

Mantova

11 marzo 2018

Asimmetrie di genere nel mercato del lavoro: scenari, questioni e strategie

Barbara Poggio

Università di Trento



CentroStudi interdisciplinari **di genere**

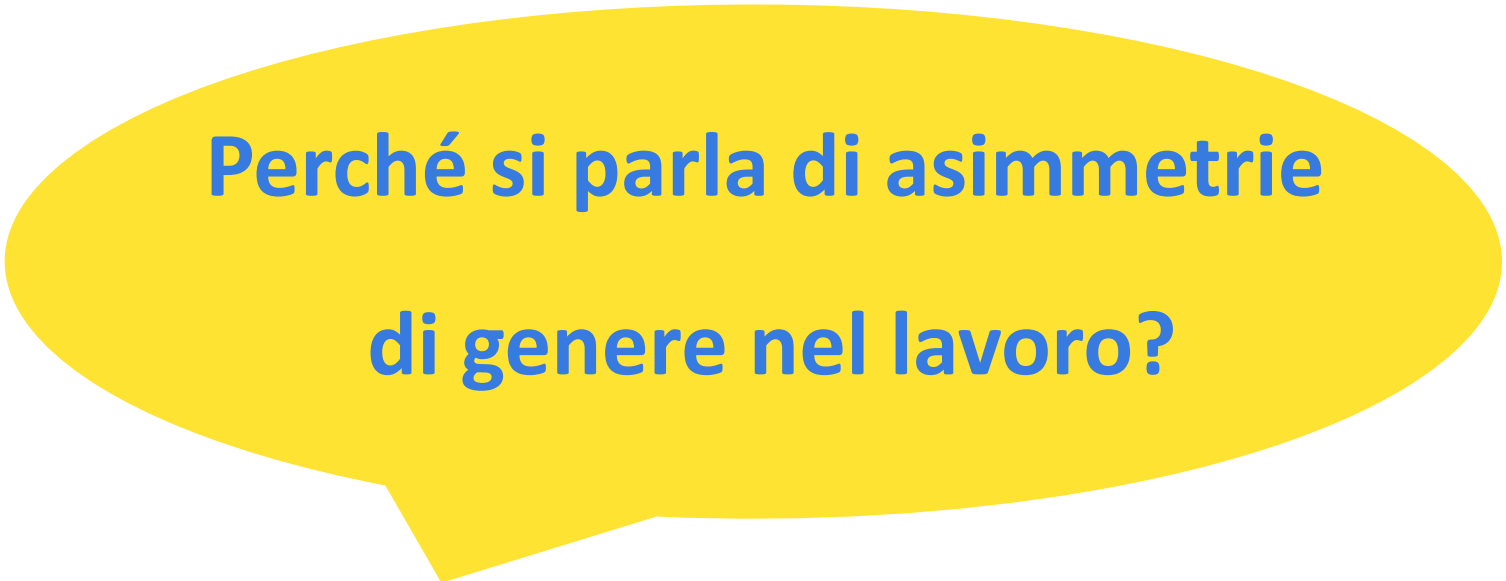
Il genere: una premessa



Il **genere** è una costruzione sociale, un modo di classificare le persone, definendo attitudini e attività sulla base di un corpo diversamente sessuato.

Il concetto di genere nasce per dare conto delle relazioni di **disparità di potere** tra donne e uomini nella società e problematizzare la loro naturalità. Focus sulle diseguaglianze più ancora che sulle differenze.





**Perché si parla di asimmetrie
di genere nel lavoro?**

Genere e mercato del lavoro: una rivoluzione incompleta

- Maggiore presenza delle donne nel mercato del lavoro
- Sorpasso scolarizzazione femminile



ma..

- Discriminazione in accesso
- Segregazione orizzontale (*sex typing*)
- Segregazione verticale (*glass ceiling*)
- Differenziali salariali
- Squilibri nel lavoro domestico e di cura
- Nuove forme di asimmetria (*digital divide*, precarietà..)



Alcuni dati

- ✓ Secondo il *Global gender gap report* l'Italia si colloca al **70° posto** (su 144) nel mondo rispetto alla parità; al 118° posto rispetto alla partecipazione al mercato del lavoro; al 126° posto rispetto al divario salariale.
- ✓ In Italia il **tasso di occupazione** femminile è pari al 49,4% (uomini: 68,5%), molto al di sotto della media EU (61,6%) in cui ricopre il penultimo posto.
- ✓ Le donne sono più spesso impiegate in lavori **part-time** (32,4% vs. 8,0% degli uomini). In misura più elevata che in altri paesi in forme di part-time **involontario** e lavori a termine.
- ✓ Quasi una donna su tre **lascia il lavoro** dopo un figlio.
- ✓ Le donne spendono oltre **300 minuti al giorno per lavoro non pagato**, rispetto ai 100 minuti degli uomini.

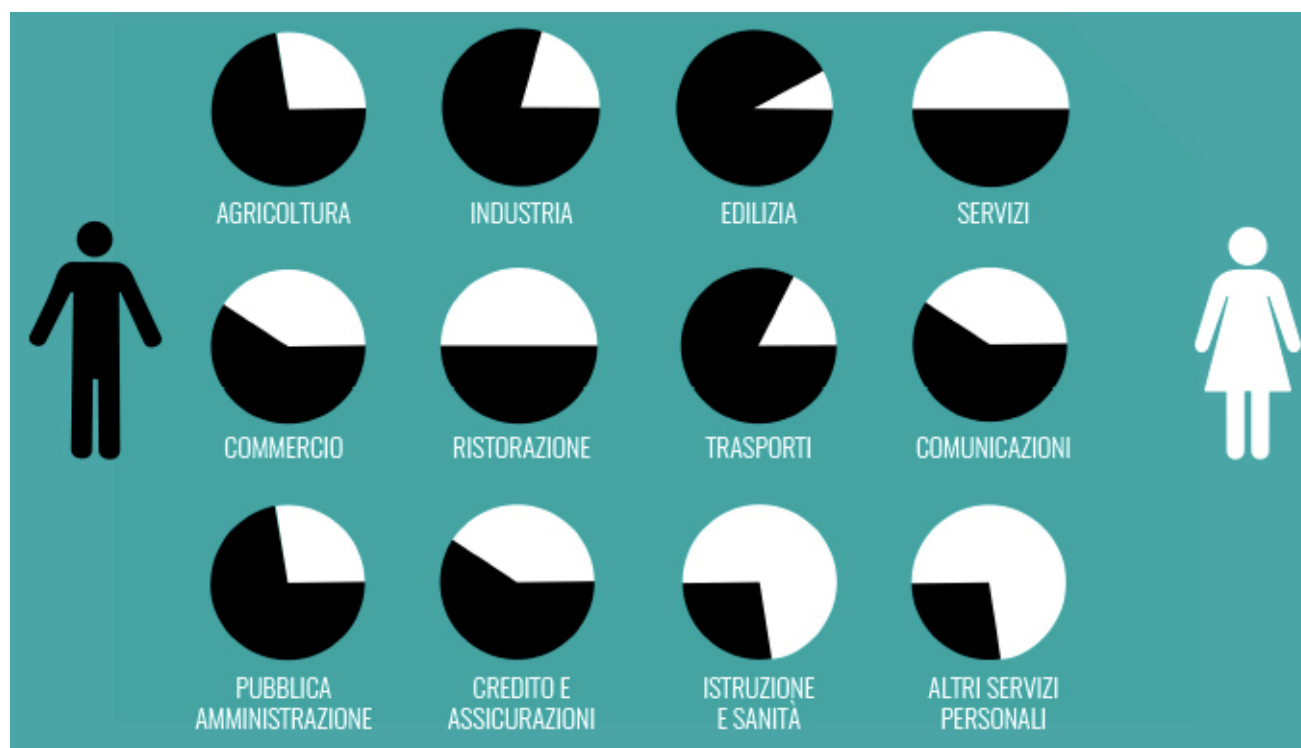
Discriminazioni in accesso



amazon



Segregazione orizzontale / sex typing



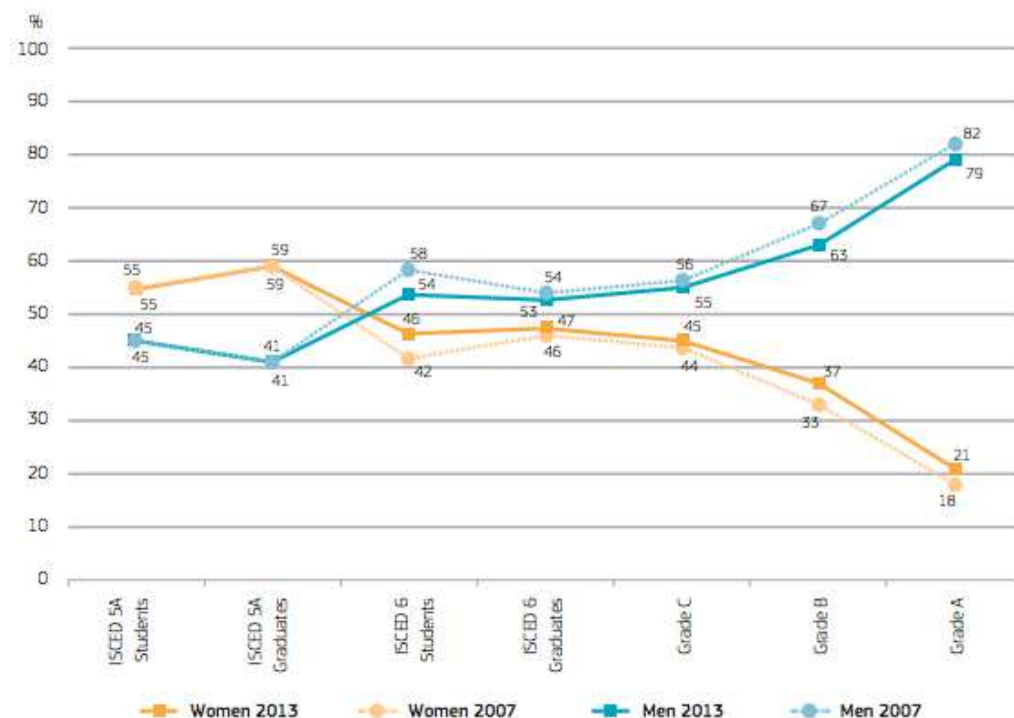
Segregazione verticale

Glass ceiling / sticky floor



Asimmetrie nei percorsi educativi e scientifici

Figure 6.1. Proportion of women and men in a typical academic career, students and academic staff, EU-28, 2007–2013



Notes: Reference years Eurostat data: 2007–2012; Reference years for Women in Science (WIS) data: 2007–2013; Exceptions to the reference years (WIS): AT: 2007–2011; BE (FR), LV, RO: 2010–2013; CY, PT: 2007–2012; DK, LU (Grade A and B, C not available): 2009–2013; ES, IE: 2008–2012; BE (FL), NL, FI: 2011–2013; PL, SK: 2012–2013; FR: 2012; HR: 2014; MT: 2015; EE: 2004 (She Figures 2012); LT: 2007 (She Figures 2012); UK: 2006 (She Figures 2012); Data unavailable for: (Eurostat) ISCED 5A Students: LU (2007); ISCED 5A Graduates: FR (2012), LU (2007); ISCED 6 Students: DE (2007), LU (2007); ISCED 6 Graduates: FR (2012), LU (2007).

Source: Women in Science database, DG Research and Innovation and Eurostat – Education Statistics (online data code: educ_grad5)



Gender Pay gap – Differenziali salariali



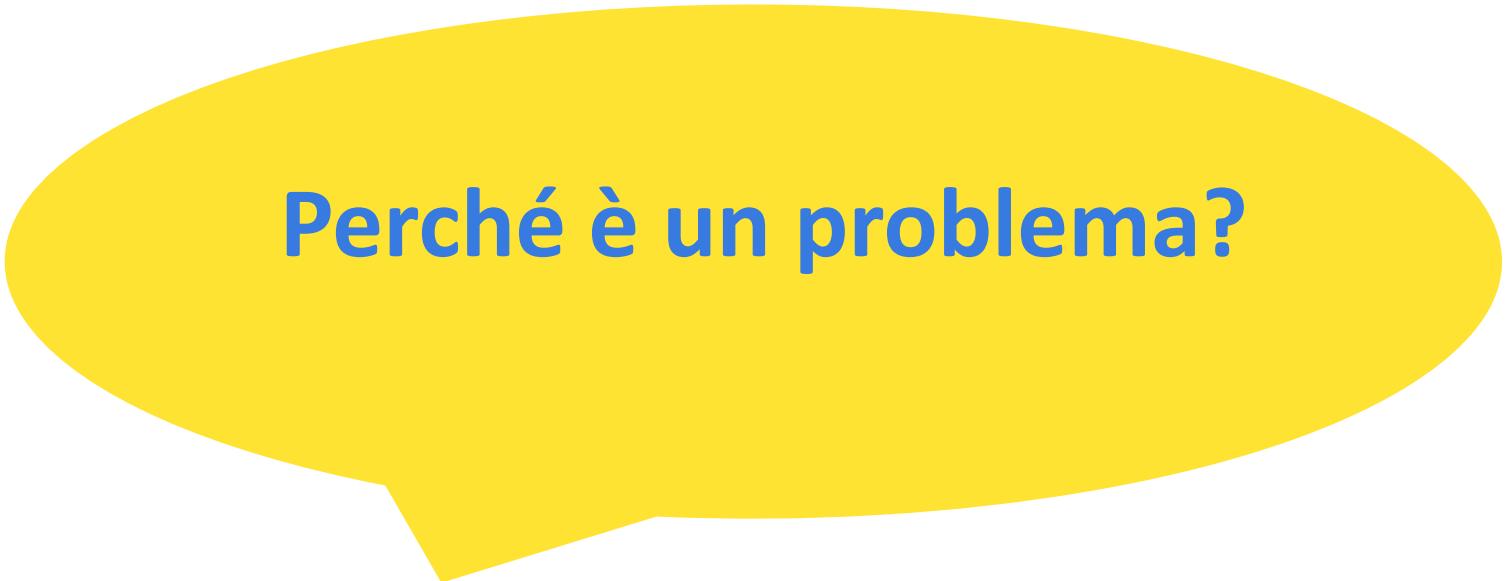
Nell'Unione europea le donne guadagnano in media il 16,2% in meno rispetto agli uomini. Facendo un calcolo su base annua, ne deriva che a partire dal 3 novembre le donne stanno (rispetto ai loro colleghi) lavorando gratis fino alla fine dell'anno.



Nuove forme di asimmetria

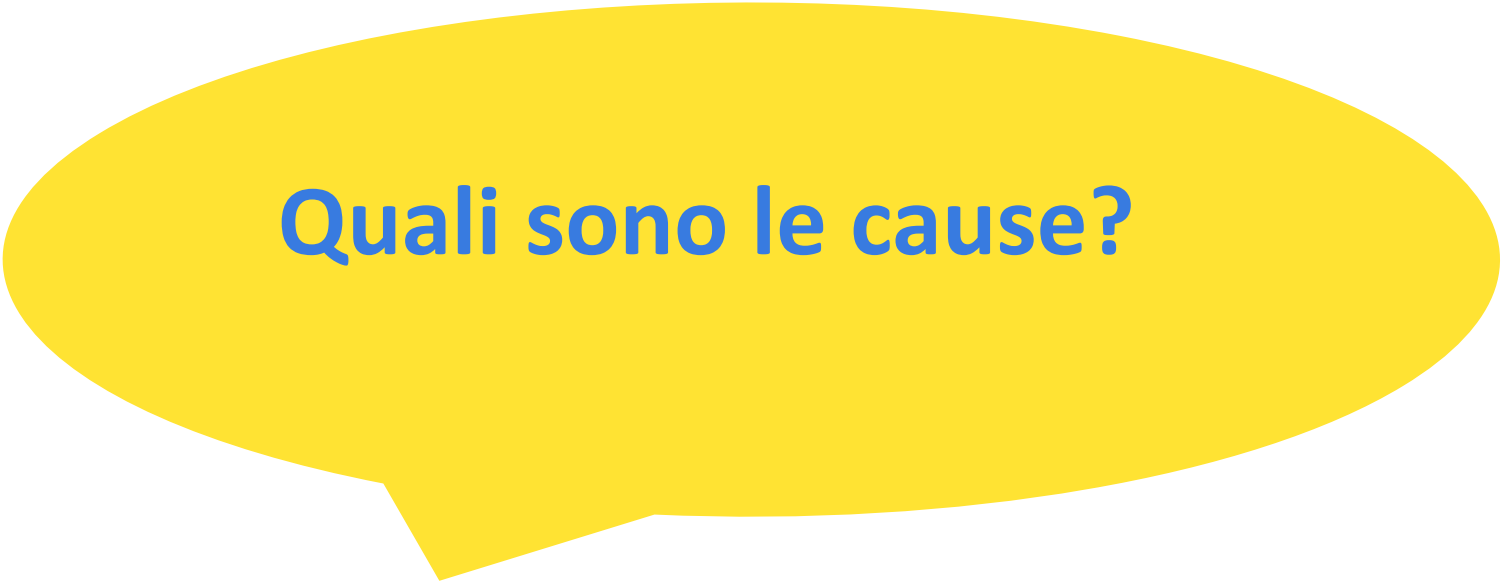
- ✓ Digital divide
- ✓ Precarietà e insicurezza





Perché è un problema?

- 
- ✓ Equità
 - ✓ Costi sociali
 - ✓ Innovazione e creatività
- 



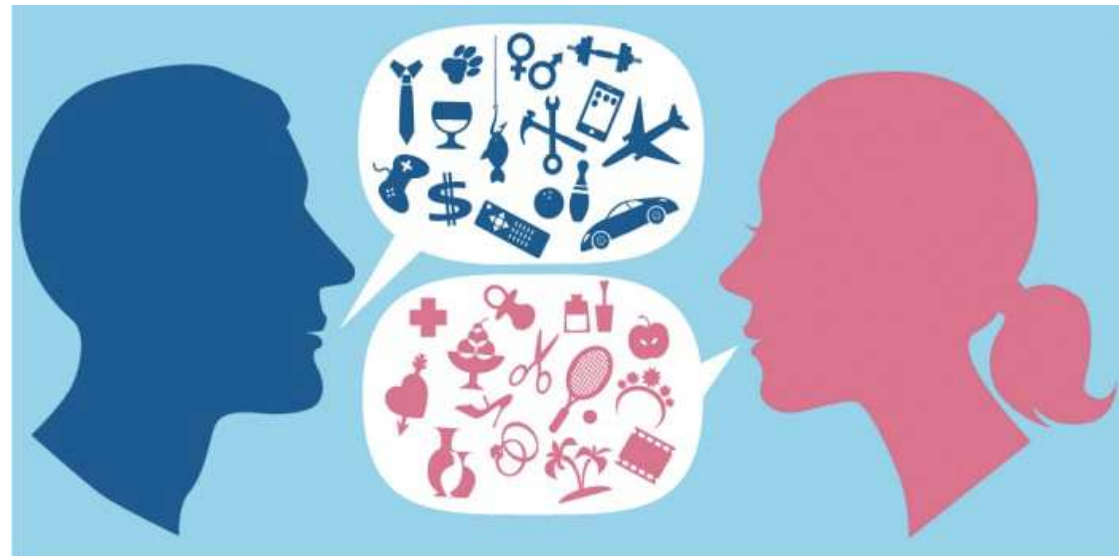
Quali sono le cause?

- 
- ✓ Differenze funzionali?
 - ✓ Barriere strutturali
 - ✓ Regioni culturali (socializzazione, culture organizzative)
- 

- ✓ Differenze funzionali?
- ✓ Barriere strutturali (sistemi welfare, divisione carichi)
- ✓ Ragioni culturali (socializzazione, culture organizzative) ←

Modelli di socializzazione

- ✓ Famiglia
- ✓ Scuola
- ✓ Giochi
- ✓ Gruppo dei pari
- ✓ Media
- ✓ Società



Le favole classiche

- figure femminili passive. Donne miti, che non prendono l'iniziativa, preoccupate soprattutto della propria bellezza, spesso incapaci e inette
- Le figure maschili sono invece per lo più attive, forti, coraggiose, leali e intelligenti.

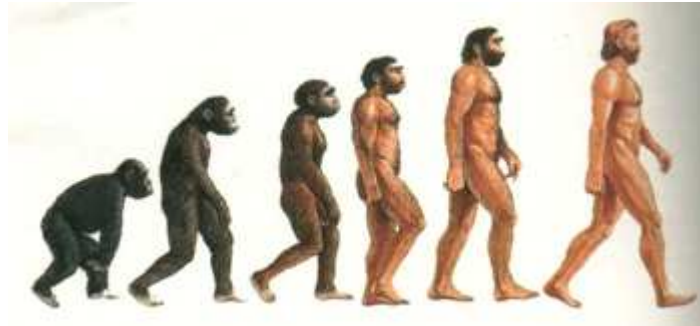
(Gianini Belotti 1973)



Nei giochi



A scuola



5 Risolvi i seguenti problemi.

a) È arrivata la bella stagione ed Elisa ha deciso di fare un po' di dieta per essere in forma.

Per pranzo può mangiare al massimo $\frac{1}{2}$ kg di cibo. Se oggi ha mangiato 40 g di pane, 80 g di pasta con 10 g di burro e 1,5 hg di prosciutto, quanti ettogrammi di frutta può ancora mangiare Elisa?

b) Al supermercato Tina compera e mette nel carrello della spesa 2 kg di pane, 500 g di pasta, 5 hg di burro, una scatola da 3 hg di tonno e 1,5 kg di mele. Quanti chilogrammi in tutto ci sono nel carrello di Tina?



A.57

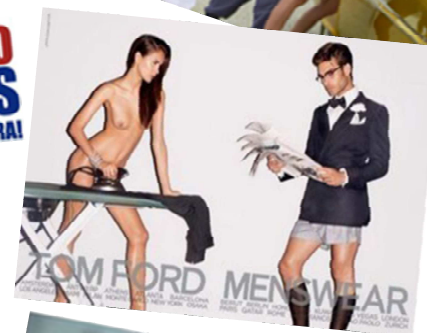
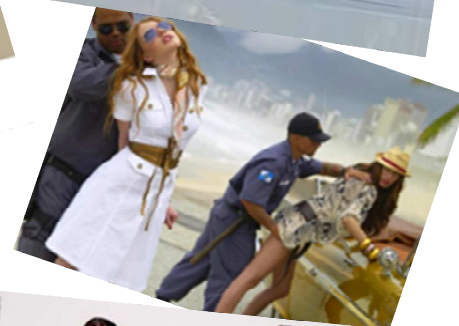
IL VERBO

1 Cancella il verbo che NON è adatto.

• La mamma	cucina.	stira.	-tramonta.
• Il sole	illumina.	gela.	sorge.
• Il cavallo	canta.	corre.	nitrisce.
• L'acqua	scorre.	lava.	dorme.
• Lo scoiattolo	vola.	salta.	rosicchia.
• Il papà	lavora.	legge.	gracida.

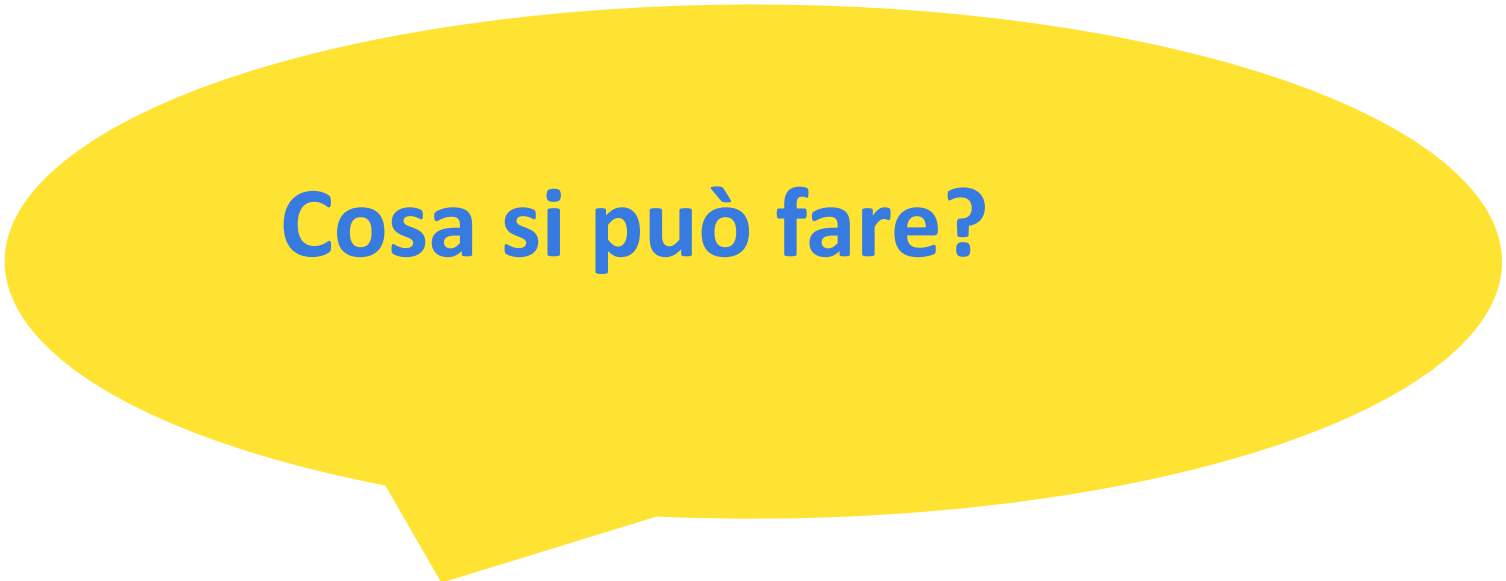
2 Inserisci un verbo

Nei media



Le culture organizzative

- ✓ Aspettative e attribuzione dei ruoli
- ✓ Visione della conciliazione (rivolta a chi? Con quali presupposti)
- ✓ Investimento rispetto a sviluppo professionale
- ✓ Linguaggio, immagini, barzellette, rappresentazioni



Cosa si può fare?

Strategie di intervento

- Nessun intervento, basta aspettare
- “Aggiustare” le donne (*fix the women*)
- Promuovere azioni positive (*quote, part-time..*)
- Enfatizzare le diversità
- Intervenire sui processi di socializzazione
- Cambiare pratiche e culture organizzative



Possibili strategie in prospettiva culturale

- **Iniziative educative e formative nei percorsi di crescita e modelli di socializzazione** – interventi nelle scuole e università: ragazze/i, insegnanti, genitori.
- **Formare** il man-agement e i decisori, mettendo in evidenza le **implicazioni delle politiche di genere** nel mercato del lavoro e alle organizzazioni (in termini di responsabilità sociale, benessere, efficienza..)
- Stimolare cambiamenti nei **modelli e delle pratiche organizzative** che generano asimmetrie (conciliazione, carriere, valutazione..)
- Intervenire **sulla dimensione simbolica** (linguaggio, immagini, barzellette, rappresentazioni..)
- Azioni di **sensibilizzazione e comunicazione** per scardinare le tradizionali attribuzioni di ruolo sia a livello organizzativo che sociale (es. paternità).



Attenzione:

- Importanza di analisi e monitoraggio
- Evitare di adottare in modo acritico e non situato gli strumenti più diffusi (es. part-time)
- Coinvolgere decisori e sindacato
- Evitare azioni rivolte in modo specifico alle donne
- Evitare l'alternativa tra conciliazione e carriera
- Attenzione a nuove forme di lavoro

