

# IL SESSO? NON È UNICO

di Dario La Rosa

LAVORO, RETRIBUZIONI E FORMAZIONE: LE PARI OPPORTUNITÀ IN SICILIA SONO ANCORA UN OBIETTIVO DA RAGGIUNGERE. E ARCIDONNA VARA UNA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER L'EQUILIBRIO NEL MONDO DEL LAVORO

Sono foto in cui il mondo è ribaltato, immagini in cui ci si aspetterebbe un volto diverso e invece no: nell'officina del meccanico o a tirare con forza le reti dopo la battuta di pesca ci sono delle donne, donne che invece mancano in azioni quotidiane cui siamo culturalmente abituati a vederle. Mancano nel ruolo di educatrici a fianco dei figli o a tavola per servire il pranzo. Perché? Perché non bisogna pensare a sesso unico. Già, proprio contro le discriminazioni di gene-

cento, il doppio di quella che si riscontra sul suolo nazionale (13,5). E, per concludere, non mancano differenze sul fronte della stabilità: ad un anno dalla laurea gli uomini con un contratto di lavoro a tempo indeterminato sono il 54,5 per cento contro il 40,7 delle donne.

«Il problema - racconta Valeria Ajovalasit, presidente nazionale di Arcidonna, durante la presentazione del progetto a Palermo - è che in Sicilia continua a prevalere un'orien-

Ungheria, si propone di istituire "Infopoint" dentro alcune imprese siciliane per fornire informazioni e consulenza sugli strumenti legislativi, di parità, di conciliazione, di previdenza, di gestione della maternità e della paternità; di attivare sportelli di orientamento al lavoro nelle Università siciliane e di individuare, insieme a Confindustria e sindacati, alcune aziende pilota per la sperimentazione delle cosiddette "buone pratiche", ossia misure concrete assunte nella contrattazione

IL LAVORO NOBILITA  
 LA DONNA

**NON PENSARE A SESSO UNICO!**

CAMPAGNA CONTRO OGNI STEREOTIPO DI GENERE



Foto © Michele Silvestro e Mai-Britt Idstrom

per un migliore accesso al mondo del lavoro e della formazione al femminile, Arcidonna ha avviato una campagna dal forte impatto simbolico proprio dal titolo: "Non pensare a sesso unico". E le foto, dal forte impatto emotivo, di Michele Silvestro e Mai-Britt Idstrom sono solo una delle misure di questa campagna nata per contrastare il divario tra uomini e donne. In Sicilia i dati parlano chiaro e, purtroppo, in negativo: ad un anno dal conseguimento del titolo accademico solo il 35 per cento delle donne laureate in Sicilia ha un'occupazione, contro il 42,2 per cento dei maschi laureati nei tre principali atenei dell'Isola (Palermo, Catania e Messina). Pesante anche il divario registrato sul fronte delle retribuzioni. I dati raccolti da AlmaLaurea dicono che la media degli stipendi delle laureate occupate è di 848,5 euro netti mensili contro i 1.172 euro netti mensili dei maschi. Una differenza del 27,5 per

tamento culturale secondo cui il lavoro è per le donne una scelta di second best. Per questo, ci è sembrato opportuno realizzare una campagna di comunicazione integrata per combattere gli stereotipi di genere, per scardinare quei processi che stanno alla base della riproduzione sociale delle discriminazioni. Il motto "Non pensare a sesso unico" sarà il filo conduttore ideale del nostro progetto, "Laboratorio di Pari Opportunità: pratiche per il superamento degli stereotipi". Un'iniziativa che coinvolge l'università, le scuole, i sindacati e le imprese. Ossia quelle istituzioni sui cui è necessario agire per realizzare una reale democrazia paritaria». Il progetto, finanziato dal programma Equal II Fase, in partnership con la Cgil Sicilia, l'Università di Palermo, Self (Società di esperte nei linguaggi della formazione) e con il partner transnazionale "Inspiral"

e nelle prassi aziendali per tutelare le donne sul posto di lavoro, sotto il profilo del divario retributivo, della progressione di carriera e della conciliazione tempi di vita e lavoro. Belle parole ma anche tanta concretezza, dimostrata dal fatto che le "misure" sono già in itinere in alcune aziende dell'Isola: St Microelectronics, Petrochimico di Gela, call center Alicos, Ospedale Cannizzaro di Catania, il S Antonio Abate di Trapani e la Coop 25 Aprile di Palermo. In più saranno messi in commercio prodotti con il logo della campagna: biciclette Lombardo, azienda di Buseto Palizzolo che lavora con una percentuale di donne del 40%, e olii Barbera. Proprio per questa concretezza, dunque, l'iniziativa di Arcidonna ha raccolto adesioni bipartisan: da Anna Finocchiaro all'ex ministro Stefania Prestigiacomo, insieme con un obiettivo comune: il sesso non pensato a senso unico.