



# **La comunicazione: fattore strategico per lo sviluppo della politica di genere**

**Rossella Sobrero  
Bari, 18 febbraio 2008**



REGIONE  
PUGLIA



UNIONE  
EUROPEA



**Ogni essere vivente è un comunicatore: quando comunica con il mondo costruisce messaggi e ne riceve. La mente umana vive di informazioni, organizza l'informazione, crea distinzioni, rileva differenze.**

**La comunicazione è però definita dal risultato che ottiene. Quindi è necessario imparare a leggere il risultato della comunicazione inviata per variare il proprio comportamento comunicativo sino ad ottenere il risultato voluto o la risposta desiderata.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

# PERCHÉ SI COMUNICA

- ➔ **compiere un'azione o conseguire un obiettivo (per esempio acquistare un bene)**
- ➔ **condizionare un comportamento (vendere una merce, farsi votare etc.)**
- ➔ **spiegare qualcosa o chiedere informazioni (porre una domanda etc.)**
- ➔ **esprimere i propri sentimenti (dichiarare un sentimento etc.)**
- ➔ **stare in compagnia (cercare contatto sociale etc.)**
- ➔ **condividere un problema (alleviare uno stato d'animo etc.)**
- ➔ **rispettare un ruolo o rispondere ad un'attesa (rispondere all'officiante di una messa etc.).**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

# COMUNICAZIONE E PROGETTO REP

**Nello sviluppo del progetto REP la comunicazione:**

- ➔ **è uno strumento indispensabile per costruire la rete tra le donne impegnate nel governo locale**
- ➔ **serve a creare una relazione continuativa tra le elette e le amministratrici**
- ➔ **favorisce la collaborazione, promuove il confronto, stimola una nuova progettualità**
- ➔ **contribuisce alla crescita della partecipazione delle giovani donne alla politica**
- ➔ **migliora il rapporto con i cittadini e aiuta il cambiamento culturale**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**



# COMUNICAZIONE E OTTICA DI GENERE

**La comunicazione può contribuire all'affermazione del principio delle pari opportunità che, riconosciuto a livello costituzionale, resta di fatto ancora poco applicato.**

**Anche se tutti concordano che la comunicazione rappresenta uno strumento importante per la promozione di una cultura attenta al genere e per la valorizzazione delle differenze all'interno delle amministrazioni pubbliche, sono ancora pochi i progetti e i piani di comunicazione che prendono in considerazione l'ottica di genere.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

## **COSA SIGNIFICA ESSERE ATTENTI AL GENERE**

- ➔ Finalizzare politiche e risorse nella direzione di una maggiore equità tra uomini e donne
- ➔ Promuovere un'equilibrata presenza femminile nei luoghi delle decisioni
- ➔ Valorizzare le competenze e le diverse esperienze maturate dalle donne
- ➔ Assicurare il principio della parità in ogni momento della vita economica e sociale
- ➔ Promuovere una corretta rappresentazione delle donne nella comunicazione.



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

## **PERCHÉ LA COMUNICAZIONE DEVE ESSERE ATTENTA AL GENERE**

- ➔ **per promuovere una rappresentazione maschile e femminile in linea con l'evoluzione del ruolo della donna nella società**
- ➔ **per superare gli stereotipi di genere ancora dominanti**
- ➔ **per rispondere ai bisogni delle donne di sentirsi correttamente rappresentate**
- ➔ **per migliorare l'efficacia comunicativa dei messaggi**
- ➔ **per favorire il cambiamento culturale**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

## **COMUNICAZIONE E OTTICA DI GENERE: IL PUNTO DI PARTENZA**

- ➡ Procedere con l'analisi degli strumenti strategici (piano di comunicazione, documento di mandato etc.) per valutare se esiste, nei contenuti e nel linguaggio, una reale attenzione al genere.**
- ➡ Rileggere con "occhiali di genere" gli strumenti di comunicazione interna abitualmente utilizzati (circolari etc.).**
- ➡ Estendere l'analisi agli strumenti di comunicazione esterna (sito, periodico, pieghevoli informativi etc.).**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

# 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.



REP

RETE ELETTE PUGLIESI

## **DALLE PARI OPPORTUNITÀ ALL'OTTICA DI GENERE**

- ➡ Le iniziative sulle Pari Opportunità costituiscono ancora oggi gli esempi più significativi, sia come numero sia come tipologia di messaggi, della comunicazione pubblica sul tema.**
- ➡ Sono infatti ancora poche le campagne e i progetti dove emerge una reale attenzione allo specifico femminile e agli strumenti pensati per dialogare con le donne.**
- ➡ La comunicazione dei servizi potrebbe essere il primo passo per inserire l'ottica di genere nella promozione delle iniziative realizzate dall'ente pubblico a favore dei cittadini.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**



# ESEMPI DI CAMPAGNE



**REP**

RETE ELETTE PUGLIESI

# **LA CONCILIAZIONE DEI TEMPI**

**La difficoltà di conciliare i tempi di lavoro e tempi di vita fanno di questo tema una priorità.**

**La necessità di ripensare agli aspetti della vita quotidiana riguarda le donne, ma soprattutto gli uomini.**

**Una diversa distribuzione delle responsabilità all'interno della famiglia inizia ad essere considerata anche nella comunicazione commerciale e istituzionale.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**





**le pari innovative**

**2007  
Anno europeo  
delle Pari Opportunità**

Più donne nel mercato del lavoro,  
maggiore partecipazione  
degli uomini alla vita familiare;  
un pò più tempo per tutti,  
un pò più d'Europa in Italia.

**Caro uomo...**

1. Sai che numero di scarpe porta tuo figlio?
2. Sai quale giorno della settimana ha ginnastica a scuola e dunque bisogna che la mattina metta la tuta?
3. Hai il numero di telefono di almeno un genitore di un suo compagno di classe?
4. Sai quale supermercato nel tratto casa-ufficio fa orario continuato?
5. Sai dov'è il termometro in casa?
6. Sai dove sono riposte le scarpe da pioggia?
7. Sai, in un giorno qualunque, se è finito il sapone della lavatrice?
8. Sai quali giorni della settimana tuo figlio ha piscina (musica-calcio-inglese-teatro) e a che ora?
9. Hai mai verificato la sera se è finito il latte per l'indomani mattina?
10. Sai l'orario del pediatra, hai il suo numero memorizzato nel cellulare?

**COMMISSIONE  
PER LE PARI  
OPPORTUNITÀ  
TRA UOMO E DONNA  
DELLA PROVINCIA  
DI MACERATA**

**Provincia  
di Macerata**

PROVINCIA DI MACERATA - SERVIZIO REGIONALE - 0733/240000

**CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE  
PER IL RICONOSCIMENTO SOCIALE DEL LAVORO  
DI CURA E SULLA CONDIVISIONE DI COMPITI  
TRA UOMINI E DONNE.**

L'obiettivo della campagna non è soltanto fare in modo  
che l'uomo aiuti in casa, ma che partecipi  
alla gestione e condiziona davvero.

**Provincia di Macerata**

**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

La conciliazione dei tempi

Dopo però usciamo, ok?



Con la scopa Swiffer pulire è un attimo.

Grazie al potere elettrostatico dei suoi panni, cattura la polvere e non la lascia più.

Con il suo manico e modabile e leggero arriva ovunque.

Spolverare non è mai stato così facile e veloce.



Spolverare non sarà più come prima.

5 minuti e usciamo, ok?



Swiffer Duster cattura la polvere di ogni globo.

Le sue fibre speciali la intrappolano senza lasciare traccia.

E arriva anche nei punti più difficili.

Spolverare non è mai stato così facile e veloce.



Mai spolverato così, prima.



Procter & Gamble - Swiffer

REP

RETE ELETTE PUGLIESI



**COME TE** è la prima assicurazione dedicata alle donne di oggi. La prima tutta al femminile. Un insieme di prodotti flessibili e intelligenti, creati su misura per ogni tua necessità. L'ideale per creare un'assicurazione che ti somigli davvero, perché scegli solo quello che ti serve. **COME TE** infatti ti offre soluzioni che spaziano dalla pensione alla salute, fino all'auto. E protegge addirittura la tua bellezza. Parlane con un Agente Generali o informati su [www.generali.it](http://www.generali.it)



È NATA COME TE LA PRIMA ASSICURAZIONE CHE NON TI VEDE COSÌ.



**COME TE** è la prima assicurazione dedicata alle donne di oggi. La prima tutta al femminile. Un insieme di prodotti flessibili e intelligenti, creati su misura per ogni tua necessità. L'ideale per creare un'assicurazione che ti somigli davvero, perché scegli solo quello che ti serve. **COME TE** infatti ti offre soluzioni che spaziano dalla pensione alla salute, fino all'auto. E protegge addirittura la tua bellezza. Parlane con un Agente Generali o informati su [www.generali.it](http://www.generali.it)



È NATA COME TE LA PRIMA ASSICURAZIONE CHE NON TI VEDE COSÌ.



La conciliazione dei tempi



Assicurazioni Generali

REP

RETE ELETTE PUGLIESI

# cerchi un nido?



Campagna a cura dell'assessorato politiche familiari e sociali

**La Provincia di Milano  
finanzia 90 asili nido in 87 comuni e  
offre 3600 nuovi posti ai suoi bambini**



Provincia  
di Milano

**Un modo concreto  
per sostenere le famiglie**

[www.provincia.milano.it](http://www.provincia.milano.it)

## Provincia di Milano

# REP

RETE ELETTE PUGLIESI



## **IL LAVORO**

**Anche se la legislazione italiana favorisce l'emancipazione economica delle donne e considera l'imprenditoria femminile un punto di svolta strategico per lo sviluppo economico del Paese, le percentuali di presenza lavorativa femminile rispetto a quella maschile sono ancora molto basse.**

**Gli ostacoli sulla strada dell'emancipazione nel mercato del lavoro derivano anche dalla forte presenza di stereotipi e pregiudizi, capaci di ostacolare il percorso professionale delle donne. Anche la comunicazione raramente affronta questo tema.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**



**IL CENTRO  
PER L'IMPIEGO  
TRASFORMA  
LE TUE ATTITUDINI  
NEL TUO LAVORO**

SEI ALLA RICERCA DI UN'OCCUPAZIONE?  
Attraverso colloqui di orientamento,  
corsi di formazione e aggiornamento,  
il centro per l'impiego è lo strumento  
che aiuta chi cerca lavoro.  
E anche chi lo offre.  
Passa a trovarci oggi stesso.



*Ministero del Lavoro  
e delle Politiche Sociali*

**CENTRO PER L'IMPIEGO**  
il posto per te  
[www.welfare.gov.it](http://www.welfare.gov.it)



Campagna informativa del Ministero del Lavoro e delle  
Politiche Sociali cofinanziata dal Fondo sociale europeo.

**Ministero del  
Lavoro e delle  
Politiche Sociali**

**Centro per  
l'impiego**

**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**



## Ministero per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive

## Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale





IL PROGRESSO IN DUE PAROLE

# PARI LAVORO, PARI FUTURO.



PIEMONTE LAVORO

VINCENTI NELL'ERA DEL CAMBIAMENTO

UNIONE EUROPEA

REGIONE PIEMONTE

FONDO SOCIALE EUROPEO 2000-2006. CAMPAGNA REGIONALE PER LE PARI OPPORTUNITÀ. Iniziativa di Comunicazione Istituzionale in collaborazione con le Amministrazioni Provinciali.

[www.regione.piemonte.it/piemontelavoro](http://www.regione.piemonte.it/piemontelavoro)

PARI OPPORTUNITÀ AI PROGETTI DI SVILUPPO

# DONNA IMPRENDITORE SCELTA di VALORE



PIEMONTE LAVORO

VINCENTI NELL'ERA DEL CAMBIAMENTO

IL PROGRESSO IN DUE PAROLE  
PARI LAVORO,  
PARI FUTURO.

UNIONE EUROPEA

REGIONE PIEMONTE

FONDO SOCIALE EUROPEO 2000-2006. CAMPAGNA REGIONALE PER LE PARI OPPORTUNITÀ IN COLLABORAZIONE CON LE PROVINCE PIEMONTESE

[www.regione.piemonte.it/piemontelavoro](http://www.regione.piemonte.it/piemontelavoro)



Regione Piemonte

REP

RETE ELETTE PUGLIESI



# LA POLITICA

**Come sappiamo la partecipazione delle donne alla politica è ancora modesta e gli spazi lasciati alle donne sono pochi.**

**A questo si aggiunge il fatto che le donne sembrano preferire l'impegno nei luoghi dell'associazionismo rispetto ai luoghi del potere politico.**

**In particolare l'Italia rappresenta ancora il fanalino di coda rispetto al numero delle donne presenti nel governo locale e centrale.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**



**Provincia di  
Bolzano**

**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**

# manca niente ?



Unione Europea

**REP**

RETE ELETTE PUGLIESI

# **COSA PUÒ PORTARE UNA COMUNICAZIONE RESPONSABILE E ATTENTA AL GENERE?**

- ➡ **Contribuisce alla crescita culturale del cittadino**
- ➡ **Migliora il livello di consapevolezza come consumatore e condiziona il comportamento di acquisto**
- ➡ **Rafforza il senso di appartenenza Migliora la coesione sociale**
- ➡ **Attiva processi di emulazione e di collaborazione tra soggetti diversi**

**La costruzione di una società più integrata e solidale deve poter contare su una maggior partecipazione delle donne anche nei momenti decisionali.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**



## **COSA FARE PER CREARE UNA COMUNICAZIONE PIÙ RESPONSABILE?**

- ➔ Essere attenti alle esigenze delle donne, ascoltare, analizzare, approfondire, comprendere le loro attese
- ➔ Promuovere una cultura di pari opportunità attraverso una comunicazione utile a sostenere uno sviluppo concreto e coerente con gli obiettivi dichiarati a parole
- ➔ Ricordare che è fondamentale comunicare l'alleanza con soggetti diversi, ad esempio le associazioni espressione del mondo femminile

**La comunicazione potrà definirsi responsabile quando risponderà anche a una corretta rappresentazione delle differenze di genere.**



**REP**

**RETE ELETTE PUGLIESI**