

Noi cambieremo il mondo, e se non ora quando?» recitava Prassagora, protagonista di una commedia di Aristofane “Le donne al Parlamento” e forse questo incitamento potrebbe essere ancora attuale, una presa di coscienza da parte di tutte le donne:

Oggi le donne stanno cominciando ad associare il proprio genere al ruolo di leadership e a riconoscersi come leader.



Nelle organizzazioni si presta sempre più attenzione al potenziale femminile, soprattutto nelle decisioni che riguardano le progressioni di carriera.

La distinzione tra leadership maschile (heroic) e tradizionale, caratterizzata dall'individualismo, il controllo e l'assertività, risulta sempre meno adatta ai nuovi modelli comunicativi che necessitano di meno individualismo e più relazione, poiché finalizzati all'apprendimento e alla crescita reciproca di leader e follower.

A questo nuovo tipo di leadership (postheroic) vengono associati tratti tipici femminili quali: empatia, vulnerabilità e collaboratività.

-Dove hai trovato la forza?  
-Siamo donne tesoro, la forza  
trova noi.



Comunicazione e le donne di oggi

***“E’ più facile spezzare un atomo che un pregiudizio” Albert Einstein***

Purtroppo, però, quando parliamo della leadership femminile, della carriera e della performance delle leader ci accorgiamo che questi ruoli sono ancora influenzati fortemente da stereotipi culturali: i pregiudizi ostacolano l’ascesa delle donne ai vertici decisionali.

Gli stereotipi di genere **condizionano scelte e comportamenti in modo sottile e spesso senza che chi è condizionato ne sia consapevole.** Per esempio:

**indirizzano le aspirazioni di carriera** delle ragazze verso la riserva indiana delle professioni “da colletto rosa” (insegnamento, risorse umane, welfare ecc.) mentre fanno percepire carriere nella tecnologia, ingegneria, nelle scienze e nella matematica come dominio prevalentemente maschile. Anche nell’ambito delle stesse professioni si scelgono settori che sono considerati più adatti alle donne

**fanno percepire alcuni comportamenti come inadatti alle donne** (es. competere contro altri candidati per ottenere una posizione, chiedere un aumento di stipendio con fermezza, prendere la parola in una riunione sovrastando la voce degli altri)

L'identità di genere si forma nella primissima infanzia (a due anni ne siamo già consapevoli) e viene rafforzata da famiglia, scuola, televisione, stampa pubblicità, e da qualsiasi tipo di comunicazione (a cominciare dalle favole, come spiega bene Elena Gianini Belotti nel suo libro **Dalla parte delle bambine**)

Tutto concorre a trasmettere gli stereotipi e favorisce la polarizzazione dei generi.

***Gli stereotipi sono come l'acqua per i pesci proprio perché ci circondano e sono ovunque, non li vediamo più, ne siamo immersi senza neanche accorgercene***

Da uno studio americano, pubblicato sulla rivista *Science*, emerge che già dall'età di sei anni le bambine sono influenzate da stereotipi riguardanti l'intelligenza e le attitudini.

Gli autori hanno intervistato 400 tra bambine e bambini, tra i cinque e i sette anni: mentre a cinque anni sia le bambine che i bambini associavano all'aggettivo "intelligente" immagini sia di uomini che di donne, dai sei anni in poi i risultati cambiavano completamente, e le bambine tendevano a non considerare intelligenti i membri del loro stesso sesso.

Chi ha curato la ricerca spera che questo studio aiuti a sviluppare interventi che impediscano agli stereotipi di genere di influenzare la carriera delle giovani donne.

Gli stereotipi agiscono anche sul versante di chi è a capo di un'impresa e deve scegliere a chi affidare ruoli apicali

Se per stereotipo si intende banalmente pregiudizio, occorre sfatarne subito uno, che sta emergendo e si sta diffondendo soprattutto nelle grandi aziende: che cioè nel mondo del lavoro non esistano più stereotipi femminili.

Questo convincimento è ravvisabile soprattutto tra i sostenitori della cosiddetta "discriminazione avversa" (la disparità di trattamento di cui gli uomini sarebbero ora diventati vittime) e negherebbe l'esistenza sia degli stereotipi femminili "aziendali", cioè quelli che, secondo la tassonomia corrente, colpiscono le donne in quanto partecipi dell'ambiente lavorativo, a prescindere dal ruolo assunto, sia quelli "manageriali", riguardanti le donne in posizioni apicali.

Ci aiutano, oggi, ricerche e studi (Banca d'Italia, Consob, Università) che partono dall'idea che gli stereotipi di genere, insieme ad altri fattori discriminanti, siano perniciosi sia sul piano macroeconomico, per la crescita del Paese, sia per le organizzazioni produttive, sul piano microeconomico.

Sono invece dimostrati gli effetti positivi (in termini di performance aziendale) per le imprese che utilizzano (nei gruppi di lavoro) donne e uomini in misura eguale.



La teoria economica aiuta a comprendere come gli stereotipi possano influire sui differenziali di reddito in presenza di informazione asimmetrica, incompleta e costosa.

Poiché può essere difficile misurare la produttività di un lavoratore, le imprese potrebbero essere indotte a impiegare anche il genere come proxy (indicatore ex ante) della produttività.

Se un datore di lavoro si attende che le donne siano meno presenti, meno attaccate al lavoro, meno affidabili, tenderà a offrire loro una retribuzione più bassa, percorsi di carriera più lenti, mansioni meno qualificate o preferirà non assumerle.

Si può realizzare così un circolo “vizioso”: se le donne sanno di non poter ambire a certe occupazioni e/o che i loro salari saranno bassi, facilmente investiranno meno nell’istruzione, destineranno una maggiore quota del tempo al lavoro domestico e di cura, saranno loro a prendere i congedi parentali nel caso della nascita di un figlio

Un'indagine di alcuni anni fa, condotta da Unioncamere nell'ambito di un'iniziativa europea, mostra come una quota molto elevata delle 1.000 imprenditrici intervistate abbia sentito dire nel proprio ambiente di lavoro che le donne possono avere successo solo in alcuni settori;

che sono meno credibili e prendono decisioni con maggiore difficoltà rispetto agli uomini;

che gli uomini non gradiscono avere un capo donna;

che è più importante per un uomo rispetto a una donna fare carriera.

Uno dei pregiudizi difficili a morire è quello che le donne sono spesso ancora oggi percepite come emotive, poco resistenti, non protagoniste, senza attitudine al comando, non portate per gli affari e per la tecnica.

Altre ricerche confermano ad esempio che il pregiudizio secondo cui le donne sono spesso più preparate degli uomini, ma meno affidabili perché hanno “altro” a cui pensare, sia ancora molto diffuso.

Sfatato ogni dubbio sulla persistenza del fenomeno, alcune ricerche empiriche si soffermano sullo studio della dinamica degli stereotipi: come questi cioè si trasformino nel tempo.

Sarebbe emerso, ad esempio, che più gli stereotipi sono subdoli, impliciti, più i soggetti tendono ad assumere comportamenti conformi (stereotype assimilation).

Una più ampia analisi degli stereotipi costituisce quindi una via per favorire l'interruzione dei circoli viziosi informativi di cui essi si alimentano.

## Alcuni fra i più comuni stereotipi relativi alla leadership delle donne

### 1. Investire nelle donne non paga

Se si riduce il gender gap il Pil ne trae vantaggio. Secondo un recente [rapporto](#) del McKinsey Global Institute: se le donne svolgessero gli stessi ruoli degli uomini nel mondo del lavoro, si incrementerebbe del 26% il PIL globale annuo entro il 2025.

### 2. La disuguaglianza di genere non è un problema nei paesi sviluppati

Purtroppo il gender gap non ha confini geografici o isole felici.

Anche se molti paesi hanno compiuto progressi su alcuni aspetti della parità di genere, la disuguaglianza rimane alta.

### **3. Il reddito delle donne non viene utilizzato in modo diverso da quello di un uomo**

Una percentuale maggiore di reddito delle donne viene reinvestita nelle loro famiglie e comunità.

Questa prassi ha permesso di migliorare l'accesso all'istruzione, l'alimentazione e l'assistenza sanitaria.

Gli studi e le statistiche dimostrano che in termini di empowerment economico non è importante solo un incremento del reddito di una donna, quanto il fatto che lei controlli questo reddito.

## 4. Le donne scelgono di lavorare meno degli uomini

Tuttora sono le donne ad assumersi un maggior carico di lavoro non retribuito, e hanno pertanto meno opportunità di lavoro retribuito.

Anche a causa della scarsità di servizi di cura pubblici e a prezzi accessibili.

Le donne sono una forma di welfare gratuito. Cambiare lo status quo, fornendo servizi accessibili e di qualità è fondamentale se vogliamo incrementare la partecipazione delle donne al mondo del lavoro.

Le donne non lavorano meno degli uomini. In realtà, spesso lavorano di più. Il problema è che il loro lavoro spesso non è retribuito o è in nero

### A working day for men and women



## 5. Le politiche attente al genere, rivolte a famiglie e bambini, non valgono l'investimento

Negli [USA](#), ogni dollaro investito in pianificazione familiare porta un risparmio di 7 dollari;

In paesi come la Giordania, ogni dollaro porta 16 dollari di risparmio.

Il [Copenhagen Consensus](#) ha mostrato che ogni dollaro speso per metodi contraccettivi moderni produrrà 120 dollari di benefici complessivi.

Le aziende che investono in politiche di genere hanno riscontrato alti rendimenti dai loro investimenti, tra cui un ridotto assenteismo e una maggiore produttività.

.

Un grosso problema continua a essere rappresentato dall'atteggiamento dei *media*.

Un esempio è quello raccontato dal fisico e divulgatore scientifico Carlo Rovelli sulla sua [pagina](#) Facebook, subito dopo il caso Strumia:

“Sky TG24 mi chiama per chiedermi di intervenire in diretta il giorno successivo sul dibattito su donne in fisica. Suggesto che invitino una donna. Mi rispondono che è meglio sia un uomo a dire che ci sono donne scienziate, perché detto da un uomo ‘è più autorevole’.”

Un bel tentativo, non c'è che dire, quello di combattere la misoginia con altra misoginia.



Oggi sembra impossibile accettare la distinzione fra i sessi come qualcosa di naturale e immutabile, il genere è una costruzione sociale e il legame fra individui di sesso diverso e struttura di genere non è affatto inevitabile, ma finché non saranno contestati con successo i raggruppamenti e la divisione del lavoro, e finché non sarà riconosciuto che qualsiasi mansione è attribuibile a ciascun individuo (uomo o donna che sia), non ci sarà speranza di uguaglianza sia nella sfera pubblica, che in quella privata

Ad esempio alcune teorie psicanalitiche fondate hanno spiegato come il genere sia riprodotto nello specifico da un esercizio selettivo già presente nel ruolo genitoriale.

L'assegnazione del ruolo di genitore primario nella struttura di genere esistente può spiegare le caratteristiche di personalità delle donne e degli uomini: ove le prime sono considerate adatte più alla cura, i secondi sono condotti ad un maggior bisogno e capacità di orientazione verso il conseguimento di uno status «pubblico».

Se ci si liberasse degli stereotipi si capirebbe che ciò che conta non è se la donna porti o no nella sua esperienza di leader qualità di cura, ma se possiede le qualità richieste dalla leadership: attitudine alla fermezza e alla decisione, capacità di ascoltare gli altri e di interagire e di cooperare.

Forse è ancora più drammatico il fatto che gli stereotipi agiscono in modo diverso a seconda del livello e del tipo di carica a cui le donne aspirano.

Secondo Loredana Lipperini il fattore che inficia la carriera stessa è la distinzione di genere che si basa essenzialmente sul divario fra l'idea della donna autonoma, dura, anche un po' pericolosa e la realtà: lo stereotipo di donna simile all'uomo rende il gentil sesso estraneo alla sua natura.

Sarebbe più opportuno riconoscere che l'uomo e la donna sono esseri simili, sebbene entrambi portatori di diversi valori .

## Può l'utilizzo del linguaggio di genere aiutare il cambiamento della cultura e sradicare gli stereotipi?

Come ci ricorda la linguista Stefania Cavagnoli:

«La lingua e le parole che usiamo non sono solo portatrici di significato, ma anche strumento di potere nella rappresentazione della realtà.»

L'uso di una lingua adeguata al genere e alla situazione pare rappresentare un problema per molte persone

infinite sono le discussioni che terminano con “suona male” o “è una questione di scelta io preferisco il maschile” (detto da uomini e donne indistintamente).

Alla base delle discussioni c'è anche una poca conoscenza della lingua italiana e della sua grammatica.

La rappresentazione della società attraverso la lingua mette in luce soprattutto una questione di potere, quasi che l'uso del maschile sia più prestigioso di quello femminile.

Tale aspetto si riscontra soprattutto nelle denominazioni di professioni o cariche.

La lingua rappresenta infatti una società in cui le donne, seppur molto numerose nel mondo del lavoro, rischiano spesso di non arrivare nei ruoli di leadership.

Così è stato almeno negli ultimi decenni, per cui la lingua possedeva primariamente forme al maschile.

Campionato mondiale di calcio femminile: Italia Brasile,

Se si fosse fatta solo la telecronaca radiofonica avremmo pensato che stava giocando la nazionale maschile.....

Il portiere, l'arbitro, i difensori centrali...uomo su uomo...

L'ultima chicca l'allenatrice che definisce bravi le sue calciatrici.

Quali sono questi ostacoli insormontabili per il non uso corretto del linguaggio che finiscono persino con il rendere ridicola una telecronaca calcistica?



Perchè invece è così importante per la leadership femminile essere nominate

La lingua italiana, annullando il femminile, *compromette* anche il processo di formazione *dell'identità* di *genere* delle donne, il processo di *formazione del sé* (che si sviluppa principalmente attraverso il riconoscimento da parte degli altri), *pregiudica l'autostima* e inibisce lo sviluppo di una *personalità autonoma*.

La lingua determina la realtà.

La realtà dovrebbe modificare la lingua.

La lingua dà pari opportunità.

L'uso del maschile non significa forse un maggior prestigio del maschile, e di conseguenza dell'uomo, sul femminile e sulla donna?

La lingua non esprime sempre una realtà concreta a cui ci riferiamo, un'immagine di quello che consideriamo essere il mondo?

Rappresentare le donne, che sono la maggioranza in alcune professioni , è necessario, è doveroso, anche per i modelli che lasciamo in dote alle future generazioni.

Non è una questione di semplice scelta, ma è una questione di grammatica e di potere

Le professioniste hanno una grande responsabilità per il cambiamento:  
afferinarsi e nominarsi al femminile