

1 agosto 2020 13:09

[Equità Di Genere] Riflessioni sul genere, l'equità, la cultura e il futuro che ci attende



Dal “pay gap” al linguaggio di genere, dal tetto di vetro al “pregiudizio degli algoritmi”. *Lecture Lente*, la rubrica di approfondimento culturale di **AgCult**, ha preso posizione in questo anno sul tema delle diseguglianze, in un quadro di giustizia sociale, come sfida per concepire un futuro sostenibile, di dinamismo sociale. La redazione ha scelto l'equità di genere per il suo primo deep diving, promuovendo una “call for paper” coordinata da Flavia Barca, che ha l'obiettivo di indagare con una visione corale le principali criticità che frenano la strada verso l'equità, i possibili interventi e misure per correggerle, partendo dalla situazione e dal ruolo del mondo culturale. *Lecture Lente* ospiterà, nei prossimi numeri, interventi di esperte, amministratrici, operatori e operatrici dei settori culturali e creativi per fornire stimoli nel definire una nuova agenda “di genere”.

I SETTORI CULTURALI E CREATIVI APRIPISTA DI UN RIEQUILIBRIO DI GENERE NEL PAESE

Ad inizio 2020 la rivista [Economia della Cultura](#) ha pubblicato un numero dedicato alle “[Discriminazioni di genere nei settori culturali e creativi](#)” da me curato assieme a Celestino Spada. Con il contributo di molte studiose il volume mette sotto esame, a livello europeo e nazionale, i principali squilibri evidenziabili e documentati nei singoli settori del comparto culturale e nei diversi aspetti professionali: dalla scarsa presenza di donne nei ruoli di maggiore prestigio e

potere professionale agli squilibri salariali, anche a parità di posizione; dalla diseguale attribuzione di ruoli in ambito domestico con la conseguente difficoltà di conciliare il lavoro con il tempo libero e le funzioni di cura alla mancanza di “ascensori di genere”, ovvero la possibilità per le donne di fare carriera per merito; dall’assenza di reti professionali “al femminile” ai mille stereotipi reiterati in molti ambiti diversi, ad esempio nell’uso della lingua, specie quella italiana, o nella formulazione degli algoritmi, o nella titolazione delle strade.

Il volume ha raccolto contributi di pensiero che con *Lecture Lente* intendiamo dilatare con altre voci.

Come riequilibrare questo sistema e, soprattutto, che impatto sociale, economico, politico, avrebbe un sistema “riequilibrato”?

L’assunto da cui parte il progetto di *Lecture Lente* lanciato da questo articolo è che **promuovere il pensiero delle donne sia la grande opportunità, in questo momento storico, di stimolare un rinnovamento sociale**. Ridurre i gap di genere in tutti gli ambiti professionali, permettere alle donne di entrare nella governance dei processi e, soprattutto, sentire finalmente la loro piena voce nell’arena pubblica significa produrre una disruption, un salto di paradigma, estremamente potente. Lo squilibrio di genere, e tutto quello che intorno a questo si muove – stereotipi, repressione della libertà personale fino ai femminicidi – è il vulnus primigenio, la punta di un sistema di esclusioni e disegualianze (economiche, verso le persone con disabilità, LGBTQI, verso la diversità culturale, ecc.) che blocca la mobilità, il dinamismo sociale, e rende tutta la società più povera. **Riequilibrare la bilancia di genere non è quindi solamente l’esercizio di un diritto costituzionale ma, anche, un processo di liberazione di energie nuove, in grado di portare punti di vista alternativi, processi di innovazione, nuovi linguaggi e nuove idee.**

Per questo penso che i settori culturali e creativi, in questo scenario, abbiano la responsabilità fondamentale di dare il segnale spingendo con chiarezza sul pedale dell’equità di genere.

Nella lingua, ad esempio, si negozia il senso e il valore che attribuiamo alle cose e alle persone: “la lingua, con le sue parole, le sue strutture morfologiche e sintattiche, compresa la declinazione e l’accordo di genere, definisce la nostra ontologia culturale su cui si fonda la nostra identità” segnalano Monia Azzalini e Giuliana Giusti nel citato numero di *Economia della Cultura*; sottrarre il femminile in molti contesti linguistici rafforza quindi gli stereotipi, mistificando una parte fondamentale del nostro immaginario collettivo. Ugualmente nell’estetica dei luoghi (di un parco come di una piazza) stilizziamo il valore che noi attribuiamo all’agire sociale e le dinamiche che lo definiscono. I messaggi che le città, il contesto urbano, i nomi delle strade, la cartellonistica stradale, la pubblicità ci restituiscono sono, inoltre, frutto di una cultura patriarcale che perpetua nel tempo una presenza ricca di stereotipi e pregiudizi o una “assenza”. Ed è proprio questa assenza, assenza della storia delle donne nei libri di storia, assenza delle voci delle donne nei mezzi di comunicazione (giornali, radio, tv, ecc) che impedisce la semina di un nuovo sentire, di nuove idee e competenze in grado di incidere nell’agenda pubblica costruendo un nuovo immaginario sociale.

L’argomentazione, o provocazione, che in questo articolo di “chiamata alle idee” si vuole portare avanti è, quindi, che l’equità di genere nei settori culturali e creativi non sia solo un indispensabile processo di inclusione. Certo **non è più possibile immaginare un mondo in cui le donne faticano il doppio a raggiungere posizioni di vertice e quindi accesso al potere**, in cui l’immaginario che i media veicolano è ancora fortemente legato ad una cultura che pone gli uomini al centro dei processi, in cui i nuovi algoritmi stanno perpetuando se non peggiorando i

pregiudizi di genere. Ma c'è di più. La scommessa è che le donne possano mostrare una nuova rotta, possano avere un ruolo nell'innovazione radicale di processi viziosi consolidati e così divenire una leva di crescita per il Paese.

Il citato volume di Economia della Cultura propone, per raggiungere questo obiettivo, una ideale "Strategia in nove punti" che scaturisce anche da progetti ed esperienze dal basso sviluppatesi in Europa negli ultimi anni (tra queste il lavoro del gruppo europeo [Voices of Culture](#)). L'invito di Letture Lente ad esperte/i e operatrici/operatori culturali è di integrare questa strategia (riportata qui di seguito in una versione rivista ed aggiornata) e, assieme, commentarne l'impatto sul sistema: quale nuova narrativa/visione della società contemporanea emergerà dalla voce delle donne?

UNA STRATEGIA IN NOVE PUNTI

1. Trasparenza dei dati

I dati sulla parità di genere riguardanti il mercato del lavoro (parità salariale, numero di donne nelle posizioni di vertice, ecc., con una particolare attenzione al precariato che colpisce maggiormente la componente femminile) e l'analisi del contenuto delle narrazioni (veicolo di contenuti stereotipati, privi di voci femminili specie se autorevoli) sono scarsamente rilevati, anche quando riguardano il settore pubblico. La carenza di dati ostacola la piena comprensione del fenomeno e la definizione degli opportuni rimedi, mediante l'attivazione di politiche pubbliche mirate ed efficaci.

Il legame tra "evidenze" e politiche emerge in modo chiaro dall'impatto di alcuni lavori condotti a livello internazionale, come il [Global Media Monitoring Project](#), che monitora il ruolo e il peso delle donne nei media, o il [Rapporto Ewa](#), sull'uguaglianza di genere nella regia cinematografica. Si tratta di analisi molto approfondite che hanno fornito ampi set di dati il cui impatto sul dibattito pubblico internazionale ha accelerato il lavoro delle istituzioni.

La Francia è uno dei paesi europei più attenti a queste tematiche: l'Ufficio nazionale di statistica ha un [Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication](#) che pubblica annualmente statistiche di genere.

È auspicabile che anche in Italia, sul modello francese, sia dedicato un apposito dipartimento nazionale/Osservatorio (di settore, negli appositi ministeri di riferimento, o unificato a livello centrale) alla rilevazione, studio e disseminazione dei dati sui gap di genere. I dati e la ricerca hanno un ruolo fondamentale anche per incidere sulla consapevolezza sociale. Spesso, infatti, manca proprio la percezione, specie in ambito maschile, delle discriminazioni, soprattutto in ambito lavorativo. La diffusione di dati sulle questioni di genere è quindi fondamentale per una maggiore presa di coscienza delle disuguaglianze.

2. Riduzione dei gap di genere come requisito per richiedere finanziamenti pubblici

Per spingere i soggetti privati a porre maggiore attenzione alle tematiche di genere un possibile strumento è quello di condizionare i finanziamenti pubblici ad un percorso di trasparenza nella "gender-policy" (forza lavoro complessiva, posizioni di vertice, retribuzioni ecc.) delle organizzazioni richiedenti.

Si tratta di un intervento pensato per la call europea "Europa Creativa" ma, di fatto, applicabile anche a moltissimi ambiti nazionali. In Italia, ad esempio, una misura di questo tipo è contenuta nella Legge Franceschini sull'audiovisivo (legge

n. 220/2016) mediante specifici incentivi ai produttori che mettono sotto contratto registe e autrici.

3. Più profili di donne professioniste e maggiore trasparenza nel recruiting

Spesso le aziende e le organizzazioni che assumono lamentano che non ci sono sufficienti professioniste donne. Come risposta negli ultimi anni si vanno moltiplicando i database con curricula di donne, talvolta anche certificati da banche d'affari, adeguate ad essere reclutate in posizioni di vertice: un esempio è il caso italiano di [100 esperte](#). È una strada valida e il cui effetto è amplificato quando sostenuta dalle istituzioni (come in Croazia, dove dal 2016 esiste un database digitale promosso dall'amministrazione pubblica).

Il complemento naturale ad una maggiore accessibilità a curricula di donne è una maggiore trasparenza nei processi di recruiting delle posizioni di alto profilo. Se, infatti, in molte occasioni, le organizzazioni dichiarassero con chiarezza il profilo e le competenze che richiedono per i ruoli apicali, l'accesso al vertice seguirebbe un percorso meno discriminatorio.

4. Positive Action

La "positive action", spesso implementata come modalità di accelerazione dei processi di riduzione delle diseguaglianze, è da molti ritenuta l'unica strada per invertire prassi stereotipate consolidate. Ad esempio, in Svezia, il Ministero della Cultura e della Democrazia promuove le candidature femminili qualora siano a parità di curriculum con quelle dei colleghi maschi. E in Italia si stanno sperimentando (Legge di Bilancio 2019) esoneri contributivi per tre anni per quelle società che mettano sotto contratto atlete donne, così da ridurre i gap nel professionismo sportivo.

Un esempio di "azione positiva" è quello delle quote. La legge Golfo-Mosca, operativa in Italia dal 2012 al 2019 (e rinnovata per decreto a fine 2019, per sei mandati), ha introdotto dei limiti di rappresentanza di entrambi i generi nei consigli d'amministrazione e nei collegi sindacali delle società quotate e delle società a controllo pubblico. L'intervento, in Italia, ha portato la quota di donne nei CDA dal 10% del 2012 al 23% del 2014 a circa il 35% del 2019.

Da segnalare, tra le iniziative "dal basso", la [Keychange Initiative](#) promossa dalla fondazione PRS (Regno Unito): spinge i festival di musica a porsi l'obiettivo di raggiungere l'equilibrio 50:50 entro il 2022. A fine 2018 l'impegno era già stato firmato e condiviso da 140 Festival internazionali. E ancora la Diversity in Action - ETC Code of Conduct for European Theatres che, coinvolgendo 40 membri e 20 paesi, definisce una serie di codici di condotta come, ad esempio, la parità salariale.

Interessante anche il caso del Museo di Baltimora, nel Maryland: avendo constatato che, della collezione di 95mila pezzi, solo il 4% sono a firma femminile, The Baltimore Museum ha previsto che, nel corso del 2020, verranno acquisite solo opere di artiste donne, per un valore di 2,5 milioni di dollari. Verranno inoltre riorganizzati gli spazi così da avere alcune stanze esclusivamente dedicate alla creatività femminile.

Una pratica sempre più in uso in molti settori delle ICC è, infine, quella dei premi dedicati alle professioniste donne. È un modo per spingere l'emersione di donne in contesti normalmente dominati da uomini, per promuovere autostima e inoltre favorire le reti al femminile.

5. Empowerment

Il processo di rottura del cosiddetto “tetto di vetro” - la scalata delle donne al vertice delle istituzioni - è rallentato anche dagli stereotipi con cui le donne valutano le proprie capacità, frutto di una cultura patriarcale e del vissuto culturale e sociale dello stesso universo femminile. Lo stereotipo agisce più facilmente nel “vuoto” generato dalla mancanza di strumenti e metodi di governance “gender-specific”, cioè propri alla cultura e al mondo dei valori del femminile: mancando una storia e una tradizione di leadership femminile, le donne che arrivano al vertice (o che stentano ad arrivarci) faticano a definire ed imporre modelli manageriali innovativi/alternativi ai tradizionali modelli maschili.

Per superare questa strettoia psicologica e culturale una delle modalità individuate e testate positivamente in molti contesti è quella del “mentoring”. Iniziano ad essere molte le donne arrivate al vertice che decidono di dedicare parte del proprio tempo a supportare altre donne, mediante corsi di formazione o reti associative, condividendo conoscenza e, soprattutto, strumenti, modelli, buone pratiche e politiche.

Tra le buone pratiche da segnalare la campagna di social media #8marzoalmuseo, lanciata nel 2017 dal Ministero dei Beni e delle Attività culturali in Italia, volta a promuovere il contributo delle donne artiste e The Glasgow Women’s Library in Scozia, che è assieme un archivio ma anche una piattaforma che offre servizi alle donne.

6. Fare rete

Strettamente collegato al tema dell’empowerment c’è quello del networking. Le donne faticano a sostenersi l’una con l’altra, a fare lobby agendo come fronte comune. Negli ultimi anni si sono moltiplicate, anche in Italia, le reti associative dedicate a fare pressione sulla politica e sull’amministrazione per influenzare positivamente le politiche pubbliche; mancano, però, ancora, reti effettive di mutuo sostegno. Spesso, banalmente, le donne rimangono fuori dai processi di assunzione perché nell’individuazione dei curricula si attivano legami consolidati di conoscenza e scambio tra maschi: in sintesi la percentuale maggioritaria di uomini al potere promuove candidature maschili e, anche quando sono le donne a decidere, non sempre hanno sotto mano nomi di candidate donne di cui si fidano.

Per promuovere azioni di rete le attività realizzate dalle associazioni del territorio sono molto rilevanti . Si segnalano in questo senso: the European Composer Songwriter Alliance (ECSA) Gender Equality Charter; il forum globale SheSaid.So il cui obiettivo è di supportare le professioniste nell’industria musicale; il programma britannico Tonic Theatre che promuove iniziative di rete mediante forme di mentoring e empowerment; la rete EWA per donne che operano nell’audiovisivo; il gruppo di artiste femministe Guerrilla Girls attivo da oltre 30 anni e #5WomenArtists, una campagna di social media lanciata a Washington dal National Museum of Women in Arts. In ambito architettura e design da citare, infine, le ReSITE conference, realizzate in varie città d’Europa , che promuovono occasioni di networking tra professioniste nel settore.

7. Una nuova narrativa

La costruzione di nuove narrative non stereotipate è sicuramente un punto cruciale di una ipotetica agenda pubblica, funzionale all’empowerment nonché, in un’ottica più allargata, all’abbattimento degli stereotipi nella società, fin dai primi anni di vita.

Oggi per fortuna c'è molta più attenzione all'immaginario della prima infanzia, assolutamente centrale per la promozione di processi di cambiamento sociale: cresce la consapevolezza dell'importanza di contrastare gli squilibri di genere nei primi anni di scuola e nel complesso dell'universo emotivo di bambini e bambine a partire dal comparto dei giochi, rompendo la dicotomia "bambole per femmine e soldatini e macchinine per maschi", così come introducendo e promuovendo favole in cui l'eroe non sia sempre e solo il principe azzurro.

In questa direzione tutti gli strumenti di comunicazione, in particolare i media di servizio pubblico, hanno una grande responsabilità, necessaria a contrastare la circolazione di contenuti ancora molto stereotipati e sono numerosi i casi di osservatori e strumenti di monitoraggio i cui risultati si spera possano svolgere una azione positiva negli indirizzi di policy pubblica come nelle strategie delle organizzazioni private.

Nella promozione di uno storytelling innovativo va segnalata la buona pratica dell'Associazione di Toponomastica femminile, una rete che, dal 2012, fa pressione sulle amministrazioni locali affinché i nomi delle strade ricordino senza discriminazioni anche le figure di donne che hanno avuto un peso nella storia (al momento sono solo il 5% del totale!) e, al contempo, costruisce competenze mediante progetti scolastici (che, ricordiamo, impattano anche l'immaginario maschile stimolando, fin dai primi anni, valori più coesivi).

8. Un migliore bilanciamento nei ruoli familiari e tra carriera e vita privata

La carriera, per moltissime donne, è "schiacciata" a monte per la cura dei figli e a valle per la cura dei genitori anziani. Si tratta di funzioni tradizionalmente attribuite alle donne e che le costringono a prolungate assenze dal lavoro o, comunque, a rinunciare a ruoli apicali poco compatibili con il numero di ore quotidiane da dedicare alla famiglia. Naturalmente negli ultimi anni le cose stanno progressivamente mutando ma una buona spinta in questa direzione viene dall'attribuzione agli uomini di un congedo parentale per occuparsi delle necessità familiari e, più in generale, da un migliore bilanciamento tra generi nella cura delle incombenze familiari.

In aumento sono, inoltre, gli interventi diretti ad aiutare le donne a rientrare nel mercato del lavoro abbandonato per la cura dei figli o di familiari malati, e le iniziative di supporto alle donne con figli.

È possibile anche immaginare che un domani, con gli sviluppi del telelavoro e dell'intelligenza artificiale, sia possibile promuovere scelte di lavoro compatibili con la volontà di mantenere spazio per attività extra-lavorative. Questo è un punto fondamentale perché è uno di quei casi in cui la battaglia per le "pari opportunità" diviene uno strumento di innovazione per tutta la società, una società più attenta ai bisogni collettivi, all'equilibrio, alla qualità della vita, al benessere.

Legato all'uscita dal mercato del lavoro ma, anche, a consolidati stereotipi di genere sull'invecchiamento, è infine il tema delle difficoltà delle donne più anziane a trovare un'occupazione. Critico nello star-system ma non solo, l'invecchiamento viene accettato negli uomini come sintomo di maturità e maggiore autorevolezza ma è spesso causa di scarsa considerazione delle candidature femminili. Funzionali interventi per combattere questo stereotipo, oltre alle misure già accennate che possano facilitare il rientro delle donne nel mercato del lavoro, anche la promozione di una narrativa alternativa.

9. Ripensare l'algoritmo

Ultimo ma decisivo tema è quello di ripensare a monte tutti i sistemi di gestione delle informazioni. Dati sulla salute, sull'educazione, sulle politiche pubbliche... Tutti i sistemi che regolano l'indicizzazione delle informazioni (e le conseguenti politiche) sono per lo più tarati sulla popolazione maschile, e questo sta avendo pericolosissimi effetti di accelerazione degli stereotipi di genere e avrà effetti nel tempo sempre più dirompenti (Perez C. C. 2020, Invisible Women: Data Bias in a World Designed for Men, Abrams Press).

Dalla Women in Big Data Conference tenutasi a Zurigo nel giugno 2019 è nato il movimento "Triple A: Affirmative Action for Algorithms" e la W@tt's declaration che punta l'accento su tre azioni chiave:

1. promuovere e adottare linee guida che stabiliscano accountability e trasparenza nel processo di definizione degli algoritmi, sia nel settore pubblico che privato;
2. includere una varietà intersezionale e un numero uguale di donne e uomini nella creazione, progettazione e codifica nel processo di definizione degli algoritmi;
3. impegnarsi nella cooperazione internazionale e in un approccio alla definizione degli algoritmi e all'apprendimento automatico che si fondi sui diritti (umani).

IL PROGETTO "RIFLESSIONI SUL GENERE, L'EQUITÀ, LA CULTURA E IL FUTURO CHE CI ATTENDE" IN SINTESI

Letture Lente/AgCult invita esperte/i ed operatrici/operatori che operano nei settori culturali e creativi a integrare/discutere la "Strategia in nove punti", funzionale a definire una nuova agenda di interventi/politiche culturali nazionali "di genere", e a rispondere al seguente interrogativo: in che modo un maggiore contributo delle donne (il pensiero innovativo delle donne) ai – e nei – settori culturali e creativi può aprire nuovi scenari di sviluppo sostenibile nel Paese?

Si richiede, ai contributori, la documentazione di fonti e/o buone pratiche ed evidenze a cui fare riferimento.

Per proporre un contributo (tra le 5.000 e le 10.000 battute, spazi inclusi), inviare una email corredata dal proprio curriculum vitae e da un abstract a: contributi@agcult.it

THE PROJECT "REFLECTIONS ON GENDER, EQUALITY, CULTURE AND THE FUTURE THAT AWAITS US" IN A NUTSHELL

Letture Lente/AgCult invites experts and practitioners active in the cultural and creative sectors to integrate/discuss the "Nine-point strategy" (i.e. 1. transparency in data; 2. gender policy; 3. transparency in recruiting processes; 4. positive action; 5. empowerment; 6. networking strategies; 7. a new storytelling; 8. a better balance between work and personal life; 9. who is in charge of the algorithm), which represents a functional tool in order to define a new national agenda for cultural initiatives/cultural policies to reduce gender gaps, and to respond to the following question: how can a greater contribution of women (and of the innovative thinking of women) to – and through – the cultural and creative sectors open up new scenarios for sustainable development in our country?

Contributors are required to provide a documentation of sources and/or good practices and evidence to refer to.

To propose a contribution (between 5,000 and 10,000 characters, spaces included), please send an email, accompanied by your curriculum vitae and an abstract to: contributi@agcult.it

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma
redazione@agcult.it