

Data Stampa 118 - Data Stampa 118

Data Stampa 118 - Data Stampa 118

LE DONNE Quell'invisibile motore di cambiamento

CINZIA ARENA

Studiano seriamente, si laureano prima e meglio. Ma per le donne il lavoro è un circolo vizioso, uno slalom tra ostacoli culturali, istituziona-

li e organizzativi: il quarto rapporto "Italia generativa" presentato ieri affronta la questione femminile in tutte le sue sfaccettature.

A pagina 4

Donne lavoratrici: da invisibili a generatrici del cambiamento

La cura familiare resta una questione femminile

39%

La percentuale di bambini iscritti all'asilo nido, in Francia è il 60%

1,3

milioni di donne imprenditrici, con un saldo positivo del 3% nell'ultimo anno

61,6%

La percentuale del lavoro di cura (tra figli e genitori anziani) a carico delle donne

IL RAPPORTO

Il centro di studi Arc promosso dall'università Cattolica propone un ribaltamento di prospettiva: non vanno "incluse" in un modello maschile che non funziona più, ma possono rivoluzionarlo

CINZIA ARENA

Sulla carta partono avvantaggiate: studiano seriamente, si laureano più velocemente e con voti migliori, anche nelle materie Stem. Ma la realtà è assai meno rosea: dall'accesso al mondo del lavoro alla pensione, passando per quello che ancora oggi rappresenta un pericoloso spartiacque, la maternità, hanno minori opportunità di carriera, retribuzioni più basse e l'ansia di dover dimostrare sempre qualcosa. Un circolo vizioso alimentato

da elementi culturali, istituzionali e organizzativi relega le donne in un secondo piano "sfocato". Uno svantaggio ampiamente conosciuto e dibattuto, l'Italia è storicamente in ultima fila per tasso e ancora di più per qualità dell'occupazione, ma che proprio per questo rischia di diventare una "normalità" a cui non si fa più caso. Il quarto rapporto "Italia generativa" presentato ieri a Roma realizzata dal Centre for the Anthropology of Religion and Generative Studies (ARC) dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, promosso da Fondazione Poetica in collaborazione con **Unioncamere**, affronta le sfaccettature della questione femminile, mettendo insieme dati e storie, e prova gettare il cuore oltre l'ostacolo. Cambiare si può e si deve per superare il modello economico basato solo sulla produttività e sostituirlo con uno incentrato sulla generatività. Che significa mettere al centro le persone, le relazioni e la famiglia. Andando ad incidere su quel tasso di natalità in costante calo.

Il lavoro di ricerca è stato introdotto da **Andrea Prete**, presidente di **Unioncamere**, pre-

sentato dai ricercatori Gianluca Truscello e Patrizia Cappelletti e approfondito da Mauro Magatti, economista e sociologo, presidente di Fondazione Poetica. Le conclusioni sono state affidate alla ministra per le Pari opportunità e la Famiglia Eugenia Maria Roccella. «Parlare della condizione femminile significa interrogarsi profondamente su quale modello di sviluppo desideriamo per noi, per il nostro Paese, per il suo futuro» ha sottolineato Magatti. «Il rapporto propone un cambio di prospettiva - ha aggiunto - : non si tratta di adattare le donne al sistema, ma cogliere questa occasione per trasformare il sistema, passando da un modello estrattivo centrato sulla produzione, a uno generativo, capace cioè di immaginare nuovi rapporti di senso tra lavoro, vita e cura».

La ministra Roccella ha messo l'accento sull'aumento dell'occupazione femminile degli ultimi anni, «abbiamo infranto per la prima volta il tetto di cristallo dei dieci milioni di donne occupate» ma ha riconosciuto che «c'è ancora molto da fare».

Il titolo scelto "La colonna invisibile" rappresenta bene una contraddizione evidente: le donne rappresentano un pilastro fondamentale della società ma la loro presenza viene data per scontata e finisce per diventare impercettibile. Non è una novità ma questo non vuol dire che ci si debba rassegnare.

«Sul tema ci sono tantissime informazioni ma spesso si assiste ad un iperspecialismo. Con questo rapporto abbiamo voluto dare uno sguardo d'insieme focalizzato anche sul fu-



turo. Nella prima sezione affrontiamo in otto capitali questo svantaggio attraverso 150 indicatori il confronto con l'Europa e le differenze territoriali. Nella seconda diamo voce direttamente alle donne - ha spiegato Patrizia Cappelletti a capo del gruppo di ricerca che ha realizzato il rapporto -. Quello che colpisce sono i meccanismi invisibili, di interiorizzazione dei modelli e dell'autosabotaggio. Le donne si adattano e rinunciano anche nella coppia, rimandano la maternità che viene considerata un evento critico e spesso escono dal mondo del lavoro. C'è poi un tema dell'impovertimento dei sistemi familiari per via dell'aumento della mobilità interna». Il rapporto affronta otto aree tematiche, dalla formazione alla qualità dell'occupazione, dalla natalità alla conciliazione, dalla salute alla violenza di genere, comparando i dati italiani con altri Paesi europei per allargare lo sguardo e riflettere su come potremmo essere. Ma prova anche ad andare oltre i numeri approfondendo le voci delle protagoniste. Quindici imprenditrici di successo che hanno conquistato posizioni apicali e 40 donne comuni che lavorano in Lombardia e in Sicilia, realtà geograficamente e professionalmente assai diverse.

Le donne oggi sono sempre più istruite: la quota di laureate è pari al 26% rispetto al 19% degli uomini e l'Italia è ai primi posti nella Ue per i profili Stem (39,5%). L'altra faccia della medaglia è l'elevato numero di ragazze Neet 16,6% (contro il 13,8% dei ragazzi) e il tasso di partecipazione al lavoro fermo al 57,4%, dato che ci re-

lega in fondo alla classifica Ue. Gli stipendi in media più bassi del 20%, con una segregazione settoriale negli ambiti dell'istruzione, dei servizi di cura e del commercio. Le imprese al femminile sono poco più di 1,3 milioni (il 22% del totale) con una forte componente giovanile. Gli stereotipi culturali restano forse l'ostacolo principale: influenzano le aspettative familiari e sociali, orientano le scelte. Il problema è che sono stati interiorizzati: la ricerca documenta come le donne tendano a sottovalutare le proprie competenze a sentirsi "in difetto". In questo ambito è essenziale il ruolo svolto dalle figure maschili, il padre e il partner, nel farle sentire capaci e legittimate a fare carriera.

Il lavoro fuori casa si è aggiunto a quello di cura familiare che è rimasto pressoché invariato negli anni. I dati confermano lo squilibrio nel ruolo di caregiver, dei figli ma sempre più spesso dei genitori, che ricade sulle donne. Non tutte le donne affrontano gli stessi problemi. Quelle che hanno studiato di più, provengono da un certo contesto culturale ed economico hanno maggiori possibilità di realizzare le loro ambizioni. Ma per quelle in condizioni più fragili lo svantaggio di genere si intreccia con quello di classe spingendole nella marginalità. Importante è anche l'impatto della dimensione geografica non solo lungo l'asse Nord-Sud ma anche tra le grandi città e i piccoli centri. La maternità rimane uno snodo critico. L'inverno demografico è sempre più gelido con appena 355mila neonati nel 2025. La nascita di un figlio vie-

ne considerata un accadimento spartiacque: costringe le donne a riposizionarsi e a decidere, si legge nel rapporto «cosa si vuole o cosa si può desiderare». La ricerca evidenzia che la rinuncia in ambito lavorativo inizia ben prima della nascita di un figlio. Si tratta di micro-decisioni apparentemente neutre e volontarie, che accumulate producono effetti macro: la rinuncia ad una trasferta, la richiesta di un part-time, il rifiuto di una promozione. Scelte fatte per favorire la carriera del partner. La sfida che il rapporto vuole lanciare è un ribaltamento di prospettiva: includere le donne in un sistema esistente, pensato e organizzato per gli uomini ma trasformarlo. Non si tratta di un costo o di una concessione. Migliorare la condizione delle donne significa ricostruire un equilibrio tra progetto personale e responsabilità collettiva, passare da un modello estrattivo che consuma le risorse a uno generativo. Un paese che non riesce a valorizzare la metà del proprio capitale umano non ha un problema femminile, ma un problema di sviluppo. Le disuguaglianze di genere non sono una struttura del passato destinata a dissolversi naturalmente ma vanno eliminate adottando una serie di correttivi. Agendo su tre aree di intervento: culturale (lotta agli stereotipi, modelli femminili di successo), organizzativi (modelli di lavoro flessibili, congedi di paternità, adozione dell'Ia in modo responsabile) e istituzionale con il potenziamento dei servizi all'infanzia e delle misure per l'imprenditoria femminile (accesso al credito).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA STORIA

Aurora Maggio e il pregiudizio classico: «Lavorate insieme?»

«La cosa che mi colpisce di più è che tutti, donne comprese, mi chiedono se lavoriamo insieme». Aurora Maggio è fondatrice e Ceo di una startup, ha un ottimo curriculum (accademico e professionale), una bella dose di grinta e determinazione. Ma anche lei fa i conti, in maniera quasi "obbligatoria" come se fosse il prezzo da pagare per il successo, con il pregiudizio. Che considera le donne imprenditrici sempre mogli o figlie di qualcun altro più capace. «Il contrario non accade mai, cioè nessuno chiede al mio fidanzato, che è ricercatore in università, se lavoriamo insieme. Si tratta di una domanda a senso unico» spiega. Per fortuna nel suo caso il sostegno dalla parte del partner e del padre, che come emerge dal rapporto Italia generativa è una delle condizioni necessarie affinché le donne non facciano scelte al ribasso, è stato totale. «Mio padre mi ha incoraggiato in tutti i modi, mi ha sempre detto che avrei potuto fare qualsiasi cosa e lo stesso incoraggiamento arriva oggi dal mio compagno». Aurora è una delle 15 imprenditrici che nel rapporto raccontano com'è oggi essere donna in un mon-

do ancora declinato al maschile, pieno di ostacoli da superare come se gli esami non finissero mai. Salentina di nascita, classe 1996, si è laureata al Politecnico di Milano e si è specializzata in architettura parametrica e computazionale. Inserita tra i profili under30 di rilievo da Forbes è cofondatrice di ZEF.AI che permette alle aziende di automatizzare l'analisi di tutte le conversazioni avute con i clienti grazie all'Intelligenza artificiale. «Il nostro impegno è quello di strutturare i dati trasformando le richieste in qualcosa di misurabile con l'obiettivo di migliorare il rapporto con i clienti, ci rivolgiamo so-

prattutto all'ambito consumer» spiega. All'università ha imparato a collaborare con i compagni di corso, una skill indispensabile per un imprenditore. In aula la differenza tra studentesse e studenti non esisteva, si parlava e camminava alla pari. Dopo alcune esperienze lavorative e una prima startup la decisione con quattro soci, tutti uomini, di creare ZEF.AI. Il percorso di raccolta dei fondi, avviato nel 2023, non è stato facile per una questione anagrafica ma non solo. «Nel momento in cui ho iniziato a fare fundraising in Italia le opportunità erano poche, ma anche a livello europeo nonostante io fossi in-

dicata come Ceo e avessi molti più follower erano i miei colleghi ad essere contattati e a dover poi reindirizzare le richieste a me. Da parte loro c'è stato pieno sostegno. Nella nostra azienda sono del tutto pari, eppure differente nel modo di affrontare i problemi». Per migliorare la condizione delle donne imprenditrici, che sono in tante va detto e spesso giovanissime, la prima cosa da fare per Aurora è creare una rete di sostegno. Lei lo ha ricevuto da parte delle colleghe più adulte. «Questa cosa del supporto reciproco tra imprenditori esiste ed è essenziale» sottolinea. Ancora più delicata la questione culturale e psicologica che di fatto è il vero ostacolo da superare, una sorta di limitazione che arriva dall'esterno ma che rischia di venire interiorizzata, producendo un corto-circuito. «Nella mia esperienza ho visto che le donne non fanno applicazione per ruoli senior se non hanno tutti i requisiti richiesti, gli uomini invece ci proviamo comunque. Diciamo che le donne non si sanno vendere e questa è ancora una realtà».

Cinzia Arena
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Ceo e fondatrice di una startup di Intelligenza Artificiale si è scontrata con una visione che relega le donne imprenditrici ad un ruolo di secondo piano