
*Mi*Comunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Rossella Sobrero
20 aprile 2010

Presentazione dell'attività di laboratorio

Gli obiettivi dell'attività di laboratorio

Gli obiettivi specifici dell'attività di laboratorio che si svolgerà il 20, 27 aprile e 11 maggio sono:

- ➔ potenziare le **competenze** degli operatori partecipanti al percorso formativo sulla comunicazione di genere
- ➔ fornire **indicazioni utili** per valutare messaggi, contenuti e forme di comunicazione utilizzate nelle loro amministrazioni comunali
- ➔ suggerire agli operatori **indicazioni pratiche** per rileggere con gli "occhiali di genere" gli strumenti di comunicazione realizzati dalla propria amministrazione.

In sintesi, stimolare i partecipanti ad applicare nella pratica quanto appreso a livello teorico durante gli incontri della mattina.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Il percorso previsto: tre incontri

➔ **1° giornata**

20 aprile 2010

Tema: "La comunicazione istituzionale e la comunicazione di genere"

Laboratorio: analisi di alcuni esempi di linee guida

➔ **2° giornata**

27 aprile 2010

Tema: "Dal linguaggio agli strumenti"

Laboratorio: analisi di alcuni strumenti di comunicazione e proposta di revisione di questi strumenti con occhiali di genere

➔ **3° giornata**

11 maggio 2010

Tema: "Nuovi canali di comunicazione e buone pratiche"

Laboratorio: presentazione degli strumenti rivisti in ottica di genere e condivisione delle riflessioni emerse

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Più nel dettaglio: la prima giornata

Il 20 aprile l'attività operativa della giornata "**La comunicazione istituzionale e la comunicazione di genere**" prevede:

- ➔ analisi di **linee guida o raccomandazioni** prodotte negli ultimi anni da alcune amministrazioni locali
- ➔ organizzazione di 4 **gruppi di lavoro** composti da 6 -7 persone
- ➔ ogni gruppo **approfondisce** le indicazioni contenute nei documenti e discute le raccomandazioni analizzate
- ➔ ogni gruppo seleziona le **cinque indicazioni** ritenute non solo più interessanti ma applicabili al proprio contesto
- ➔ un rappresentante per ogni gruppo presenta il lavoro svolto.
- ➔ conclusioni della giornata.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Più nel dettaglio: la seconda giornata

Il 27 aprile l'attività operativa della giornata "**Dal linguaggio agli strumenti**" prevede:

- ➔ presentazione di una **griglia di analisi** di alcuni strumenti (forma, contenuto etc.)
- ➔ ogni gruppo analizza uno strumento realizzato da una amministrazione e lo giudica con occhiali di genere
- ➔ un rappresentante per ciascun gruppo presenta i **risultati ottenuti** e gli ambiti di miglioramento possibili
- ➔ assegnazione di un "**compito**" (esempio: come riscrivere una guida ai servizi sociali con gli occhiali di genere; etc.)
- ➔ conclusioni della giornata.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Più nel dettaglio: la terza giornata

L'11 maggio l'attività operativa della giornata "**Nuovi canali di comunicazione e buone pratiche**" prevede:

- ➔ discussione degli elaborati prodotti dai gruppi di lavoro
- ➔ condivisione delle considerazioni generali emerse sul tema durante le tre giornate
- ➔ conclusioni del percorso di formazione e aggiornamento.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Riflessioni sulla comunicazione di genere

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

La comunicazione pubblica e l'identità di genere

- ➔ La comunicazione della Pubblica Amministrazione ha un ruolo importante per sviluppare una **nuova cultura** più attenta al genere.
- ➔ Le campagne di comunicazione promosse dalla PA a livello centrale e locale possono contribuire in modo significativo all'**educazione del cittadino**.
- ➔ La comunicazione pubblica deve considerare con attenzione la **dimensione etica** dei messaggi e valutare tutte le possibili conseguenze delle proprie attività.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Il linguaggio: comunicazione e stereotipi

- ➔ la presenza di **stereotipi** nella comunicazione continua ad essere molto forte. Si dice che non possa esistere comunicazione pubblicitaria senza la presenza di stereotipi che consentano a donne e uomini di **identificarsi in certi comportamenti**.
- ➔ alcuni comunicatori sono però consapevoli della necessità di rivedere la comunicazione considerando l'**evoluzione dei ruoli di genere**: la comunicazione (in particolare pubblica) deve rispettare le tendenze culturali del momento e attingere dalla realtà socio-culturale. Sembra quindi evidente la necessità di abbandonare la visione rigida delle identità di genere fino ad oggi adottata.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Il linguaggio è maschile?

Definizione di “donna e uomo” secondo alcuni dizionari

DONNA: essere umano adulto di sesso femminile; il Palazzi-Folena, edizione rivista e aggiornata del 1991, recita addirittura: “femmina adulta della specie umana”

DONNA: domestica, collaboratrice familiare

DONNA: preceduta da un possessivo significa moglie, compagna, donna amata

DONNA: dama, signora. Titolo di nobildonna o di moglie di alte personalità

UOMO: (scient.) mammifero superiore caratterizzato dalla posizione eretta, dal linguaggio articolato, dal grande sviluppo del cervello, dalle elevate attività psichiche, etc.

UOMO: (filos.) essere dotato di coscienza, capace di rappresentare a se stesso il mondo esterno e di agire responsabilmente

UOMO: la specie umana in quanto tale. Esempio: l'uomo discende dalla scimmia

UOMO: individuo adulto di sesso maschile, appartenente alla specie umana; il Palazzi-Folena, citato sopra, dice: individuo maschio adulto della specie umana.

MiComunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Polarizzazioni semantiche

La lingua italiana, come tutte le lingue del mondo, ha sia maschili che femminili, espressioni articolate sia in un genere che nell'altro. Tra le une e le altre, però, possono esistere delle grosse differenze.

Si tratta di quelle che vengono definite “polarizzazioni semantiche” e “asimmetrie semantiche”.

MiComunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Polarizzazioni semantiche – 1° esempio

➔ CELIBE/NUBILE; SCAPOLO/ZITELLA

Celibe significa, privo di legami, libero da vincoli. Il linguaggio ha registrato la mentalità patriarcale e la cultura tradizionale, secondo le quali la condizione “naturale” del maschio era quella di poter scegliere se sposarsi o no.

Nubile significa invece “da sposare” e marca il destino passato della donna: era meglio che si sposasse. La situazione della donna era dunque una condizione di attesa, nel senso che non si realizzava appieno fino a quando qualcuno non la “prende in sposa”. La situazione dell’ uomo era quella attiva di “prendere moglie”.

Scapolo, per il linguaggio corrente, è un uomo non sposato, da “scapolare” (libero dal cappio matrimoniale), un termine bonario e pieno di simpatia.

Zitella, nel linguaggio corrente fino a poco tempo fa, era la definizione per una donna nubile non più tanto giovane, termine utilizzato con chiaro intento peggiorativo. Oggi si è trasformata single che rimarca la scelta attiva di una donna di vivere sola.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Polarizzazioni semantiche – 2° esempio

➔ EMANCIPATA/EMANCIPATO

I due sostantivi declinati al femminile e al maschile non danno luogo a significati diversi ma asimmetrici. **Emancipata**, indica una donna che è uscita dalla subordinazione (economica, giuridica, sociale) tipica del sesso femminile nella società a ideologia maschile.

Il maschile **emancipato** indica invece uno stato di emancipazione da condizioni di subordinazione umana più universale, in cui possono trovarsi singoli individui o gruppi di persone. Esempi: emanciparsi dalla schiavitù, emanciparsi dal gravame dei debiti, emanciparsi dal vincolo del giuramento mafioso.

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Polarizzazioni semantiche – 3° e 4° esempi

➔ GOVERNANTE/IL GOVERNANTE

Il sostantivo femminile indica una donna stipendiata che si occupa dei bambini e dell'andamento della casa. Il sostantivo maschile, un membro di governo di un paese, che decide, amministra il potere per conto di un grande numero di persone. Dunque, secondo il linguaggio, il "regno" delle donne è la casa, mentre per gli uomini è un paese o una nazione.

➔ MONDANA/MONDANO

Entrambi indicano persone che conducono una vita frivola ed elegante. Sinonimo del femminile sostantivo: prostituta. Sinonimo del maschile: direttamente nessuno, indirettamente uomo di mondo, che sa vivere.

MiComunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

I femminili che mancano

➔ nella nostra lingua **mancano i femminili relativi alle professioni e alle cariche che le donne hanno via via assunto nel corso di questo secolo**. I femminili sono invece ben presenti e radicati per ruoli e mestieri tradizionalmente svolti dalle donne quali: casalinga, massaia, governante, lavandaia, infermiera, merlettaia, segretaria, nutrice, levatrice, etc. Per molti di questi, manca significativamente il maschile, oppure esso assume un significato totalmente diverso.

➔ che fare per colmare queste lacune? Le linguiste suggeriscono di puntare direttamente alla creazione del femminile che manca, anche se questo inizialmente "suona male". Più è rara la presenza femminile in questi ruoli più è difficile accettarne il femminile. Guarda caso, **i femminili che risultano più strani e più forzati sono proprio quelli relativi ai ruoli di potere più elevati e alle professioni**. Nessuno si stupisce più di mestieri di livello medio-basso declinate al femminile come cameriera, impiegata, cassiera, commessa, parrucchiere, ragioniera.

MiComunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

I femminili che mancano: esempi

- ➔ amministratrice
- ➔ assessora
- ➔ consigliera comunale
- ➔ deputata
- ➔ funzionaria
- ➔ la dirigente
- ➔ la giudice
- ➔ la leader
- ➔ la parlamentare
- ➔ la presidente
- ➔ prima ministra
- ➔ magistrata
- ➔ notaia
- ➔ prefetta
- ➔ pretora o pretrice
- ➔ procuratrice
- ➔ questrice
- ➔ senatrice
- ➔ sindaca
- ➔ sostituta procuratrice

MiComunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

L'attività di laboratorio proposta

MiComunico

Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Esempi di linee guida realizzate da Enti Locali

“Linee guida per la valorizzazione dell’identità di genere e dell’immagine femminile nella comunicazione istituzionale” (**Regione Piemonte, 2003**)

“Linee guida per la valorizzazione dell’immagine e dell’identità di genere nella comunicazione istituzionale” (**Provincia di Lodi, 2008**)

“Raccomandazioni per lo sviluppo di una comunicazione istituzionale attenta al genere” (**Regione Puglia, 2008**)

“Linee guida per la valorizzazione dell’identità di genere e dell’immagine femminile nella comunicazione istituzionale” (**Comune di Macerata, 2008**)

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano

Come procedere con l’analisi delle linee guida

- ➔ **leggere** attentamente le linee guida assegnate
- ➔ **discutere** all’interno del gruppo i contenuti proposti dai vari documenti
- ➔ **identificare** 3 principi ritenuti particolarmente importanti
- ➔ **riflettere** su come questi principi possono essere adattati alla propria amministrazione
- ➔ **presentare** le considerazioni emerse a tutti i partecipanti

MiComunico
Comunicazione di genere nella provincia di Milano