

La comunicazione istituzionale al femminile secondo uno studio commissionato dal Corecom

# Parlare di donne senza cadere nello stereotipo del "rosa"

di Anna Lia Sabelli Fioretti

► PERUGIA - Nei bandi, nella stesura delle norme, dei piani triennali, dei servizi, delle delibere, delle circolari interne, degli interventi, degli screening medici redatti dalle istituzioni si tiene in debito conto il principio delle pari opportunità? Viene utilizzato un linguaggio non discriminante ma inclusivo dei due generi? Partecipano le donne professioniste ai progetti di comunicazione? Le loro competenze vengono valorizzate? E in fatto di comunicazione il Corecom (Comitato Regionale per la Comunicazione), come suo dovere, svolge un'azione di vigilanza e di controllo a vasto raggio su materie come la tutela dei minori, il pluralismo politico-istituzionale-sociale, la pubblicità sui media e anche sulle politiche di genere.

Per questo ha realizzato un "tavolo tecnico" su "La comunicazione istituzionale al femminile. Per una comunicazione attenta al genere" intorno al quale si sono virtualmente seduti sei esperti: Giuseppina Bonerba, Giuseppina Pacilli, Marco Damiani, Piero Dominici, Paolo Mancini, Chiara Santilli, e i cui esiti sono stati presentati ieri a Palazzo Cesaroni nel corso di un incontro-dibattito molto partecipato.

"L'Umbria si distingue per la qualità e la quantità delle sue Campagne" ha precisato nell'introduzione Margherita Vagagnini del Corecom "per questo siamo andati a guardare dentro di esse, per vedere se in esse sono ancora presenti gli stereotipi di genere. Non per andare a fare le pulci a quello che fanno gli enti pubblici ma per migliorare il lavoro che viene fatto. Non per criticare ma per migliorare". E dal rapporto che diventerà il secondo volume della collana "I quaderni del Corecom" e forse presto entrerà a far parte di un'altra collana, "Generi, culture, sessualità" (Franco Angeli Editore) diretta dalla sociologa Elisabetta Ruspini dell'Università Bicocca di Milano, presente all'incontro, si evince che diverse cose da aggiustare in me-

glio ci sono. "Le istituzioni spesso si parlano addosso" ha precisato il professor Mancini "con linguaggi e modalità tecnici. La comunicazione viene realizzata nell'ottica della prospettiva dell'ente stesso. Non tiene conto di chi è indirizzato il bando. Non tiene conto della casalinga di Voghera. Prima va definito a chi si va a parlare. Ed ovviamente adeguarsi".

Secondo la Bonerba troppo spesso si finisce per cadere negli stereotipi più abusati, anche senza volerlo, come l'uso del rosa ogni volta in cui ci si rivolge alle donne. E ha incitato a comunicare utilizzando una grafica chiara in maniera che il messaggio possa essere individuato anche visivamente. La stessa Elisabetta Ruspini si è a lungo soffermata sugli stereotipi, spesso utilizzati a man bassa dai media, che mortificano la differenza di genere, sia si tratti di un uomo sia di una donna. "Anche se" ha aggiunto "nelle nuove generazioni molto sta cambiando. Ora tra le giovani ci sono grandi convergenze con l'altro sesso. Si va in cerca del lavoro migliore, si arriva alla

maternità in età più avanzata, si studia di più. Esistono nuovi femminismi che vanno studiati. Molto hanno contribuito le nuove tecnologie che non vanno demonizzate".

Elena Tiracorrendo, consigliere regionale di Parità, ha incitato a battersi perché dalla teoria si passi alla pratica, perché "le ricerche orientano il pensiero ma poi si deve passare alla fase operativa. Bisogna sedersi ai tavoli istituzionali e tradurre tutto quanto è stato individuato nella ricerca in fatti concreti".



Comunicazione Al tavolo gli esperti Giuseppina Bonerba e Paolo Mancini con la giornalista Anna Lia Sabelli Fioretti

