



VISIONI DIFFERENTI Diversità Come Opportunità

a cura del Coordinamento Pari Opportunità UILCA Lombardia e Milano



Anno 1 Numero 2.3 Ottobre 2016

GLI STEREOTIPI INFLUENZANO IL NOSTRO COMPORTAMENTO?



Stereotipi e linguaggio

a cura di Paola Mencarelli

Il linguaggio non è mai neutro poiché trasmette a livello conscio o inconscio un modello di società, i valori e i pregiudizi di una determinata cultura.

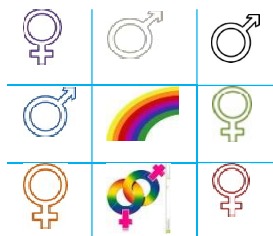
Il sessismo nel linguaggio determina la formazione di schemi mentali che possono guidare la nostra percezione del mondo durante la vita adulta: per esempio parlare solo al maschile quando si designa una professione “il professore”, “il presidente”, “il medico”, implica l’idea diffusa che il genere maschile sia quello “normale”, mentre quello femminile costituisce l’eccezione.

Il linguaggio si modifica con l’introduzione di nuove parole dall’uso comune, per questo motivo è importante cominciare a designare le persone con il loro titolo al femminile, quindi non è il Ministro Boschi ma la Ministra Boschi o la signora ministro Boschi.

Un altro esempio interessante è il significato di UOMO.

In diverse lingue occidentali uomo significa anche “essere umano”, quindi persona “dotata di umanità”, mentre DONNA designa solo il sesso femminile, infatti alle donne l’anima e l’umanità sono state conferite solo con il Concilio di Trento nel XVI secolo!

Lavorare sul linguaggio implica l’impegno in un cammino di trasformazione della cultura e dei rapporti interpersonali., che non significa schierarsi ideologicamente dalla parte delle bambine, ma aderire ad una idea di società inclusiva.



VISIONI DIFFERENTI Diversità Come Opportunità

a cura del Coordinamento Pari Opportunità UILCA Lombardia e Milano



Stereotipi e ruolo dei media

Alcuni studi mostrano che i media hanno una certa influenza rispetto alle attese sociali e culturali relativamente al ruolo femminile e maschile.

Nei film e nella televisione le donne sono sottorappresentate, quando invece compaiono, spesso, il loro ruolo è stereotipato.

Nelle fiction sono ritratte con maggiore frequenza nei contesti familiari o in cucina e meno in quelli lavorativi, **se occupano ruoli apicali spesso sono più competitive e maligne degli uomini.**

Nelle trasmissioni di intrattenimento sono maggiormente presenti le donne come “veline” e letterine” e meno come presentatrici.

In particolare **sono pressochè assenti le over 40, se appaiono spesso ricorrono alla chirurgia plastica per apparire più giovani,** questo atteggiamento **non è però richiesto agli uomini che sfoggiano le rughe e capelli bianchi** quasi con orgoglio!

Nei programmi culturali o politici le donne vengono presentate spesso per il loro fascino e non per la loro competenza: ricordiamoci che all'inizio della campagna presidenziale in USA, Hillary Clinton veniva lodata per mostrare le rughe, nessun giornalista invece ha commentato l'aspetto fisico o l'età del suo rivale.

Nella pubblicità, la donna è rappresentata come madre, nonna oppure come eccessivamente seduttiva o aggressiva, alcuni esempi: le pulizie le fanno solo le mamme e i figli le ringraziano per tenerli puliti; in cucina sono presenti quasi esclusivamente signore e qualora compaiono gli uomini sono grandi chef o imbranati; i prodotti per l'igiene sono quasi tutte per le donne, che forse puzzano di più perché viene loro consigliato anche l'uso di pannoloni per incontinenze dovute all'età!



Per saperne di più

www.ilcorpodelledonne.net

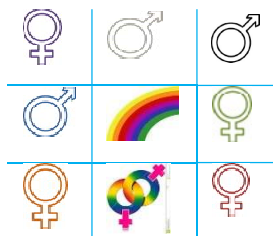


Elena Gianini Berlotti, **Dalla parte delle bambine**, Feltrinelli, 1973

Loredana Lipperini, **Ancora dalla parte delle bambine**, Feltrinelli, 2007

laia Caputo, **Le donne non invecchiano mai**, Feltrinelli, 2009

.....



VISIONI DIFFERENTI

Diversità Come Opportunità

a cura del Coordinamento Pari Opportunità UILCA Lombardia e Milano



Come ridurre l'influenza dello stereotipo di genere ed evitare che si trasformi in pregiudizio e ruolo del sindacato UILCA

Come ridurre l'influenza dello stereotipo di genere ed evitare che si trasformi in pregiudizio e ruolo del sindacato UILCA.

L'educazione al genere è l'azione prioritaria che viene riconosciuta dalla letteratura sociale, psicologica e legale per contrastare gli stereotipi.

Educare al genere significa stimolare la consapevolezza nei bambini e bambine delle rappresentazioni dell'uomo e della donna che condizionano il nostro modo di pensare, di fare scelte importanti, soprattutto significa far emergere l'ottica che nessuno è inferiore perché appartenente ad determinato sesso biologico.

Tutto ciò anche al fine di prevenire fenomeni di discriminazione al lavoro e violenza domestica.

Intervenire nella scuola significa, anche, cambiare il futuro dei bambini e bambine perché saranno lavoratori e lavoratrici, madri e padri, mariti e mogli, leader e collaboratori.

La necessità di tale azione ricorre nella normativa europea (per esempio Strategia di Lisbona 2000, UE 2020, ecc.) e nella normativa italiana (es. Italia 2020, Codice delle Pari Opportunità D.lgs. 11 aprile 2006, n. 198 e s.m., L. 107/2015 di riforma su "La buona scuola").



Nel mondo del lavoro italiano la Legge 125/92 (codice della pari opportunità) ha contribuito a contrastare gli stereotipi di genere attraverso l'adozione di azioni positive volti a rimuovere le discriminazioni e a valorizzare le pari opportunità.



La valorizzazione delle pari opportunità, spesso chiamata anche diversity management, comprende attualmente tutte le diversità (genere, età, disabilità, provenienza geografica) con alla base la concezione che la diversità e l'eterogeneità siano un valore; l'obiettivo è di creare un ambiente lavorativo inclusivo e che favorisca l'espressione del potenziale delle diverse persone che compongono l'organizzazione.

I progetti che riguardano il genere promuovono il riconoscimento delle peculiarità dell'approccio femminile al lavoro, la valorizzazione delle attitudini e talenti attraverso azioni di formazione alla leadership delle lavoratrici, la promozione di mentoring e networking per le donne, l'adozione di programmi di accompagnamento al rientro dalla maternità, introduzione di flessibilità lavorative e organizzazioni del lavoro innovative (come lo smart work) che possono consentire un migliore equilibrio tra vita privata e professionale.

La UILCA ha sempre considerato le azioni positive uno strumento utile per superare gli stereotipi di genere e rimuovere gli ostacoli alla parità tra lavoratrici e lavoratori.



VISIONI DIFFERENTI

Diversità Come Opportunità

a cura del Coordinamento Pari Opportunità UILCA Lombardia e Milano



Il nostro lavoro si concretizza da sempre, anche, attraverso la partecipazione ai Comitati Pari Opportunità e collaborando con le aziende nella promozione e progettazione delle azioni positive e nella definizione delle priorità degli interventi e portando in primo piano i bisogni delle lavoratrici e le esperienze nell'organizzazione del lavoro, acquisite grazie al contatto quotidiano con coloro che lo svolgono quotidianamente.

L'obiettivo del nostro sindacato è di liberare i talenti, maschili e femminili, all'interno delle organizzazioni lavorative, attraverso la valutazione imparziale delle attitudini, conoscenze e competenze possedute dai singoli, che possono costituire sia un patrimonio per l'impresa sia un modo di realizzazione di sé delle persone che la compongono e vi lavorano.

COSA SONO LE COMMISSIONI DI PARI OPPORTUNITÀ'

Sono commissioni miste, sindacato e azienda, che si occupano di analisi e valutazione congiunta della materia delle pari opportunità, anche allo scopo di programmare azioni positive ai sensi della legislazione in materia, con l'obiettivo di valorizzare le risorse femminili.

Le azioni positive riguardano di norma: iniziative di valorizzazione delle risorse femminili; - politiche di conciliazione dei tempi di vita e di lavoro; piani formativi rivolti alle lavoratrici.

Per saperne di più

Mebane Minou E., **Psicologia delle pari opportunità. Per la promozione del benessere individuale e sociale delle donne.** Unicopli, 2008



**Vi piace la Newsletter del
Coordinamento Pari Opportunità
della UILCA Lombardia e Milano?
Avete suggerimenti o argomenti da
approfondire riguardanti le pari
opportunità?
SCRIVETECI.
pari.opportunita@uilcalombardia.it**

*La nostra meta non è mai un luogo, ma
un modo di vedere le cose.
(Heny Miller)*

Redazione: Anna Rondina, Ivonne Cosciotti,
Lorenza Perego, Paola Mencarelli, Rosa Soler,
Laura Chiodega, Barbara Peres, Nicoletta
Oldoni.



VISIONI DIFFERENTI

Diversità Come Opportunità

a cura del Coordinamento Pari Opportunità UILCA Lombardia e Milano

