chiesto sempre di più, altro che 27esima ora! Altro che doppia presenza! È chiesto di dare conto della competenza, competenza che è doppia rispetto alla padronanza maschile richiesta.

Possiamo individuare una serie di punti di forza. La differenza è anche questa. Individuiamola e riconosciamola.

Ho messo in evidenza i punti di forza nel femminile, in particolare i compiti di cura che ancora una volta, in questa inversione generazionale (allungamento delle famiglie con grandi anziani), sono maggiormente a carico dell'universo femminile e non trovano adeguati spazi con le politiche di conciliazione dei tempi di vita.

Un altro punto di forza è rappresentato dalla dimensione femminile, che non significa 'da femmina', con accezione squalificante. Bisogna darle una connotazione di riconoscimento reciproco fra le donne stesse, in una dimensione più solidaristica, più di scambi e di condivisione. Questi sono tutti aspetti che, spesso, non vengono insegnati nei contesti educativi, ma dovrebbero, invece, rappresentare una priorità educativa.

Questo vuol dire operare delle scelte di fondo, leggere le differenze come opportunità, valorizzare le differenze in un'ottica di sistema con interventi mirati a medio e lungo termine. Non possiamo pensare che il modello educativo, che si propone a partire dalla scuola dell'infanzia, sia il modello valido per tutta la vita, è necessario che intervengano cambiamenti in base a op-



portunità e occasioni per consentire alla persona di riaggiustarsi.

Oggi si parla molto di resilienza. Sostenere capacità resilienti significa metterci nella condizione, ad esempio, di essere sfidati e sfidare, non significa assumere un atteggiamento strafottente ma mettersi in gioco ed essere riconosciuti in modo paritario.

Questo significa davvero pari opportunità e, per me, le pari opportunità non sono il numero di maschi e femmine presenti in un consiglio di amministrazione, come oggi viene richiesto a livello normativo. Io ho avuto il piacere di presenziare quando è stata proposta la legge Golfo-Mosca e ho imparato una cosa: è una legge con forte intento educativo perché solo per tre anni obbliga i consigli di amministrazione e le aziende ad avere quote di genere in parità, dopodiché dovrebbe diventare uno stile. Dovrà essere valutato se effettivamente si verificherà il cambiamento. I tre anni non sono ancora finiti! Come abbiamo visto è quindi un cambio di prospettiva culturale che dobbiamo operare e ciò

significa attuare interventi educativi che siano dei programmi che possono, davvero, contribuire a far assumere una nuova mentalità e cultura della parità di genere, valorizzandone tutte le dimensioni più emotive e affettive a cui la psicologia, negli anni, sta rivolgendo attenzione. Il libro di Goleman *Intelligenza emotiva* viene spesso utilizzato per insegnare, soprattutto ai manager, a lavorare avvalendosi anche di questa dimensione comunemente considerata uno specifico del femminile. Questo vuol dire sviluppare e diffondere competenze trasversali in un'ottica di genere. Vale a dire fare in modo che ci sia la possibilità di avere una effettiva parità, che però deve essere accettata e riconosciuta. Il riconoscimento è importante.

Vorrei ora presentare brevemente i risultati di una ricerca sugli stereotipi di genere che, qualche anno fa, ho condotto con la professoressa Rosti. Mi era stato chiesto di predisporre un questionario relativo alla possibilità di individuare negli studenti dei corsi di laurea di Economia i cosiddetti stereotipi di genere relativa-

mente alla figura del manager. L'obiettivo era di rilevare in studenti universitari la possibile presenza di stereotipi di genere nell'immaginare le caratteristiche e peculiarità del manager. La ricerca ha coinvolto cento ragazzi: cinquanta maschi e cinquanta femmine con una età media di 23 anni. Il questionario si chiamava *Donne e uomini manager*. Gli item erano costituiti da un elenco di sessantacinque aggettivi del tipo: esibizionista, sensibile, razionale, comprensivo, emotivo, ambizioso riconducibili a caratteristiche di personalità orientate in modo femminile e maschile.

Che cosa è emerso? In generale, sia per maschi che per femmine, le caratteristiche che contraddistinguono la figura del manager sono riconducibili ad aggettivi con connotazione più maschile, pertanto anche le ragazze che studiano nell'Università di Pavia – che io ritengo un contesto dove la dimensione di genere, nella prospettiva educativa sopra riportata sia presente – hanno fornito nel 48% risposte stereotipate secondo vecchi modelli maschilisti. Un ulteriore livello di analisi è stato raggruppare gli aggettivi in cluster. Nelle aggregazioni al primo posto si colloca l'immagine del manager con le seguenti caratteristiche: subdolo, ingannevole, esibizionista, egoista, individualista, anche nelle valutazioni date dalle ragazze. Il secondo cluster comprende tratti quali: allegro, riflessivo, cortese, dotato di valori umani, e in ultima posizione esce la figura di manager con connotazione più empatiche: onesto, desideroso di evitare polemiche, comprensivo, modesto, sensibile.

Questi risultati non ci confortano, in quanto, se l'immagine che emerge per rappresentare la figura del manager mette la dimensione emotiva ed empatica all'ultimo posto, significa che comunque permangono ancora modelli e stereotipi molto forti anche in soggetti apparentemente liberi da condizionamenti, quali gli studenti e studentesse del XXI secolo, che continuano a far prevalere lo stereotipo di genere maschile nella definizione dei ruoli di potere. Diventa allora importante lavorare sul cercare di modificare questi rappresentazioni molto pregiudizievole.

La rappresentazione che emerge, sia per maschi

che per femmine, è riconducibile per lo più alla figura maschile. Il rischio è che queste ragazze attivino dei comportamenti di emulazione maschile anziché utilizzare modalità più *caring* e che potrebbero essere maggiormente funzionali all'azienda innalzando assunzione di maggiori responsabilità in tutti. Non dobbiamo, inoltre, sottovalutare un altro rischio quello della *queen syndrome* o *sindrome dell'ape regina*, fenomeno così nominato per indicare una particolare situazione nella quale una donna, che riesce a fare carriera e quindi a primeggiare su altre colleghe, fa il possibile per ostacolare una potenziale crescita professionale di altre donne, assumendo così un modello maschile e assicurandosi di essere l'unica donna al potere.

È sicuramente una considerazione amara constatare che ancora oggi l'idea di donna che raggiunge posizioni apicali o di potere debba rivestire caratteristiche maschili, si dovrebbe invece concepire il ruolo della leadership femminile in modo diverso, riconoscendo le specificità del femminile, quali la maggiore empatia e la capacità di prendersi cura che davvero fanno la differenza. Educare alla cultura delle differenze promuove uguaglianza. ■

# LE CONSEGUENZE ECONOMICHE

Luisa Rosti *Professoressa ordinaria di Politica Economica dell'Università di Pavia*

Il 7 marzo 2011 il Consiglio dell'Unione europea ha adottato un nuovo Patto europeo per l'uguaglianza di genere per il periodo 2011-2020. Il Patto ribadisce la necessità di politiche comunitarie per la rimozione degli ostacoli che impediscono alle donne di realizzare pienamente il proprio potenziale, e afferma come linea prioritaria la lotta contro gli stereotipi di genere che ostacolano il loro accesso alle attività e ai posti di lavoro per i quali sono qualificate.

Nei successivi paragrafi saranno trattati tre aspetti specifici della politica di lotta agli stereotipi. Il primo paragrafo spiega che il problema degli stereotipi è riconducibile al loro agire pervasivo e inconsapevole. Solo ricerche specifiche rivelano la loro esistenza e l'ordine di grandezza dei danni che provocano. Gli stereotipi pesano come piombo sulle valutazioni, e in azienda ostacolano il corretto abbinamento tra individui e posizioni, distorcono l'investimento in capitale umano e impediscono la rivelazione del talento.

Il secondo paragrafo spiega perché sia necessario un approccio di genere al problema. L'Economia di genere assume che le donne abbiano la stessa distribuzione di talento degli uomini (*gender similarities hypothesis*), ma osserva che sono sistematicamente sottorappresentate nelle



posizioni apicali. Questa incoerenza tra teoria e pratica rende evidente il problema della allocazione *non* ottimale del talento nella società, e richiede interventi specifici. Il terzo e ultimo paragrafo spiega perché non sia sufficiente mettere più donne tra i valutatori per avere valutazioni non stereotipate. La presenza femminile tra i valutatori non risolve il problema perché anche le donne

sono portatrici inconsapevoli di stereotipi. Servono invece analisi dei dati, politiche di informazione e formazione specifica, e progetti finalizzati (Azioni positive, conciliazione, ecc).

## Il problema degli stereotipi

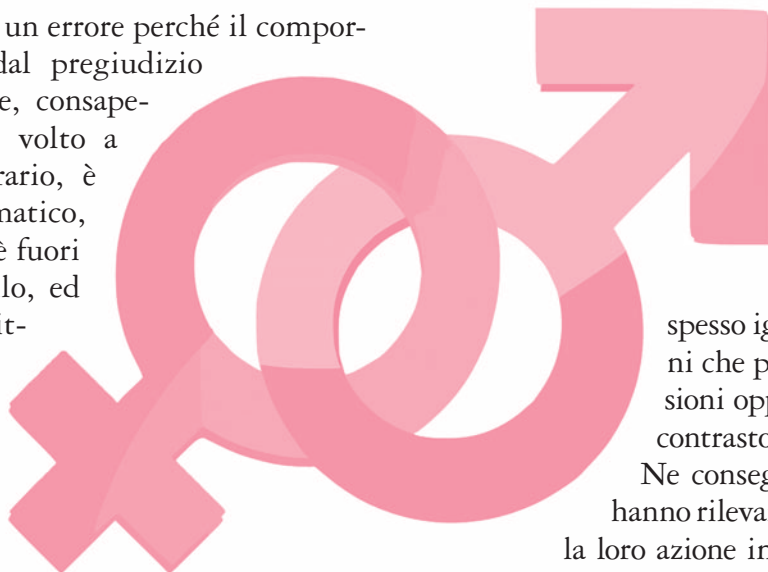
L'effetto combinato degli stereotipi che agiscono sia dal lato dell'offerta sia dal lato della domanda di lavoro porta a uno spreco di *talento* che danneggia le donne, le imprese e la società. Gli stereotipi sono giudizi, valutazioni, opinioni su un gruppo di individui che danno una rappresentazione semplificata della realtà. Emergono in contesti di informazione incompleta e asimmetrica perché sono utili per ordinare la complessità, ridurre l'incertezza e predire il comportamento individuale, ma danno luogo ad una valutazione non imparziale della prestazione lavorativa.

Ignorare gli effetti degli stereotipi sulla rivela-

zione del talento è un errore perché il comportamento viziato dal pregiudizio non è intenzionale, consapevole, deliberato e volto a nuocere. Al contrario, è *inconsapevole*, automatico, non intenzionale, è fuori dal nostro controllo, ed è spesso contraddittorio rispetto alle nostre intenzioni consapevoli e ai nostri valori (*beliefs*). Per rivelarlo servono ricerche specifiche.

Una recente ricerca di neuropsicologia (Cattaneo *et al.* 2011)<sup>1</sup>, studiando l'azione degli stereotipi sulla corteccia prefrontale dimostra che i pregiudizi di genere sono ancora ben radicati nei processi cognitivi dei giovani uomini. Dalla ricerca emerge infatti una marcata tendenza ad associare forza, successo, prestigio, autorità e potere al genere maschile, mentre fragilità, indecisione, passività e sottomissione sono sistematicamente associate al genere femminile. Applicando la tecnica della Stimolazione magnetica transcranica, che interferisce selettivamente con l'attività cerebrale e permette di studiare il ruolo degli stereotipi nel processo cognitivo, lo studio dimostra che è possibile, entro certi limiti, controllarne gli effetti, avvalorando in tal modo il ruolo fondamentale dell'educazione nel produrre il cambiamento culturale. Infatti gli stereotipi possono cambiare proprio perché hanno valenza culturale, si apprendono, sono diversi in tempi e luoghi diversi.

Il problema, dal punto di vista economico, sta nel fatto che l'azione degli stereotipi distorce la razionalità delle scelte e porta ad uno spreco di risorse. Questo risultato della ricerca psicologica è così importante per l'economia da meritare l'assegnazione del Nobel, attribuito nel 2002 allo psicologo Daniel Kahneman per i suoi studi sull'*euristica della rappresentatività*. Si tratta del metodo che gli individui usano abitualmente per classificare oggetti, persone ed eventi, sostituendo l'uso degli stereotipi e il criterio della somiglianza ai



criteri di scelta razionale associati al calcolo delle probabilità. Le persone tendono ad attribuire caratteristiche simili a oggetti simili,

spesso ignorando informazioni che porterebbero a conclusioni opposte, ma che sono in contrasto con lo stereotipo.

Ne consegue che gli stereotipi hanno rilevanza economica perché

la loro azione impedisce la rivelazione del talento e distorce l'investimento in capitale umano, ostacolano il corretto abbinamento tra individui e posti di lavoro. L'identificazione del talento degli agenti e il conseguente abbinamento giusto tra individui e mansioni è rilevante per l'efficienza perché un sistema economico in cui gli agenti non sono abbinati ai posti di lavoro in cui risultano essere più produttivi potrebbe godere di maggior benessere con una riallocazione delle risorse umane. Stiglitz rappresenta in modo sintetico ed efficace i vantaggi di un corretto abbinamento: "È un fatto ampiamente riconosciuto che gli individui differiscono nelle capacità con cui possono svolgere mansioni differenti, e nella facilità con cui possono apprendere differenti competenze. Se una dattilografa ha un vantaggio comparato nel fare l'idraulico e l'idraulico ha un vantaggio comparato nel fare il dattilografo, noi possiamo avere più pagine dattilografate e più impianti idraulici funzionanti se essi si scambiano il lavoro" (1975, p. 288)<sup>2</sup>.

## Un approccio di genere

L'economia di genere assume l'ipotesi di uguale distribuzione di talento tra i sessi (*gender similarities hypothesis* (Hide 2005<sup>3</sup>; Eagly 1997<sup>4</sup>). Possiamo distinguere tra due forme di talento: naturale e generale (Murphy, Shleifer e Vishny 1991)<sup>5</sup>. Alcune persone possiedono una abilità innata o *talento naturale* per particolari attività come cantare o giocare al calcio; questo talento naturale è *specifico*, nel senso che offre a chi lo possiede un vantaggio comparato, cioè la possibilità di raggiungere livelli di eccellenza de-

dicandosi a queste attività invece che ad altre. Ma vi è anche un tipo più generale di talento, o abilità innata, o intelligenza, la cui allocazione ottimale è altrettanto rilevante per la società. Vi sono nella popolazione individui che possiedono caratteristiche apprezzabili di acume, intuito, spirito di iniziativa, cioè un insieme di qualità, definibili come *talento generale*, che consentono a coloro che ne sono dotati di raggiungere posizioni apicali nell'attività che hanno deciso di intraprendere (a parità di talento naturale). Il talento generale non è rilevabile come input, ma i suoi effetti sono evidenti nell'output (a maggior talento corrisponde miglior performance, a parità di altre condizioni).

La ricerca psicologica ha dimostrato che il genere non è predittivo delle capacità cognitive innate (Hyde e Mertz 2009)<sup>6</sup>, lo sono invece le determinanti psicologiche, sociologiche e culturali. Ad esempio, nel libro *Myths of gender* la biologa Anne Fausto Sterling (1992)<sup>7</sup> critica le spiegazioni di tipo biologico nelle performance matematiche e rileva che negli studi in cui emerge un'effettiva diversità di abilità, si tratta sempre di una differenza minima e spiegabile dal punto di vista psicologico e socio-culturale. Con questo non si intende negare che il cervello degli uomini funzioni in modo un po' diverso (usando differenti schemi mentali) da quello delle donne, ma ciò che qui rileva è il fatto che queste differenze non implicano né differenze di capacità innate (talento) né si traducono automaticamente in differenze di risultato, quindi non spiegano la sistematica sottovalutazione delle prestazioni femminili e i differenziali retributivi conseguenti. Ad esempio, per orientarsi nello spazio gli uomini preferiscono usare schemi cognitivi geometrico-direzionali (gira a destra tra cento metri e fermati dopo altri duecento metri), mentre le donne preferiscono fare riferimento a punti cospicui (gira a destra prima del ponte fermati alla chiesa). Ma questa differenza non rileva, se entrambi arrivano a destinazione nello stesso tempo (a parità di altre condi-

zioni).

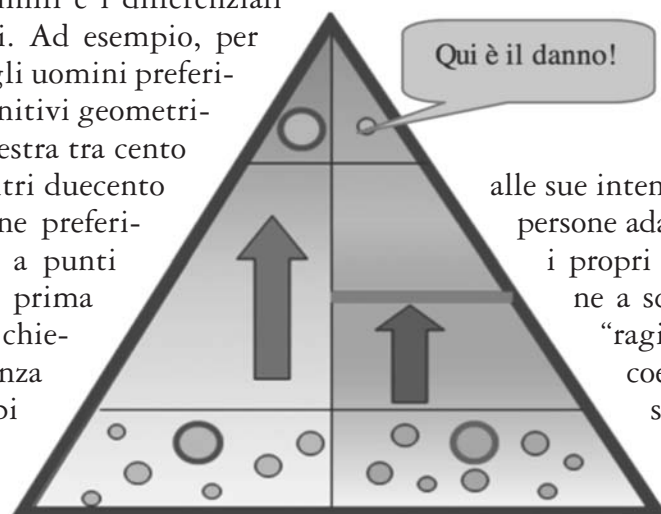
L'azione degli stereotipi ostacola la rivelazione del talento femminile e impedisce che sia incentivato e premiato come quello maschile, sia in termini di retribuzioni che di promozioni.

Le conseguenze sulle promozioni sono particolarmente rilevanti. La società infatti sopporta un costo in conseguenza della scarsa presenza femminile nelle posizioni apicali: il costo dovuto al mancato utilizzo di metà della potenziale intelligenza di cui la società dispone, che non produce i suoi benefici effetti decisionali. La società sopporterà questo costo fino a quando le regole che governano i tornei non saranno tali da produrre una rappresentanza femminile nelle posizioni apicali che rifletta la pari distribuzione di intelligenza tra i generi; fino ad allora, ogni posizione apicale lasciata libera da una donna sarà occupata da un uomo meno capace di lei ...

### Più donne tra i valutatori non bastano

Numerose ricerche hanno sottolineato che anche individui portatori di forti valori egualitari, e pienamente convinti di non fare disparità di trattamento tra donne e uomini, tengono, se pur inconsapevolmente, comportamenti discriminatori (Dovidio 2001)<sup>8</sup>, e che la presenza femminile tra i valutatori non produce alcun miglioramento nella riduzione degli errori di stima, perché gli stereotipi condizionano in egual misura i giudizi espressi da individui di entrambi i generi. Ciò accade perché il comportamento viziato dal pregiudizio è automatico e non intenzionale,

per tanto è fuori dal controllo del decisore, ed è spesso contraddittorio rispetto alle sue intenzioni e ai suoi valori. Le persone adattano automaticamente i propri parametri di valutazione a scelte che sembrano loro "ragionevoli a priori", cioè coerenti e non in contrasto con il pre-giudizio di cui sono inconsapevoli portatori. Norton, Vandello e Darley





(2004)<sup>9</sup> lo dimostrano con un esperimento rivolto alla selezione di un candidato con buone competenze ingegneristiche (considerate più maschili che femminili nello stereotipo) e adeguata esperienza nello stesso campo. I risultati, nel caso in cui il sesso dei candidati è esplicitamente indicato, sono stati molto diversi da quelli in cui il curriculum è anonimo: quando l'informazione sul sesso non è disponibile, i valutatori scelgono il candidato con maggiore istruzione nel 76% dei casi, e indicano nel 48% dei casi che l'istruzione è stata la variabile più importante nel determinare la loro decisione; quando sono i candidati di sesso maschile ad avere maggior istruzione, il risultato è quasi identico; ma quando sono le candidate ad avere il titolo di studio più elevato, il risultato cambia drasticamente per adattarsi al pregiudizio, e i valutatori scelgono il candidato con maggiore istruzione solo nel 43% dei casi, e indicano solo nel 22% dei casi che l'istruzione è stata la variabile più importante per la scelta.

I risultati di queste ricerche portano alla conclusione che esprimere una valutazione condizionata dagli stereotipi di genere sia una prassi abituale e comune a uomini e donne, e per di più, quando dall'analisi dei dati una differenza di comportamento tra i due sessi emerge, l'essere valutati da una donna si rivela spesso per le donne un rimedio peggiore del male. Le valutatrici si mostrano infatti più severe dei valutatori nel giudicare le persone del loro stesso sesso (Mathison 1986)<sup>10</sup>, si dichiarano contrarie ai provvedimenti di politica economica rivolti a vantaggio delle donne (Cowan *et al.* 1998)<sup>11</sup>, e quando hanno successo in ambiti a dominanza maschile esprimono spesso parere contrario alle rivendicazioni dei movimenti femministi. La *sindrome dell'ape regina* è la più nota espressione usata in letteratura per indicare la maggiore severità di giudizio che le valutatrici adottano quando devono esprimersi sulla performance di altre donne (Staines *et al.* 1974)<sup>12</sup>. ■

## Note

<sup>1</sup> Cattaneo Z., G. Mattavelli, E. Platania e C. Papagno (2011), The role of the prefrontal cortex in controlling gender-stereotypical associations: A TMS investigation. *NeuroImage*, 56, 3, 1839-1846.

<sup>2</sup> Stiglitz, J. E. (1975), "The Theory of «Screening», Education, and the Distribution of Income", *The American Economic Review*, 3, 283-300

<sup>3</sup> Hyde, J. S. (2005), The Gender Similarities Hypothesis. *American Psychologist*, 60, 581-592.

<sup>4</sup> Eagly, A. H. (1997). Sex differences in social behavior: Comparing social role theory and evolutionary psychology. *American Psychologist*, 50, 1380-1383.

<sup>5</sup> Murphy K. M., Shleifer A. e Vishny R. W. (1991), "The Allocation of Talent: Implications for Growth", *Quarterly Journal of Economics*, 2, 503-530.

<sup>6</sup> Hyde, J., and Mertz, J. (2009). Gender, culture, and mathematics performance *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106 (22), 8801-8807.

<sup>7</sup> Fausto-Sterling A. (1992), *Myths of Gender: Biological Theories about Men and Women*, New York: Basic Books, 1992.

<sup>8</sup> Dovidio, J.F. (2001), "On the nature of contemporary prejudice: The third wave", *Journal of Social Issues*, 57, 4, 829-849.

<sup>9</sup> Norton, M.I., J.A. Vandello e J.M. Darley (2004), "Casuistry and social category bias", *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 817-831.

<sup>10</sup> Mathison, D.L. (1986), "Sex differences in the perception of assertiveness among female managers", *Journal of Social Psychology*, 126, 599-606.

<sup>11</sup> Cowan, G., C. Neighbors, J. De La Moreaux e C. Behnke (1998), "Women's hostility toward women", *Psychology of Women Quarterly*, 22, 267-284.

<sup>12</sup> Staines, G., C. Tavis e T.E. Jayaratne (1974), "The queen bee syndrome", *Psychology Today*, 7, 55-60.

## Conclusioni

# LA PARITÀ LA SI CONQUISTA OGNI GIORNO

Stefano Landini *Segretario generale Spi Cgil Lombardia*

Volevo ringraziare il Coordinamento delle donne dello Spi, Carolina, i compagni e le compagne della struttura che hanno lavorato per realizzare questa iniziativa e, poiché non desidero aderire allo stereotipo del tuttologo, non mi cimenterò con le cose che hanno detto le illustre cattedratiche su questo tema. Voglio però sottolineare che una giornata come questa è importante per lo Spi, non vogliamo, infatti, che la giornata del 25 novembre sia una giornata isolata, una mera ricorrenza contraddetta poi dalla vita di ogni giorno. Abbiamo affrontato un tema che riguarda le relazioni tra le persone e lo abbiamo fatto con l'ausilio di esperte che ci hanno aperto un mondo, che ci hanno offerto una riflessione su alcune cose che diamo per scontate. Ascoltandole abbiamo, invece, tratto un insegnamento per l'insieme dell'organizzazione. Ci si potrebbe domandare perché lo Spi, un sindacato di pensionati e pensionate, faccia queste cose. In Cgil dicono: "perché si impicciano troppo di tutto" e questa è una cosa che rallegra il cuore, da questo punto di vista. Dall'altro lato perché noi, e qui rompiamo uno stereotipo, siamo ancora curiosi del tempo della vita



che abbiamo di fronte e non smettiamo di progettarlo, nonostante le nostre carte d'identità.

Siamo un'organizzazione con 460mila iscritti in Lombardia, con 220 leghe, con 1.131 posti in cui un volontario dello Spi, almeno una volta alla settimana, va e lì, per quelle persone, quel quadratino rosso è la sede della Cgil. Abbiamo 3.100 attivisti con nome e cognome – sto parlando degli

attivisti continuativi – a cui si aggiungono quelli a cui chiediamo sempre: "non hai due ore libere? Vieni qui" e poi li piazziamo lì dieci ore al giorno a supplire alle carenze della nostra organizzazione nell'erogare i servizi.

Lo Spi è questo ed è tutto questo che ci fa essere il più grande sindacato regionale di categoria della nostra organizzazione in Italia e, quindi, il fatto che ci interessiamo di queste cose è importante.

I temi che abbiamo trattato riguardano com'è organizzata la società, la relazione tra le persone, tra i soggetti sociali e collettivi e superare gli stereotipi, come abbiamo imparato oggi, implica la capacità di innovare, di superare l'impronta statica, la rigidità, la fissità. Lo stereotipo alla lunga falsa la realtà e ci im-

pedisce di vedere i cambiamenti.

Il segretario generale della Cgil, che è una donna quindi la segretaria generale della Cgil, nell'ultimo Comitato direttivo – nel quale la nostra organizzazione ha assunto decisioni strategiche per il lungo periodo – ha parlato di sperimentazione. Ecco per sperimentare bisogna superare gli stereotipi sennò rimaniamo sempre dentro i nostri schemi e questo ci fa rimanere imballati, e noi siamo un po' imballati, soprattutto nello scarto tra le nostre lotte, le nostre rivendicazioni e i risultati che portiamo a casa.

Questo lo dobbiamo ammettere. Siamo di fronte a una fase molto difficile di questa lunga crisi e non sarà facile fare come pensiamo noi, cioè rinnovare lo Statuto dei lavoratori e delle lavoratrici, cambiare la legge 300 (che è una legge che ha fatto entrare la democrazia nei luoghi di lavoro), facendolo con un occhio che guarda ai nostri figli e alle nostre figlie, cioè non solo pensando al lavoro dipendente che è stato il nostro storico terreno di insediamento.

Sono andato a fare un'assemblea qui a Milano in questi posti di co-working, ho visto questi ragazzi e queste ragazze che si comprano un pezzo di scrivania, aprono la loro azienda individuale e lanciano delle idee, sperando che qualcuno un giorno le compri e le metta in pratica.

Abbiamo imparato che, rispetto a quando andavamo noi nelle fabbriche quarant'anni fa, questi ragazzi non hanno la maternità, non hanno l'orario, sono sempre in skype collegati uno con l'altro ma, in confronto a noi, amano il proprio lavoro, cioè difendono quel lavoro pur con tutti i limiti che ha dal punto di vista delle condizioni. Rifare uno Statuto dei lavoratori e delle lavoratrici è un compito, assunto nel Comitato direttivo, che ci impegna a superare gli stereotipi che bloccano la nostra iniziativa perché il patto intergenerazionale con i giovani, soprattutto noi dello Spi della Lombardia, lo vogliamo realizzare. Cerchiamo di fare il tifo per questi ragazzi e queste ragazze che hanno l'unico petrolio di questo Paese: la loro intelli-



genza, che dobbiamo valorizzare mentre spesso li facciamo invecchiare, quando non emigrare in altri paesi dando per scontato che qui non c'è prospettiva per loro. Per noi pari opportunità, uguaglianza e giustizia sociale sono una pratica negoziale che tentiamo di fare tutte le mattine nelle nostre sedi, sporcandoci le mani con i problemi della gente.

Un giornalista ieri in una intervista mi ha chiesto: “ma voi principalmente cosa fate?”. Ho risposto: “noi cerchiamo di cucire il tessuto sociale che è strappato e cerchiamo di dare una lettura collettiva di questo tessuto sociale perché siamo in un Paese nel quale passa la logica del chi vince con ogni mezzo è bravo e del resto chi se ne frega. Noi continuiamo a essere degli inguaribili romantici, pensiamo che stare bene da solo non serve a nessuno, soprattutto se tutto intorno funziona male e tutti gli altri stanno male”.

Dovrebbe essere questo il programma che fa la differenza tra la destra e la sinistra in questo Paese. Bisognerebbe capire in questo modo dove sta la destra e dove sta la sinistra, richiamando la politica a queste cose e, se uno non vuole dipingere la società stereotipata, più che grandi analisi sociologiche i sociologi, che pure sono importantissimi, dovrebbe venire in una lega dello Spi una mattina. Stando lì tutta la mattina imparerebbero com'è fatta questa società, come otto anni di crisi l'abbiano cambiata. Servirebbe anche a questo giovane presidente del consiglio fare un giro in una lega e far sì che l'entusiasmo che ha – che è sicuramente positivo – faccia i conti con una realtà non sfuocata dall'esigenza di fare presto e di decidere tutto, ma di coinvolgere il sindacato.

Siamo in buona compagnia perché recentemente sono stato eletto nell'esecutivo europeo del sindacato dei pensionati e, in una analisi che abbiamo fatto nella prima riunione, è emerso come, un po' da tutte le parti, agli esecutivi e a chi governa il sindacato piace poco e piace poco un sindacato confederale. Un sindacato che va fuori dall'azienda e si occupa delle condizioni dei lavoratori e delle lavoratrici anche quando sono cittadini, ma per la Cgil il sindacalismo confederale è una peculiarità superiore a qualsiasi altro sindacato.

Noi, a differenza della Cisl che è una grandissima organizzazione che rispettiamo, non siamo un'organizzazione di categoria ma siamo sindacato confederale di lavoratori e lavoratrici e di pensionati e pensionate e questo fa la differenza. Ecco perché ci siamo occupati di queste cose.

Finisco dicendo che abbiamo visto moltissime cose interessanti, il pezzo sulla pubblicità, ad esempio, che condiziona tutta la società e condiziona anche i sindacalisti. Certe volte, in qualche sede provinciale, magari non spendiamo i soldi per mandare due dell'Inca in quella zona dove ne avremmo un gran bisogno, però se uno fa il segretario generale la prima cosa che propone e dice è: “ti prendo come addetto stampa”, perché siamo abbagliati dal fatto che dobbiamo essere lì dentro perché se non siamo dentro lì non esistiamo.

Del resto uno dei vecchi padri della sinistra del nostro Paese, Alfredo Reichlin, raccontando il potere lo descrive così: “l'economia comanda, i tecnici gestiscono e i politici vanno in televisione”. Noi siamo messi così.

Finisco con due temi legati al lavoro, ad esempio, il cosa fare.

La professoressa Rosti e gli interventi che ci sono stati ci hanno spiegato come lo stereotipo incida anche sull'economia e qui abbiamo tutta una serie di temi. Penso al tema di cura, penso al negoziato con la Regione Lombardia sulla questione delle rette delle Rsa, al costo per le badanti, che in Lombardia lo rende il quinto settore economico. Un settore dove sta tanta brava gente e tanti delinquenti, come dicono anche le cronache di questi giorni che riguardano chi dirige la Regione Lombardia. Noi stiamo intervenendo rispetto a tutto questo, cercando di guardare ai tempi di cura che gravano sulle donne.

C'era una parità che potevano anche evitare d'averne: portare le donne del pubblico impiego a 67 anni per la pensione d'un botto. Era una parità di cui potevamo, sinceramente, fare a meno.

Come sapete, stiamo chiedendo un'uscita flessibile dalla Fornero. Noi saremo, nei prossimi quattro-cinque anni, gli ultimi pensionati e pensionate che andranno in pensione verso i 57-58 anni perché dopo si andrà in pensione verso i



settant'anni più che verso i sessanta. Stiamo discutendo, ad esempio, sull'opzione donna. Andrebbe tutto bene se una donna – che ha 57 anni e trentacinque anni di contributi con il tempo di cura che mediamente avrà speso – potesse andare in pensione, ma se la facciamo andare in pensione con il calcolo peggiore vuol dire che la mandiamo in pensione col 30% in meno. Questo è il dazio che rischiano di far pagare e di allargare anche agli uomini perché, nella discussione sulla riforma delle pensioni, la genialità è quella di estendere l'opzione donna anche agli uomini mettendo una persona – che è nelle condizioni di avere una pensione bassa – di non potervi accedere perché con quella pensione deve campare e magari aiutare figlio e nipote, che hanno una condizione precaria di lavoro.

Questa mattina il consiglio regionale della Lombardia ha approvato il Piano regionale per le politiche di parità e di contrasto alla violenza contro le donne. Lo esamineremo e con attenzione.

Noi abbiamo lavorato in Commissione per costruire degli elementi positivi. In Emilia Romagna nel 2013 la giunta regionale, d'intesa con donne e media, ha approvato una direttiva per promuovere un'immagine equilibrata e plurale di uomini e donne contrastando gli stereotipi di genere nei media dell'Emilia Romagna. È stata firmata con la testata regionale della Rai e con altri. Questo in Lombardia non siamo ancora riusciti a farlo passare, ma sono pezzi significativi, importanti, una linea di tendenza da seguire.

Così come occorrerà affrontare la questione del fatto che gli anziani sono un peso per la società. Abbiamo dato vita a *Festival RisorsAnziano*, siamo andati a Pavia e ogni anno andremo in una diversa piazza lombarda per rivendicare che gli anziani sono una risorsa. In questa regione gli anziani tra i 65 e i 72 anni sono quelli che danno alla società più di quanto ricevono, perché accudiscono anziani più anziani di loro. In questo Paese – cosa che noi non abbiamo fare

in maniera assoluta – chi fa il mestiere di nonno in servizio permanente effettivo, come dice uno studio dello Spi, permette a 900mila persone (il 90% donne) di accedere al mercato del lavoro e 900mila persone fanno due punti di Prodotto interno lordo.

Non vogliamo fare i nonni in servizio permanente effettivo, vogliamo avere uno Stato e una società che danno i servizi perché le donne siano presenti nel mondo del lavoro. La scarsa produttività nel nostro Paese è dovuta al fatto che qui c'è il più basso tasso di occupazione femminile d'Europa.

Ieri sera – non so chi l'ha visto, ma sembrava sapessero che avevamo questa iniziativa – su Sky hanno fatto vedere Paola Cortellesi prendere il David di Donatello come miglior attrice protagonista per il film *Scusate se esisto* in cui racconta la storia di Guendalina Salimei, architetta di Roma che ha partecipato alla ristrutturazione di quell'obbrobrio urbanistico nella periferia che è il quartiere Corviale. Nel film la Cortellesi interpreta la parte di Serena Bruno, architetta di origine abruzzese con una carriera professionale a Londra alle spalle, che decide di tornare a lavorare in Italia e si interessa del progetto di riqualificazione del quartiere Corviale. Per far questo deve prima affrontare un colloquio con i membri della Commissione incaricata di approvare i progetti. Quando sta per presentarsi sentendo che dicono: “dov'è Serena Bruno?” capisce che i quattro uomini ovviamente credono che Serena sia il cognome e Bruno il nome e non il contrario. L'architetta capisce anche che se rivela che Serena Bruno è lei la mandano subito a casa, quindi fa finta di essere la segretaria di un Serena Bruno uomo che non è mai esistito. C'è la gag in cui chiede a un amico di far finta di essere questo Bruno Serena ma, alla fine, racconta che è lei e, quindi, scattano tutte le paradossali questioni legate agli stereotipi per cui cambia tutto.

La scena in cui i quattro commissari sono convinti che Serena Bruno non possa essere una donna rappresenta una stereotipo e mostra con gran semplicità quanta strada ci sia ancora da fare contrastare gli stereotipi.

Quello che può fare lo Spi, con la tenacia che noi abbiamo, è stare sul pezzo e continuare a

essere un sindacato generale che rappresenta gli uomini e le donne di questo Paese, sapendo che la parità la si conquista ogni giorno. Ogni giorno le compagne della segreteria ci inducono a coerenze che immediatamente non abbiamo, però cerchiamo di metterci tutto l'impegno e tutta la forza della nostra organizzazione. Tra l'altro il gruppo dirigente comprende alcune sono donne anche se ciò non risolve il problema. Il segretario generale dello Spi è donna (fino a dicembre 2015 lo Spi nazionale ha avuto in Carla Cantone la sua guida, la stessa Cantone è oggi segretaria generale della Ferpa, la Federazione europea delle persone anziane; ndr), il segretario generale della Cgil Lombardia è donna, il segretario generale della Cgil nazionale è donna, e, oltre a queste dirigenti, ci siete voi che tutte le mattine ci mettete la faccia per la Cgil recandovi nelle vostre sedi.

La bella faccia della Cgil sono i nostri attivisti che ogni mattina stanno nelle leghe senza le quali non saremmo quel grande sindacato che siamo. ■





### **Maria Assunta Zanetti**

Professore associato presso il Corso di laurea in psicologia dell'Università di Pavia e vicepresidente del Centro di Ricerca sugli Studi di Genere

dell'Ateneo. Ha collaborato a progetti di ricerca nazionali e internazionali nell'ambito della psicologia, dello sviluppo e dell'educazione.



### **Luisa Rosti**

Professoressa ordinaria di Politica economica dell'Università di Pavia e docente di *Economia del lavoro* e di *Economia del personale e di genere*. Docente al Master di *Gender*

*Equality* dell'Università di Cagliari (2015 e 2016) e al master *Professionista dell'orientamento* dell'Università di Pavia (2013/14). Membro del Centro di ricerca sugli studi di genere dell'Università di Pavia e del Comitato strategico Donna-famiglia-lavoro della Regione Lombardia. Ha scritto di recente in tema di rivelazione del talento e percorsi di carriera, stereotipi e discriminazione (*Gender & Society* 2013, *Education + Training* 2009 e 2012; *Economics of Education Review* 2009, *Small Business Economics* 2005 e 2011).

Attività Professionale: dal 2007 ad oggi svolge attività formativa per *UniCredit* nei progetti finanziati "Business & Social Education", ed occasionalmente per *Nestlé* (2015), *CGIL Veneto* (2015), *EUPOLIS* (2014 e 2015), *Cattolica Assicurazioni* (2014), *Mobildonne* (2013), *FISAC Banca d'Italia* (2012), *Société générale* (2012), *CARIGE* (2012), *Aviva* (2011).

o sociale degli  
ereotipi  
uomini etichetta  
società classe  
vecchio  
semplicità  
economico  
giustificazione  
media  
criticità  
unicità  
alterità  
parità  
caricatura



# IMPROSTEREOTIPI

## *Menù di storie improvvisate*

Associazione culturale Plateali

*Prima dell'intervento conclusivo di Stefano Landini si è voluto lasciare spazio all'associazione culturale Plateali, specializzata nell'improvvisazione teatrale. Questo con l'obiettivo di mettere in risalto come gli stereotipi permeino la nostra forma mentis al punto che non ce ne accorgiamo nemmeno dopo aver ascoltato per un'intera mattinata quanto siano potenti! Qui di seguito ospitiamo un intervento scritto da Michelangelo Consiglio, uno dei tre attori presenti all'iniziativa.*



Per prima cosa presentiamo la nostra associazione. L'associazione culturale Plateali nasce nel 2000, con l'intento di divulgare l'arte dell'improvvisazione nella provincia di Varese. Lo spettacolo principe presentato dall'associazione Plateali è il match di improvvisazione teatrale, ma dopo pochi anni dall'apertura dell'associazione i soci, attori, hanno cominciato a sperimentare altri format di improvvisazione. Nelle situazioni come quelle di un convegno, si preferisce un approccio più diretto con il pubblico, in modo da coinvolgerlo il più possibile nella costruzione delle scene improvvisate. In occasione del convegno dedicato ai danni sociali degli stereotipi gli attori impegnati sono stati tre: Gianni Cioffi, Stefano Beghi e il sottoscritto Michelangelo Consiglio. Durante la mattinata ci siamo *nascosti* nelle ultime file per non disturbare i partecipanti al convegno e poter essere liberi di discutere sulle varie possibilità d'intervento.

Man mano che si procedeva con i vari interventi abbiamo cominciato a capire che l'azione migliore sarebbe stata quella di chiedere alla platea cosa avesse capito dei vari argomenti, per poi costruire la struttura delle improvvisazioni. Inizialmente la grossa difficoltà era il presentarsi sul palco in tre uomini proprio dopo che delle brillanti donne avevano parlato di argomenti così importanti.

Appena saliti sul palco abbiamo cercato di conquistare la platea raccontando chi siamo e che non avevamo la presunzione di aggiungere o togliere nulla a quello che era già stato detto. La



nostra intenzione era di comprendere quanto la platea avesse compreso dai vari interventi, così abbiamo cominciato a chiedere alle persone sedute quali fossero gli stereotipi femminili e maschili. Ne abbiamo scelti tre per ogni genere e abbiamo iniziato la prima improvvisazione nella quale i protagonisti, un uomo e una donna, avrebbero mostrato le caratteristiche, stere-

otipate, che la gente aveva scelto. Nella seconda improvvisazione abbiamo chiesto di invertire gli stereotipi: la protagonista femminile avrebbe dovuto avere almeno tre caratteristiche che di solito si attribuiscono a un uomo e, naturalmente, il protagonista maschile avrebbe avuto tre caratteristiche femminili. Durante l'intervista al pubblico è emersa la grande forza dello stereotipo, che nonostante le relatrici avessero spiegato molto chiaramente, riemergeva di continuo dalle parole delle signore in platea. Infatti, per definire una donna non convenzionale è stata usata la parola maschiaccio. L'ultima scena consisteva in un

esercizio di stile: la stessa scena viene ripetuta modificando alcune cose come il rapporto fra i personaggi, il ruolo dei personaggi, il luogo e così via. Il risultato, a parer nostro, è stato quello di far emergere quanto gli stereotipi di genere siano estremamente radicati nella nostra cultura tanto che la platea ha trovato moltissima difficoltà nell'abbandonarli. ■





# AL LAVORO CON I GIOVANI DI EQUANIME

Rosa Pedersoli *Responsabile Coordinamento donne Spi Valle Camonica-Sebino*

La Cgil e lo Spi Valle Camonica-Sebino da due anni collaborano con la Commissione Pari opportunità del Comune di Darfo. La Commissione, istituita dalla nuova amministrazione per colmare nel nostro territorio un vuoto rimarchevole, a novembre 2015 ha organizzato un calendario di appuntamenti iniziato con la fiaccolata del 25 novembre, giornata mondiale contro la violenza sulle donne. Il tema scelto

dallo Spi è stato *Il danno sociale degli stereotipi*. Ce ne ha parlato, il 10 dicembre scorso, Carolina Perfetti, responsabile del Coordinamento donne dello Spi Lombardia, che ha portato la ricchezza di contenuti emersi nel convegno organizzato dal Coordinamento donne Spi regionale sullo stesso tema e tenutosi a Milano il 10 novembre scorso.

Il confronto è stato interessante grazie anche alla presenza di un gruppo di giovani della neonata associazione camuna *equAnime*, che agisce sul terreno culturale contro le discriminazioni di genere e dell'orientamento sessuale e che ha collaborato con la Commissione Pari opportunità.

Carolina Perfetti ha sottolineato che il Coordinamento donne, all'interno del sindacato dei pensionati della Cgil, è un organismo autonomo con un ruolo propositivo, "sede di relazione politica tra le donne" (art.23 dello Statuto Spi-Cgil), che adotta una "modalità di lavoro per progetti, in grado di stimolare ed offrire a tutte le donne impegnate nel sindacato l'opportunità di partecipare" (regolamento del Coordinamento donne Spi). L'iniziativa realizzata a Boario si colloca in quest'ottica di condivisione di analisi, studi e ricerche che più docenti hanno messo a nostra disposizione.

Riprendiamo alcuni passaggi della relazione introduttiva tenuta da Carolina Perfetti.

"Se analizzare problemi sociali individuandone le cause è complicato, a maggior ragione sarà estremamente difficile trovare soluzioni e metterle in pratica. Quello che possiamo fare, ad

**CITTÀ DI DARFO BOARIO TERME**  
Provincia di Brescia

LA COMMISSIONE CITTADINA PER LE PARI OPPORTUNITÀ  
invita alle

**iniziative del  
25 NOVEMBRE**

**giornata mondiale contro  
la violenza sulle donne**

**FIACCOLATA**  
"No al silenzio.  
Basta violenza sulle donne"  
**MERCOLEDÌ  
25 NOVEMBRE 2015**  
Darfo Boario Terme  
Ritrovo ore 17.30  
Partenza dal Municipio, in piazza Lorenzini,  
percorso per le vie della città  
e sfilate con letture e musica

**INSIEME A TEATRO**  
**DOMENICA  
29 NOVEMBRE 2015**  
Darfo Boario Terme - Teatro San Filippo  
ore 20.30  
"Però ti amo"  
libretto e presentato dal gruppo "Atlatzer"

**"IO CI METTO LA FACCIA"**  
dal 23 NOVEMBRE  
al 12 DICEMBRE 2015  
Darfo Boario Terme - Municipio  
Esposizione di opere dell'artista  
**PATRIZIA TIGOSI**

**IL DANNO SOCIALE DEGLI STEREOTIPI**  
**GIOVEDÌ  
10 DICEMBRE 2015**  
Darfo Boario Terme - Albergo S. Martino  
ore 20.30  
Conversazione  
con **Carolina Perfetti**  
Responsabile del Coordinamento  
Donne SPI Lombardia  
Seguirà riflessione

**MANIFESTAZIONE "VIVA VITTORIA"**  
dal 22 NOVEMBRE  
al 25 NOVEMBRE 2015  
Brescia - Piazza Vittoria  
Esposizione sulla piazza  
dei lavori e maglie  
realizzati dalle donne bresciane, camune,  
e di tante parti del mondo  
Incontri con studenti,  
cittadini, enti ed istituzioni

Patrizia Tigossi



esempio noi qui stasera, è... parlarne insieme: prendere coscienza dei problemi sociali in un gruppo, significa essere sulla buona strada per la ricerca di una soluzione condivisa. [...] Il primo passo importante per le donne è prender coscienza dei condizionamenti subiti, per non trasmetterli attraverso l'educazione ai figli".

La riflessione ha poi avuto come perno la seguente domanda, già posta da Mariella Gramaglia che fu direttrice di *Noi Donne*: "Come si fa a combattere una società in cui generalmente ci si aspetta che le donne aderiscano alle forme, come le figurine alle sagome dell'album?"

"Battaglie culturali di questa entità – così ha detto Perfetti – non possono certamente essere sostenute da singole coraggiose idealiste, la via del cambiamento può essere individuata nell'ambito delle aggregazioni sociali che abbiano consistenza numerica e capillarità nella distribuzione sul territorio, ma anche forza aggregante su obiettivi comuni e capacità di compiere lucide analisi dei problemi sociali da affrontare. È importante poi che, proprio come qui questa sera, si faccia rete sul territorio tra istituzioni, associazioni di volontariato, coordinamenti donne, sindacati. In questi difficili tempi di transizione, in cui si è sviluppata una

diffusa vulnerabilità dei soggetti, alimentata dall'individualizzazione dei percorsi di vita, in un orizzonte denso di incertezze, si cercano nuove forme di legame sociale. Si cerca insieme di dare risposta ai tanti interrogativi che individualmente ciascuno di noi si pone di fronte a notizie di drammi che mai avremmo potuto immaginare così vicini a noi, come nell'aprile scorso proprio qui in Valcamonica, con la morte della professoressa Gloria (Trematerra, ndr). La cronaca del nostro Paese registra con allarmante frequenza notizie di omicidi efferati di donne che, forse, avrebbero potuto essere evitati, ma che, comunque ci costringono a riflettere, a prendere coscienza di un certo malessere della società nei confronti della donna, un malessere irrisolto che troppo spesso sfocia nel femminicidio. [...] Femminicidi da parte di uomini aggressivi, certo, ma spesso disorientati per l'emergere della inattesa soggettività delle donne, delle loro pretese di autonomia, che si scontrano con un patologico bisogno di possesso maschile. [...] Tutte queste considerazioni sono state alla base del progetto del convegno sul tema *Il danno sociale degli stereotipi*. E sono alla base delle iniziative realizzate nei territori sullo stesso tema".

# ELIMINARE I PRECONCETTI

Andrea Orini *Socio Cda equAnime*

Gli stereotipi sono opinioni rigidamente precostituite e generalizzate, cioè non acquisite sulla base di esperienze dirette e che prescindono dalla valutazione dei singoli casi, riguardanti persone o gruppi sociali. Essi sono purtroppo largamente diffusi nel contesto sociale. Stereotipo è considerare una donna sicuramente incapace alla guida, così come pensare che ogni immigrato è un delinquente o che tutti gli omosessuali sono promiscui e incapaci di provare amore duraturo.

Le conseguenze della loro presenza possono essere molto negative. Oltre al fatto che sono di per sé dannosi per coloro verso i quali sono indirizzati, portano altresì a uno spreco di talento che danneggia non solo gli individui, ma anche le imprese, l'economia e, in generale, la società intera. Inoltre possono trasformarsi facilmente in intolleranza e quest'ultima in discriminazioni, già ampiamente presenti verso gli individui di colore, gli immigrati e le persone LGBTQIA<sup>1</sup>, per citare solo alcuni esempi.

È importante quindi lavorare per eliminare stigmatizzazioni e pregiudizi. Ma in che modo? Una delle strade da percorrere è sicuramente quella di avviare politiche legate alle pari opportunità, anche attraverso associazioni e movimenti, al fine di puntare all'uguaglianza di prospettive e occasioni per tutti e tutte. Un'altra idea da prendere in considerazione è poi quella di favorire il dialogo: ascoltare i singoli casi e le esperienze individuali dei soggetti non può che contribuire a smussare false idee, favorendo l'avvicinarsi tra noi e chi abbiamo di fronte. Infine è indispensabile puntare a formare in maniera corretta le future generazioni: crescere bambini e bambine che rispettano l'altro e le sue differenze porterà infatti ad avere cittadini più civili. E il compito di formare è affidato essenzialmente alla scuola e alla famiglia, insieme.

Proprio in quest'ottica, nell'agosto del 2015 è nata in Valle Camonica *equAnime*, un'associazione di promozione sociale che opera principalmente contro le discriminazioni legate al genere e all'orientamento sessuale delle persone. Fondata da giovani ragazzi e ragazze, conta oggi diversi associati e seguaci. Tra i suoi scopi vi sono altresì la lotta alle discriminazioni, alle violenze e ai pregiudizi in ogni loro forma e la difesa dei diritti di chiunque, nel pieno rispetto della persona e della sua dignità e indipendentemente dall'orientamento sessuale, dall'estrazione sociale o da qualsiasi altro fattore personale. Per fare ciò, uno dei fini di *equAnime* è quello di organizzare incontri ed eventi per sensibilizzare e informare la gente in maniera corretta e obiettiva, contro falsità, proclami infondati e ipocrisie, con l'intento di contribuire a costruire un mondo più inclusivo nei confronti di chiunque. ■

**equAnime**

APS contro le discriminazioni di genere e dell'orientamento sessuale

## Note

<sup>1</sup> LGBTQIA è una sigla utilizzata come termine collettivo per riferirsi a persone lesbiche, gay, bisessuali, trans gender. La Q sta ad indicare chi si identifica come queer ovvero quella persona che rifiuta la logica binaria eterosessista di maschio/femmina, e che quindi nega le categorie sia di genere che di orientamento sessuale (da Wikipedia, ndr).

# TRE GENERAZIONI A CONFRONTO

Maria Teresa Bertelé *Responsabile Coordinamento donne Spi Como*

In un momento informale di chiacchiere tra donne, come direbbero i nostri colleghi maschi, la discussione si è animata e si sono scontrate opinioni differenti tra chi sosteneva che le ragazze di oggi sono molto più libere di come eravamo noi alla loro età e chi sosteneva che non è vero, che le ragazze di oggi forse non hanno più i condizionamenti che limitavano le nostre scelte negli anni '60, ma che hanno stereotipi e modelli altrettanto vincolanti.

L'animata diatriba non si è risolta: ognuna di noi, in base alla propria esperienza di donna, mamma o nonna, continuava a sostenere la propria tesi. Noi eravamo vincolate nelle nostre scelte dalla famiglia, dalla società, dalle possibilità economiche, dal che cosa dirà la gente: la donna doveva sposarsi, avere una famiglia, un lavoro adatto... oggi questi vincoli sono veramente caduti? Ce ne sono altri che ai nostri tempi non erano così importanti? L'immagine, la forma fisica, la carriera, i soldi...?

Così, da una apparentemente banale discussione, è nata l'esigenza di approfondire l'analisi della società attuale, di un mondo giovane in cui facciamo fatica ad orientarci e che noi ten-

diamo a giudicare secondo i nostri parametri. Chi meglio che dei giovani poteva dare una risposta a questi interrogativi?

Perciò con la segretaria della lega di Erba, Carmen Maio, ci siamo messe in contatto con il Liceo scientifico Galileo Galilei, che già aveva collaborato con lo Spi per corsi di informatica che coinvolgevano studenti e pensionati, e abbiamo presentato una bozza di progetto.

Di incontro in incontro, superando, grazie all'interessamento della professoressa Cinzia Granata, gli scogli burocratici, il progetto ha preso forma: Tre generazioni a confronto: stereotipi di ieri e di oggi.

È stato preparato, in collaborazione tra insegnante e Spi, un questionario aperto, da sottoporre ai genitori, ai nonni e agli stessi ragazzi con la stessa proposta di riflessioni sugli stessi temi, vissuti in momenti sociali differenti. È iniziata così una raccolta senza alcun valore scientifico e statistico, ma di conoscenza del vissuto personale, che spazia dall'ambiente familiare e dai ruoli al suo interno, dalla scelta di un determinato indirizzo scolastico o lavorativo, ai sogni, ai progetti e la loro possibilità di realizzazione, dai modelli pro-

posti dalla società al condizionamento economico sulle scelte personali.

Tutto il progetto è adesso nelle mani dei ragazzi che stanno analizzando le risposte: d'accordo con l'insegnante, la rappresentazione finale dei risultati è lasciata alla fantasia e alla preparazione digitale dei ragazzi: che cosa ne verrà fuori? Un'intervista? Uno spettacolo teatrale? Una serie di battute comiche? Un corto? Solo il proseguo del progetto ci dirà dove la nostra iniziale discussione ci avrà portato. ■





# CAVEMAN ALLO SPI

**C***aveman allo Spi* – Donne e uomini vincono insieme questo il titolo dell'iniziativa con cui il Coordinamento dello Spi Lombardia quest'anno ha chiuso le manifestazioni in occasione della Giornata internazionale della donna. Il titolo scelto mira a evidenziare l'impostazione positiva

del messaggio che si intende trasmettere: le differenze di genere, se colte attraverso una visione complementare, permettono di vivere meglio nel rapporto di coppia e di vincere insieme le sfide nel mondo del lavoro.

Un appuntamento che rappresenta il proseguo del discorso aperto col convegno, di cui abbiamo riportato gli atti, sugli stereotipi di genere. Al centro della giornata lo spettacolo *Caveman*, nato a New York nel 1995.

Letteralmente *caveman* significa cavernicolo, l'autore Rob Becker ha infatti utilizzato questo termine per affrontare il tema del rapporto di coppia con uno spettacolo frutto di tre anni di studi di antropologia, preistoria, psicologia, sociologia e mitologia che lo hanno portato alla conclusione che uomini e donne sono semplicemente diversi. Nella preistoria, l'uomo era cacciatore, la donna raccoglitrice. Non solo. Le donne collaboravano tra loro, mentre gli uomini trattavano. Da tali origini, hanno sviluppato facoltà e qualità diverse: ecco spiegati gli eterni dissidi e le continue incomprensioni tra i due sessi. La versione italiana ha la regia di Teo Teocoli mentre sul palco, attore unico, è Maurizio Colombi che ha avuto anche l'arduo compito di coinvolgere la platea.

Lo spettacolo, tenuto al Teatro San Carlo, è stato preceduto dagli interventi di Giovanna Guslini, esperta di antropologia culturale, e di Sveva Magaraggia, docente di sociologia della comunicazione dei media presso l'Università degli studi Roma Tre 3. Al momento in cui stiamo scrivendo e andando in stampa l'iniziativa non si è ancora tenuta, per cui ve ne parleremo in seguito. ■

Giovedì 7 Aprile 2016 • Ore 9  
Teatro San Carlo • Via Morozzo della Rocca 12 • Milano



SOLD OUT & THEATRE MAGAZ  
Siete al settimo anno di matrimonio? Vi volete fidanzare?  
Vi state per sposare? Vi state lasciando?  
Venite a vedere...

**CAVEMAN**  
L'UOMO DELLE CAVERNE

8.000.000 DI SPETTATORI NON POSSONO SBAGLIARE!!!  
100.000 SOLO A MILANO!!!

band dal vivo !!!

con MAURIZIO COLOMBI  
regia TEO TEOCOLI

WWW.CAVEMAN.IT

**CAVEMAN ALLO SPI**  
donne e uomini vincono insieme

Introduce  
**Carolina Perfetti** Responsabile Coordinamento Donne SPI Lombardia

Intervengono  
**Giovanna Guslini** Esperta di Antropologia Culturale e di Formazione Internazionale  
**Sveva Magaraggia** Docente di Sociologia della Comunicazione dei Media Università degli Studi Roma Tre  
**Stefano Landini** Segretario Generale SPI Lombardia

CGIL  
SPI  
COMMISSIONE  
SPI Lombardia

