



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

Rossella Sobrero
Bari, 18 febbraio 2008



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

COMMISSIONE PER LE PARI OPPORTUNITA' TRA UOMO E DONNA DELLA PROVINCIA DI MACERATA

Provincia di Macerata

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?

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.

www.provincia.macerata.it

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 snodabile e leggero arriva ovunque.



Spolverare non è mai stato così facile e veloce.



Swiffer

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 lasciarne traccia.



E arriva anche nei punti più difficili.



Spolverare non è mai stato così facile e veloce.



Swiffer

Mai spolverato così, prima.



Procter & Gamble - Swiffer

REP

RETE ELETTE PUGLIESI

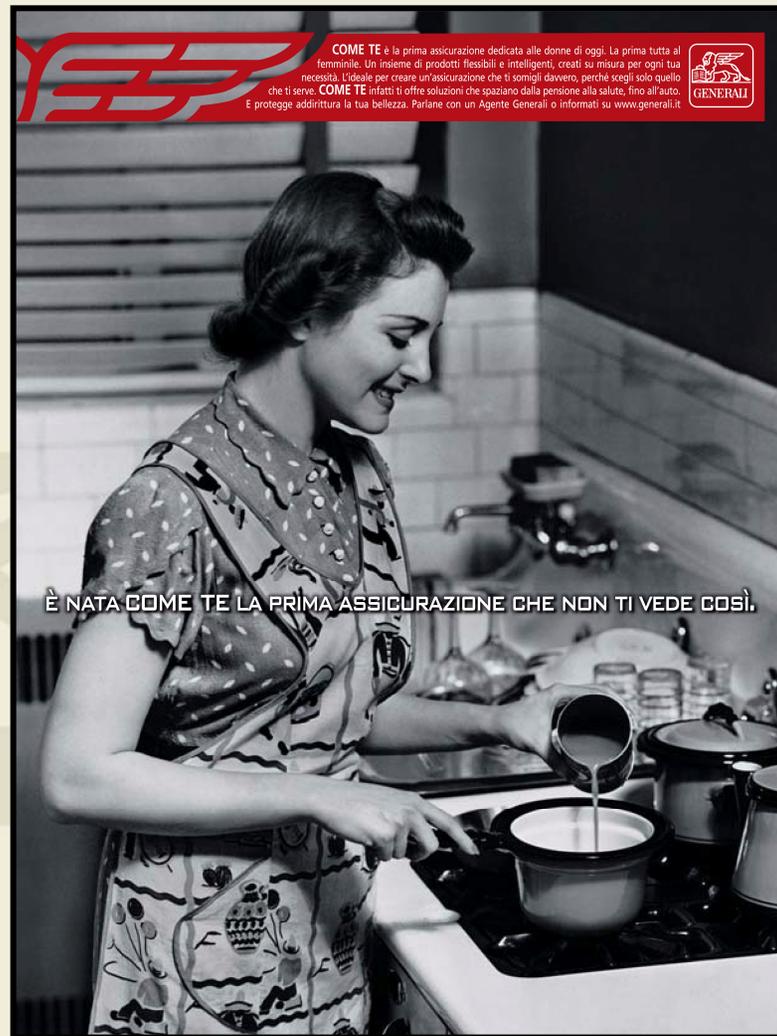
La conciliazione dei tempi



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



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



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



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

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



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 del Lavoro e della Previdenza Sociale
Ministero per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive

Lavorare è un diritto. Non un privilegio.
I privilegi di ieri sono i diritti di oggi.

Informati su www.lavoro.gov.it
www.pogas.it

Ministero per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive

Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale



Ministero del Lavoro e della Previdenza Sociale
Ministero per le Politiche Giovanili e le Attività Sportive

Un lavoro stabile è un diritto. Non un privilegio.
I privilegi di ieri sono i diritti di oggi.

Informati su www.lavoro.gov.it
www.pogas.it

IL PROGRESSO IN DUE PAROLE

PARI LAVORO, PARI FUTURO.



PIEMONTE LAVORO

VINCENTI NELL'ERA DEL CAMBIAMENTO





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

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.

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

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



Designed by Dariusz Apollonczyk - DARC with CoJE



Unione Europea

REP

RETE ELETTI 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