



**Raccomandazioni per lo sviluppo  
di una comunicazione istituzionale  
attenta al genere**

Quale sintesi finale del lavoro realizzato all'interno del progetto REP, le partecipanti al gruppo di lavoro segnalano alcuni principi da considerare nello sviluppo di una comunicazione attenta al genere e suggeriscono alcune indicazioni pratiche per le amministrazioni locali che intendono avviare questo percorso.

## 1 – I principi

Nell'analisi realizzata sono stati presi in considerazione alcuni principi finalizzati ad adeguare, in un'ottica di pari opportunità, strategie e strumenti di comunicazione.

Questi principi potrebbero essere considerati come valori di riferimento da tenere sempre presenti nella definizione delle attività di comunicazione da realizzare.

In sintesi i tre principi che il gruppo REP ritiene dovrebbero essere sempre rispettati per poter affermare che la comunicazione è attenta al genere sono i seguenti:

- trasversalità
- equità
- rappresentatività.

Per trasversalità si intende l'adozione dell'ottica delle pari opportunità tra uomo e donna come valore culturale da promuovere e condividere all'interno dell'ente. Questo significa integrare la prospettiva di genere in modo trasversale nelle strategie e negli strumenti di comunicazione.

Per equità si intende la distribuzione equilibrata della rappresentazione maschile e femminile nei diversi messaggi di comunicazione prodotti dall'ente.

Per rappresentatività si intende la promozione di modelli che riflettono la reale situazione assunta oggi, anche se ancora in forma minoritaria, da uomini e donne nella vita economica e sociale.

## 2 – Le indicazioni pratiche

Per passare ad alcuni aspetti pratici, il gruppo di lavoro suggerisce agli operatori degli enti locali e a tutti coloro che hanno a cuore lo sviluppo di un sistema di comunicazione attenta al genere di:

- non utilizzare l'immagine della donna in modo strumentale (evitando quindi l'uso offensivo dell'immagine femminile, per esempio come richiamo attenzionale etc.)
- rappresentare sempre entrambi i sessi in modo equilibrato e corretto (per esempio, inserendo l'uomo come soggetto attivo che partecipa alla vita familiare)
- utilizzare un linguaggio inclusivo e rispettoso dei due generi (pur nella cura della funzionalità del messaggio)
- privilegiare messaggi chiari, facili, diretti, in grado di valorizzare in modo corretto entrambi i generi, evitando espressioni che possano rivelarsi offensive per l'identità di genere
- utilizzare canali di comunicazione in grado di raggiungere tutte le donne (in particolare le fasce deboli come le donne anziane, le donne migranti etc.)
- prevedere un'attenzione particolare e azioni speciali destinate al coinvolgimento delle donne migranti (in particolare delle seconde generazioni)
- valorizzare l'importante ruolo della donna come "costruttrice di relazioni" all'interno della società
- promuovere strumenti per la lettura con "occhiali di genere" dei servizi messi a disposizione dagli enti pubblici per la famiglia (non solo per la donna).

Quindi, in sintesi, per quanto attiene il linguaggio:

*"il femminile, ma solo quando serve"*

L'uso del femminile non deve essere forzato; il femminile deve essere utilizzato nei casi in cui è utile a far crescere una cultura attenta al genere

Per quanto attiene le immagini:

*"la donna come è, non come i media vogliono presentarla"*

La comunicazione non deve più proporre una donna che non sia non vicina a quella reale.

Per quanto attiene la presenza sugli strumenti di comunicazione:

*"una presenza trasversale, non spazi dedicati"*

L'attenzione al genere deve essere presente in modo trasversale su tutti i materiali on line e off line. Non è sufficiente prevedere una volta l'anno campagne dedicate alle pari opportunità.