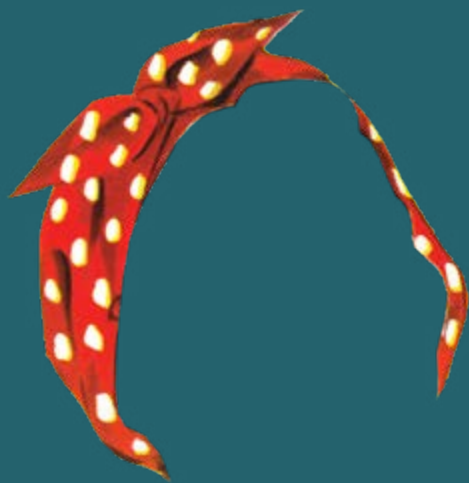


EM POW *h*ER.



Una prospettiva di genere
sul Commercio Equo e Solidale

“We shall overcome, some day / We are not afraid, today”

Da una canzone intonata da Ruth Salditos

“Non so se riuscirò a tornare in Italia: sono troppo rumorosa”. Parlava così, lo scorso ottobre a Verona in occasione dell’Altromercato Campus 2018, Ruth Fe Salditos, produttrice del “Panay Fair Trade Center” (Pftc), organizzazione filippina di Commercio Equo e Solidale con sede nell’omonima isola situata 500 chilometri a sud di Manila. Pftc è un’organizzazione che sta subendo da diversi anni gravi minacce e attentati per il suo impegno in difesa dei diritti umani, e delle donne in particolare (ne scriviamo all’inizio del capitolo “Storie di donne eque”). Insieme, donne e uomini, dobbiamo unirci nel fare più rumore, per rompere il silenzio che circonda le discriminazioni di genere. Il libretto che avete tra le mani è uno strumento per farlo: pagine che speriamo aiutino ad aumentare la consapevolezza e le competenze professionali sulla parità di genere delle operatrici e delle volontarie del Commercio Equo e Solidale, e più in generale della comunità a cui il mondo equosolidale si rivolge, a partire dai più giovani. Riteniamo, infatti, che si tratti di un tema non

più trascurabile nel processo di trasformazione virtuosa delle comunità in cui viviamo e a cui si rivolgono le proposte e le attività del Commercio Equo.

Questa breve pubblicazione nasce proprio dal percorso fatto da un gruppo di formatrici delle organizzazioni partner della rete Veneto Equo sui temi delle pari opportunità, della violenza sulle donne e dell’empowerment femminile nelle organizzazioni del Commercio Equo e Solidale del mondo.

È necessario agire subito: ancora oggi la condizione femminile è segnata da profondi squilibri, disparità e discriminazioni (come raccontiamo nelle prossime pagine) che lasciano le donne in una condizione di marginalità e negano i loro diritti fondamentali e l’opportunità di condurre una vita dignitosa. Da sempre le organizzazioni di Commercio Equo e Solidale hanno scelto di mettere le persone al centro del mercato e le donne sono le loro interlocutrici principali: le protagoniste di un cambiamento

socio-economico positivo e attento a tutelare la Madre Terra. Non dobbiamo avere paura nell'affermarlo e nel mettere in pratica questo protagonismo femminile.

“Non abbiamo paura oggi”, come canta Ruth: “mano nella mano”, un giorno, supereremo ogni ostacolo alla piena applicazione dei diritti umani e delle donne.

Dicembre 2018

La rete Veneto Equo





*In cammino
per la parità
di genere*





*In cammino
per la parità
di genere*

100 anni per colmare il "gender gap"

Sahle-Work Zewde (1950), esperta diplomatica delle Nazioni Unite, passerà alla storia come prima presidente donna dell’Etiopia, e l’unica del continente africano mentre scriviamo queste righe nell’autunno 2018. È stata nominata all’unanimità dal parlamento di Addis Abeba il 25 ottobre 2018, una settimana dopo la riorganizzazione del Governo del paese, che ha assegnato alle donne la metà dei ministeri. “In una società patriarcale come la nostra, la nomina di un capo di Stato donna non solo definisce uno standard per il futuro, ma normalizza anche le donne come responsabili delle decisioni nella vita pubblica”, ha commentato il primo ministro etiope, Abiy Ahmed, che con i suoi 42 anni è oggi il più giovane leader politico africano.

Ma fino a quando la nomina di una presidente donna sarà una notizia così straordinaria? Quanto è ancora lontana la parità di genere nel mondo?

Un indicatore utile a capirlo è il “Global Gender Gap Index”, curato dal Forum Economico Mondiale (weforum.org): classifica i paesi in

base alla parità di genere nell’accesso alle risorse (indipendentemente dal loro livello complessivo). L’indice è calcolato sulla base di quattro pilastri:

- il livello di istruzione;
- la salute e la sopravvivenza;
- la partecipazione economica e l’accesso alle opportunità;
- l’emancipazione politica.

Il 2017 è stato “un brutto anno in un buon decennio”, si legge nel Global Gender Gap Report 2017 (reports.weforum.org). Per la prima volta dal 2006, infatti, è aumentato il divario nella parità nell’accesso a salute, istruzione, politica e lavoro. “Il 68% del divario tra i sessi nel mondo è stato colmato (con un leggero peggioramento rispetto al 2016, ndr) ma c’è stata un’inversione dovuta soprattutto a un calo nella parità di genere nell’ambito del lavoro e della rappresentanza politica”, si legge.

Secondo il report, con l’attuale ritmo di progresso, il divario globale di genere richiederà 100 anni per essere colmato (erano 83 nel 2016).

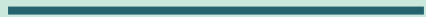
Ma il divario riguardante il lavoro sarà azzerato solo tra 217 anni. “Dall’era del capitalismo stiamo entrando nell’era del ‘talentismo’”, ha detto Klaus Schwab, presidente del Forum Economico Mondiale, per sottolineare come “la competitività aziendale sarà decisa dalla capacità d’innovazione di un paese e dal coinvolgimento delle donne come talento fondamentale nel gruppo di lavoro di un’azienda”.

L’Etiopia di Sahle-Work Zewde è al 115esimo posto nel Global Gender Gap Index, su 144 paesi del mondo (l’ultimo in classifica è lo Yemen). L’Islanda è il primo paese nella classifica 2017 dell’indice: da nove anni è il paese più paritario al mondo. Norvegia e Finlandia seguono al secondo e terzo posto, ma con un divario che si allarga dal 2016 rispetto al primo. Il Ruanda è quarto in classifica: è il paese con la percentuale più alta al mondo di parlamentari donne (il 61%). Segue, al quinto posto, la Svezia; quindi Nicaragua, Slovenia, Irlanda, Nuova Zelanda e Filippine a chiudere la top ten.

L’Europa occidentale rimane la Regione con i migliori risultati e un divario di genere medio del 25%. Dei cinque paesi più importanti dell’indice, quattro sono paesi nordici; in coda nella classifica europea, invece, troviamo la Grecia (78), l’Italia (82), Cipro (92) e Malta (93).

Il report dedica un approfondimento al rapporto tra la parità di genere

e il reddito nazionale lordo, “con un numero crescente di studi che suggeriscono fortemente che la parità di genere può diventare un motore chiave della prosperità e della crescita del reddito nazionale”, si legge. In altre parole, garantire il fiorire dei talenti femminili “ha un’influenza positiva sulla crescita, la competitività e la preparazione ad affrontare il futuro dell’economia mondiale”. Una varietà di modelli e studi empirici, infatti, suggeriscono che - oltre al tema fondamentale della tutela dei diritti delle donne - la parità di genere può portare anche a una crescita economica. È la stessa direzione verso cui cammina il movimento globale del Commercio Equo e Solidale.



*In cammino
per la parità
di genere*

L'empowerment delle donne

Il concetto di “empowerment” è “essenziale per l’uguaglianza” secondo la rete francese “Mouvement equitable” (mouvement-equitable.org), che ha ripreso il dossier “Inégalités hommes-femmes”, curato nel 2016 da Oxfam (oxfam.org). Può sembrare un po’ difficile avvicinarsi a un concetto inglese intraducibile in altre lingue (sostegno?, emancipazione?, autonomia?), ma lo è meno se si parte dalla condivisione di quattro principi che sostengono l’empowerment delle donne:

- le condizioni economiche, che comprendono i mezzi di accesso e controllo delle risorse materiali e umane - come il reddito, l’accesso alla terra, l’assistenza sanitaria o l’istruzione;
- le conoscenze, ovvero il sapere e le competenze pratiche e intellettuali - come l’alfabetizzazione o lo sviluppo della capacità di analisi critica;
- la volontà, legata alla forza psicologica e alla fiducia in sé stesse;
- il potere, inteso come la possibilità di prendere decisioni in libertà e di riposizionarsi nelle

relazioni - come nel caso di una negoziazione della divisione dei compiti in una coppia o l’influenza all’interno di una comunità.

Anche la World Fair Trade Organization sostiene l’empowerment femminile come “fattore fondamentale per la crescita economica e un prerequisito verso il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)”. L’aumento della partecipazione femminile alla forza lavoro, infatti, accelera lo sviluppo economico.

In Europa, nonostante l’aumento della partecipazione delle donne al mercato del lavoro, restano grandi differenze nella retribuzione. “Il divario retributivo di genere varia notevolmente tra i paesi membri dell’Unione Europea, ma il reddito orario lordo delle donne è in media del 16,3% inferiore a quello degli uomini”, scrive la rete europea della World Fair Trade Organization. E oltre il 25% delle donne dell’Ue riferisce di occuparsi di assistenza e di altre responsabilità familiari e personali. Gli uomini che se ne

occupano solo il 3%. Così, le donne continuano a guadagnare stipendi e pensioni più bassi, a essere sottorappresentate nei ruoli decisionali e a svolgere la gran parte del lavoro domestico non retribuito. Il movimento del Commercio Equo e Solidale responsabilizza le comunità e crea strumenti utili affinché le donne possano riconquistare

la loro indipendenza finanziaria e decisionale. Secondo Wfto, il raggiungimento della parità richiede un approccio orientato al genere nell'elaborazione delle politiche pubbliche e un impegno a lungo termine delle imprese nell'affrontare la questione del lavoro, valorizzando le pratiche del Commercio Equo e Solidale.



WFTO: IL PRINCIPIO DELLA PARITÀ

“Impegno per la non discriminazione, l'uguaglianza di genere, l'emancipazione economica delle donne e la libertà di associazione”: è il sesto principio su cui si basa la World Fair Trade Organization. Lo riportiamo di seguito.

“Wfto non discrimina in termini di assunzione, retribuzione, accesso alla formazione, promozione, licenziamento o pensionamento sulla base di razza, casta, origine nazionale, religione, disabilità, sesso, orientamento sessuale, appartenenza sindacale, appartenenza politica, stato di salute o età.

Wfto ha una politica e un piano chiaro per promuovere l'uguaglianza di genere, assicurando che le donne e gli uomini abbiano la capacità di accedere alle risorse di cui hanno bisogno per essere produttivi e anche la capacità di influenzare l'ambiente politico, normativo e istituzionale più ampio che modella la loro vita.

Le costituzioni e gli statuti dell'organizzazione sostengono le donne nel diventare membri attivi dell'organizzazione a pieno titolo e di assumere posizioni di leadership nella struttura di governance, indipendentemente dalla condizione delle donne in relazione alla proprietà di beni come la terra.

Se le donne sono impiegate all'interno dell'organizzazione, anche se si tratta di una situazione lavorativa informale, esse ricevono la stessa retribuzione degli uomini per lo stesso lavoro.

Wfto riconosce i pieni diritti delle donne in materia di occupazione e s'impegna a garantire che le donne ricevano le indennità di lavoro previste dalla legge. L'organizzazione tiene conto delle particolari esigenze di salute e sicurezza delle donne incinte e delle madri che allattano.”



*In cammino
per la parità
di genere*

La via femminile dello sviluppo sostenibile

“Le donne e le ragazze sono la metà della popolazione mondiale e, di conseguenza, detengono la metà del potenziale umano globale. Quando la loro vita migliora, ne beneficia tutta la società”. Inizia così il report di UN Women sulla parità di genere negli “Obiettivi di sviluppo sostenibile” (“Why gender equality matters across all SDGs”, 2018, unwomen.org).

Dei 17 “Obiettivi di sviluppo sostenibile” (SDGs, sustainabledevelopment.un.org) adottati nel 2015 dai membri delle Nazioni Unite per invertire, entro il 2030, la rotta insostenibile dell’attuale modello di sviluppo globale sul piano ambientale, ma anche economico e sociale, il quinto obiettivo è dedicato proprio a “raggiungere la parità di genere e l’empowerment di tutte le donne e le ragazze”.

Secondo UN Women per raggiungere questo traguardo servono “cambiamenti trasformativi, approcci integrati e soluzioni innovative” per rimuovere le barriere strutturali e garantire che nessuna donna e nessuna ragazza sia lasciata indietro. Sulla base della situazione

attuale, infatti, gli interventi esistenti non basteranno per raggiungere la parità entro il 2030.

“L’innovazione e la tecnologia offrono opportunità senza precedenti, ma le tendenze indicano un crescente divario digitale di genere e le donne sono sottorappresentate nel campo delle scienze, della tecnologia, dell’ingegneria, della matematica e del design - sottolinea UN Women - È tuttavia fondamentale che le idee e le esperienze delle donne influenzino allo stesso modo la progettazione e l’implementazione delle innovazioni che modelleranno la società del futuro”.

Ma quello della parità di genere è un filo rosso che lega tutti gli “Obiettivi di sviluppo sostenibile” e un punto indispensabile per raggiungere tutti gli altri obiettivi, come si legge nel report di UN Women. L’accesso a un lavoro dignitoso e un reddito regolare per le donne, ad esempio, contribuiscono non solo a ridurre la povertà, ma anche a migliorare l’istruzione, la salute e l’alimentazione delle donne e delle ragazze e anche di chi dipende da loro. L’eliminazione di tutte le forme di violenza con-

tro le donne (come raccontiamo nel box) è fondamentale anche per garantire una vita sana e il benessere di persone di tutte le età. Le donne vittime di violenza sessuale o fisica, infatti, sono 1,5 volte più esposte al rischio di contrarre l'HIV e hanno quasi il doppio delle probabilità di soffrire di depressione e dipendenze, con gravi conseguenze sulla salute loro e dei loro figli.

Tuttavia, i progressi sono ancora lenti e disomogenei. "In alcuni settori, come l'accesso delle ragazze all'istruzione, il miglioramento è globale, ma insufficiente", si legge. "In settori quali la partecipazione alla forza lavoro, l'innovazione e la creazione di conoscenza, permangono notevoli divari di genere e i progressi sono stati minimi". La mortalità materna è ancora troppo alta e, sebbene siano stati fatti passi avanti nell'eliminazione della pratica delle mutilazioni genitali femminili, non si riesce comunque a stare al passo della crescita della popolazione: il risultato è che il numero di giovani che subiscono le mutilazioni aumenterà nei prossimi 15 anni.

"In tutti i paesi le donne devono affrontare enormi barriere strutturali" e, secondo le Nazioni Unite, le disuguaglianze affrontate dalle bimbe possono continuare per tutta la loro vita, oltre che influenzare la loro crescita. "Le bambine prive di accesso all'assistenza sanitaria o a un'alimentazione adeguata sono ad alto rischio di mortalità. Così, gli svantaggi in ambito educativo si

traducono in mancanza di accesso alle competenze e in opportunità limitate per il futuro".

Indipendentemente da dove si vive, l'uguaglianza di genere è un diritto umano fondamentale e la promozione della parità tra i sessi è fondamentale per vivere in una società sana.





*In cammino
per la parità
di genere*

Una prospettiva femminista del commercio

Per sostenere la necessità di un corretto approccio di genere nel commercio, nel settembre 2018, ActionAid (actionaid.org.uk) ha pubblicato il report “From rhetoric to rights: towards gender-just trade” (“Dalla retorica ai diritti: verso un commercio attento al genere”).

Il report analizza le “false soluzioni” (chiamate “pink-washing”) messe in campo dai governi del mondo per mostrare dimostrare il loro impegno a favore dei diritti delle donne e dell’uguaglianza di genere. Si tratta, in molti casi, di soluzioni che “trascurano l’impatto di vasta portata, spesso profondamente dannoso, delle politiche commerciali sulla vita delle donne e delle ragazze” e “ignorano il modo in cui l’economia globale e le multinazionali traggono diretto beneficio dai modelli consolidati di sfruttamento del lavoro femminile retribuito e non retribuito”, come si legge nel documento. “Le questioni critiche del controllo democratico e della partecipazione, del potere e della responsabilità delle imprese, e i modi in cui le regole del commercio globale spesso esacerbano gli squilibri storici di

potere tra i paesi del Nord e del Sud del mondo rimangono anch’esse irrisolte”.

Secondo ActionAid, per fare questo importante passo avanti atteso ormai da tempo, le politiche commerciali devono essere riorientate, in primo luogo, per “sostenere gli sforzi dei Governi nel rispettare gli impegni internazionali vincolanti in materia di diritti delle donne, diritti umani, diritti dei lavoratori e tutela dell’ambiente”. Inoltre, questi cambiamenti “devono andare di pari passo con riforme macroeconomiche più ampie, che garantiscano che l’economia funzioni per tutti, comprese le donne e le ragazze, e nel contempo riequilibrando le disuguaglianze di potere tra il Nord e il Sud del mondo”.

Negli ultimi anni, infatti, si sono compiuti importanti progressi - l’aumento del numero di ragazze che frequentano la scuola primaria e secondaria, la riduzione dei livelli di istruzione e della mortalità materna, per esempio -, ma sono stati disomogenei. E in altri settori, come

il rispetto dei diritti economici delle donne e la fine della violenza sulle donne, i progressi restano “inaccettabilmente lenti”.

Prevaricano ancora delle norme patriarcali che discriminano le donne, le quali restano relegate nei ruoli più mal pagati, vulnerabili e a tempo parziale nell'economia. Sono loro, per esempio, a svolgere più del 76% del lavoro di assistenza non retribuita - spesso invisibile e non contabilizzato - e rappresentino la metà dei produttori agricoli del mondo, pur possedendo meno del 20% della terra.

Una donna su tre - stando alle stime attuali - subirà violenza nella sua vita e per molte queste violenze saranno episodi quotidiani, con un impatto sulla loro salute fisica e mentale e, di conseguenza, comporteranno anche ostacoli alla mobilità, alla partecipazione politica, all'istruzione e all'impegno in attività generatrici di reddito.

Cosa c'entra tutto questo con il commercio internazionale? “Le politiche commerciali, come tutte le politiche macroeconomiche, non sono né neutre dal punto di vista del genere, né apolitiche - scrive ActionAid -. Piuttosto, tali politiche hanno un impatto diverso sulle donne e sugli uomini a causa dei loro ruoli e posizioni di genere all'interno della società e dell'economia. Che



includono, tra gli altri, fattori quali la classe, il colore della pelle, l'età, lo status di migrante, l'orientamento sessuale e l'identità di genere, la posizione geografica o la disabilità. Inoltre, economiste ed attiviste femministe hanno da tempo sottolineato che “la rapida liberalizzazione e deregolamentazione dell'economia può avere conseguenze disastrose per le donne e gli uomini che vivono nel Sud del mondo”. Gli effetti economici di tali accordi, infatti, sfruttano ed esasperano la posizione storica di svantaggio sociale ed economico delle donne.

Nel suo report, ActionAid analizza le iniziative (spesso retoriche) attuate negli ultimi anni in tema di genere e commercio. Tra queste, ci sono la dichiarazione congiunta dell'Organizzazione Mondiale del Commercio sul Commercio e l'emancipazione economica delle donne (2017) e l'iniziativa “SheTrades” (shetrades.com) dell'International Trade Centre, sostenuta da finanziamenti di diversi Governi e partner aziendali come eBay, la società americana di spedizioni United Parcel Service (UPS) e il gruppo danese del trasporto navale Maersk. SheTrades ha l'obiettivo di “collegare un milione di donne al mercato, migliorando la loro competitività e creando connessioni sostenibili tra acquirenti,

partner e imprenditrici”.

Secondo ActionAid si tratta di “un chiaro esempio di un progetto che lavora per integrare le donne nel commercio senza mettere in discussione le dinamiche di base del potere o la responsabilità degli stati e delle imprese”.

I riferimenti al genere e ai diritti umani negli accordi commerciali, inoltre, restano solamente simbolici e frammentari. Per esempio, quasi la metà degli accordi di partenariato economico in seno all’Unione Europea non fanno alcun riferimento al genere; un altro 20% si riferisce al genere, ma non alla parità di genere o ai diritti delle donne; e solo il 15% include un articolo specifico di genere. E nessuno di questi accordi ha ancora istituito un meccanismo di monitoraggio per valutare i loro diversi impatti sulle vite delle donne e degli uomini.

Alcuni passi in avanti sono stati fatti invece dal Cile, nell’ambito di tre accordi commerciali che considerano le questioni di genere: quello con l’Uruguay (2016), con il Canada (2017) e con Israele (2018). È ancora in fase di negoziazione, invece, un accordo tra il Cile e l’Unione Europea, nel quale si riconoscerebbe per la prima volta che “la liberalizzazione degli scambi commerciali può riguardare uomini e donne in modi diversi in quanto lavoratori, produttori, commercianti o consumatori”. Ma ActionAid richiama l’attenzione sul fatto che “l’inclusione di disposizioni di genere negli accordi

commerciali non rimarrà altro che un ‘pink-washing’ in un contesto in cui gli accordi sono negoziati in segreto, per consolidare gli interessi delle élite, piuttosto che la tutela dei diritti umani”. Non è sufficiente integrare un maggior numero di donne nel commercio, se non si riconoscono e si affrontano gli effetti di vasta portata che il commercio ha sulle loro vite, in particolare nelle zone più marginali.

ActionAid propone quindi “10 principi per adottare un approccio equo di genere al commercio”. È un approccio che propone di affrontare sia le disuguaglianze e le ingiustizie sociali ed economiche di genere che quelle più ampie, radicate e aggravate dall’attuale sistema commerciale globale: un passo fondamentale verso il raggiungimento della giustizia commerciale per tutti.

I principi sono:

1. le politiche commerciali promuovono e proteggono i diritti umani, i diritti delle donne, i diritti dei lavoratori e l’ambiente, oltre ai diritti degli investitori e l’espansione del libero mercato.
2. Le politiche commerciali sono democratiche, responsabili e trasparenti e sono soggette al controllo parlamentare e pubblico, anche da parte delle associazioni delle donne, dei sindacati e della società civile in generale.
3. Il commercio è affrontato in un

- modo che tiene conto della diversità delle donne e dei sistemi di oppressione che molti devono affrontare.
4. Le politiche commerciali si basano sulla raccolta olistica, sistematica e regolare di dati disaggregati per genere, basati su modelli e quadri femministi.
 5. Le politiche commerciali non incidono sullo spazio politico degli Stati per far fronte ai loro obblighi costituzionali, nazionali e internazionali di proteggere e rispettare i diritti umani, anche fornendo servizi pubblici di qualità, sensibili alle questioni di genere, infrastrutture e protezione sociale.
 6. Il commercio sostiene la creazione di un lavoro dignitoso per le donne e strategie industriali sostenibili.
 7. Le imprese sono tenute a rispondere delle violazioni dei diritti e degli abusi ambientali.
 8. Il commercio è uno strumento per sostenere obiettivi più ampi in materia di sviluppo e diritti umani e per eliminare le disuguaglianze tra i paesi del Nord e del Sud del mondo.
 9. Il commercio e gli investimenti internazionali salvaguardano i mezzi di sussistenza delle donne, i diritti alla terra, la sovranità alimentare e i diritti umani.
 10. L'ambiente naturale.
 11. I diritti di proprietà intellettuale non violano il diritto alla salute e alla sovranità alimentare.

WIDE+

WIDE+ (wideplus.org) è un gruppo belga di femministe, donne e attiviste per i diritti umani, impegnate nell'applicazione dei diritti delle donne, “come parte di una più ampia lotta per la giustizia sociale e i diritti umani di tutti”. Il principio guida di WIDE+ è il perseguimento della giustizia di genere, “nella consapevolezza che questo può essere realizzato solo se si affrontano le relazioni di potere che si intersecano, incluse le discriminazioni economiche, ambientali, sociali, sessuali, razziali, generazionali ed etniche” e contro tutte le forme di discriminazione.

Al suo interno, WIDE+ ha un gruppo di lavoro dedicato al commercio, che segue attivamente la politica commerciale dell'Unione Europea da una prospettiva femminista. Il contributo di WIDE+ è stato fondamentale per l'approvazione, da parte del Parlamento Europeo nel febbraio 2018, della mozione sulle questioni di genere, “La parità di genere negli accordi commerciali dell'Unione Europea” (il testo completo è disponibile sul sito europarl.europa.eu, documento n. A8-0023/2018).

CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE

“Un grave problema di salute pubblica e una violazione dei diritti umani delle donne”: viene definita così, dalle Nazioni Unite, la violenza contro le donne.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità (who.int), circa una donna su tre (il 35%) nel mondo tra i 15 e i 49 anni ha subito violenza fisica e/o sessuale. Nella maggior parte dei casi, si tratta di violenze perpetrate dai partner. E, a livello globale, il 38% degli omicidi di donne è commesso da un partner intimo maschile.

Gli uomini - sottolineano le Nazioni Unite - sono più propensi a commettere violenza se hanno un basso livello di istruzione, una storia di maltrattamenti sui bambini, l'esposizione alla violenza domestica contro le madri, se abusano di sostanze, se hanno idee diseguali sul genere e un senso di diritto sulle donne. E le donne hanno maggiori probabilità di subire violenza da parte del partner se hanno un basso livello di istruzione, se hanno subito abusi durante l'infanzia e se hanno un atteggiamento di accettazione della violenza e del privilegio maschile sulle donne.

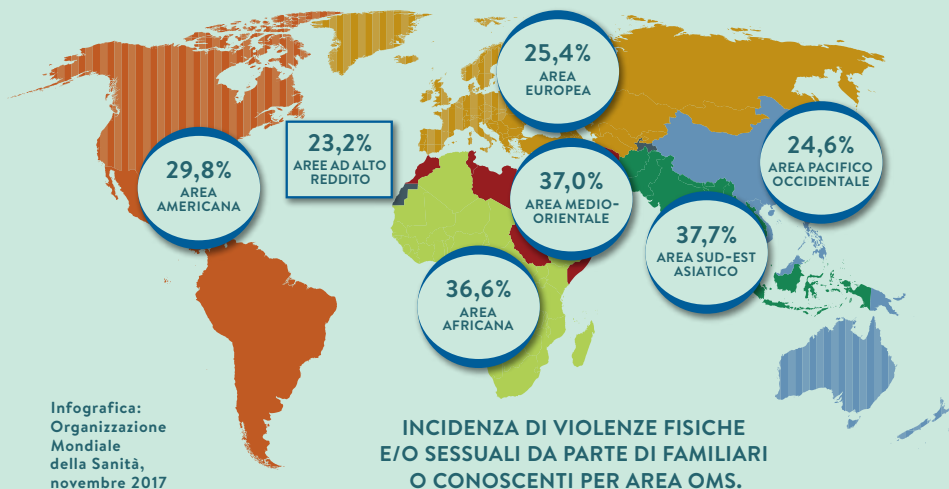
Inoltre, i dati di UN Women (l'ente delle Nazioni Unite per l'uguaglianza di genere

e l'empowerment delle donne, unwomen.org) parlano di circa 120 milioni di ragazze in tutto il mondo (poco più di una su 10) che hanno subito rapporti sessuali forzati.

Le donne adulte sono il 51% di tutte le vittime della tratta di esseri umani; se si aggiungono le ragazze, questa percentuale sale al 71%. Di queste, quasi tre su quattro sono vittime di tratta a scopo di sfruttamento sessuale.

Quasi 750 milioni di ragazze sono sposate da prima del loro diciottesimo compleanno: il matrimonio minorile è un fenomeno ancora diffuso soprattutto in Africa occidentale e centrale, dove più di quattro ragazze su dieci si sono sposate prima dei 18 anni, e circa una su sette prima dei 15 anni.

E sono almeno 200 milioni le donne e ragazze che vivono in 30 paesi del mondo, dove hanno subito le mutilazioni genitali femminili, in maggioranza prima dei 5 anni d'età. In questi paesi dell'Africa e del Medio Oriente, una ragazza su tre tra i 15 e i 19 anni ha subito qualche forma di mutilazione genitale femminile, con un alto rischio di emorragie prolungate, infezioni, complicazioni del parto, infertilità e perfino la perdita della vita.







*In cammino
per la parità
di genere*

Terra madre: il ruolo delle produttrici per la sovranità alimentare

Secondo la Food Agriculture Organization (fao.org), le donne sono responsabili della produzione di più del 50% del cibo coltivato nel mondo. A seconda delle geografie, le donne condividono con gli uomini in modo diverso i compiti della produzione agricola, dell'allevamento, della pesca, della raccolta e, più in generale, della cura della terra. Un tema al quale la Fairtrade Foundation (fairtrade.org.uk) ha dedicato nel 2015 il rapporto "Equal harvest". Le donne rappresentano circa il 43% della forza lavoro agricola dei Paesi in via di sviluppo - dove il 60% della popolazione vive ancora in zone rurali. Dove è stata introdotta la coltivazione su larga scala, meccanizzata, cresce la responsabilità maschile; le donne, invece, sono protagoniste nella piccola agricoltura contadina e nella produzione alimentare domestica, oltre che come manodopera nelle piantagioni.

La preparazione del cibo per la famiglia è "un aspetto fondamentale per la sicurezza alimentare", secondo la Fao, ma non viene considerato nelle statistiche, in

quanto non riconosciuto da un punto di vista economico. Per questo "il contributo delle donne all'agricoltura, alla silvicoltura e alla pesca è sottovalutato, in quanto molte indagini contano solo il lavoro retribuito".

In quanto responsabili della sussistenza quotidiana della famiglia, le donne occupano in molti casi anche dell'approvvigionamento dell'acqua, della legna e di altri materiali utili alla cottura. Spesso, sono le donne le custodi di una gestione sostenibile delle risorse naturali, delle sementi e delle colture tradizionali per la tutela della biodiversità.

Sebbene le donne abbiano un ruolo predominante nella produzione alimentare, meno del 20% della terra nel mondo è di loro proprietà e ancora in molti paesi esistono leggi discriminatorie e norme sociali patriarcali che limitano il loro accesso alla terra e al credito agricolo. Solo il 13% delle donne possiede terra e animali da allevamento e, secondo la Fao, le dimensioni dei terreni di loro proprietà sono tra il 20 e il 70% più piccole di quelli degli uomini. E

raramente le donne sono destinatarie dei servizi di divulgazione e di formazione tecnica: un divario di genere che compromette una crescita inclusiva del settore, la sicurezza alimentare delle comunità e la creazione di nuovi posti di lavoro femminile.

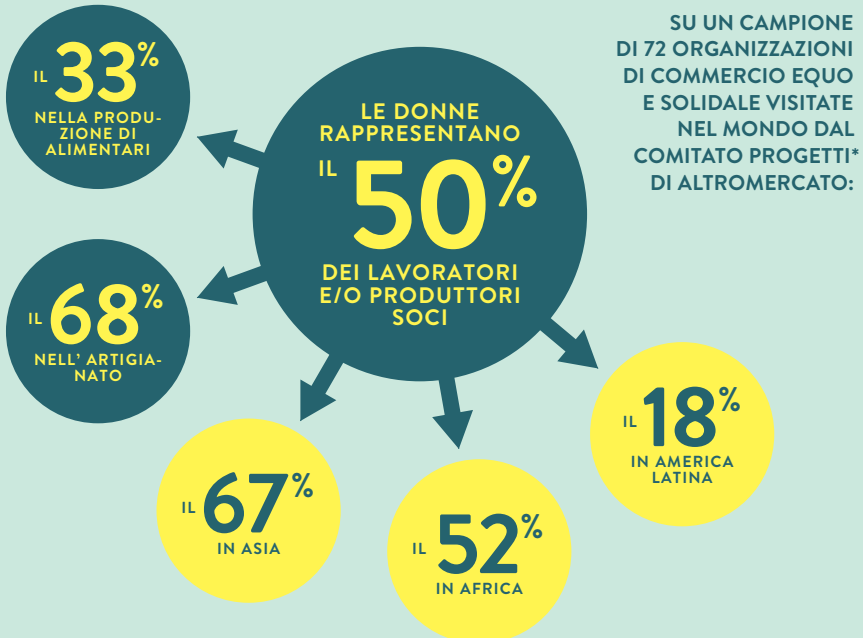
Secondo la Fao, se le donne avessero lo stesso accesso degli uomini alle risorse produttive, la resa delle aziende agricole aumenterebbe tra il 20 e il 30% e la fame si ridurrebbe del 17% (circa 150 milioni di persone in meno). Grazie alla loro vasta conoscenza delle specie vegetali locali, infatti, le donne garantiscono alle loro famiglie una varietà di alimenti che arricchiscono la dieta e riducono la malnutrizione.

Nonostante questo, per tornare al mondo equosolidale, Fairtrade International (fairtrade.net) sottolinea che “le colture da esportazione rappresentano la grande maggioranza dei prodotti del Commercio Equo e Solidale: una produzione che tende a essere dominata dagli uomini”. Secondo i dati dell’organizzazione internazionale, infatti, le donne rappresentano solo il 25% dei piccoli agricoltori e lavoratori direttamente coinvolti nel circuito Fairtrade.

“FAIR POWER” ALLE DONNE

La Fairtrade Foundation (fairtrade.org.uk) ha descritto i sei modi in cui il Commercio Equo e Solidale dà potere alle donne.

1. Stabilire standard che prevengano le disuguaglianze di genere, attraverso processi decisionali democratici, valorizzando la governance femminile e contro le organizzazioni che adottano un comportamento sessualmente intimidatorio, abusivo o di sfruttamento nei confronti delle donne.
2. Insegnare alle donne a guidare una realtà imprenditoriale, formandole in ambiti dai quali prima erano escluse, come la finanza, la negoziazione e la partecipazione ai processi decisionali.
3. Garantire un premio economico aggiuntivo ai progetti che valorizzano la partecipazione femminile (Fairtrade Premium).
4. Trasformare i modelli storicamente basati sul divario di genere. Come nel caso delle donne in agricoltura: un ruolo che sta diventando sempre più importante, pur avendo ancora uno scarso accesso alle risorse produttive.
5. Rovesciare gli stereotipi del lavoro femminile, che storicamente hanno definito le mansioni che le donne possono - e non possono - svolgere.
6. Sostenere interventi per eliminare le disuguaglianze, in collaborazione con le organizzazioni di produttori, i sindacati, i partner commerciali, le associazioni locali, gli attivisti e le attiviste, per tutelare i diritti delle lavoratrici e dei lavoratori.



*

Organismo consultivo di Altromercato con funzioni di valutazione etica delle organizzazioni di produttori, che svolge attività di monitoraggio secondo gli standard internazionali della World Fair Trade Organization (Wfto) e nazionali di Equo Garantito, attraverso le visite dirette ai produttori.



*Storie
di donne
eque*



*Storie
di donne
eque*

Panay Fair Trade Center

**NELLE FILIPPINE
PER I DIRITTI UMANI,
SENZA PAURA.**

Lo zucchero di canna integrale biologico Mascobado, le “banana chips” (fettine di banana fritte in olio di cocco e addolcite con zucchero di canna) o le “Zen-zi”, le gelatine naturali allo zenzero, che trovate nelle botteghe del mondo, sono prodotte nelle Filippine dal “Panay Fair Trade Center” (Pftc), fondato nel 1991 su iniziativa di due donne attive nell’organizzazione femminile che si chiamava allora “Donne alzatevi e difendete i vostri diritti”.

Ruth Fe Salditos è una di queste due donne, diventata un simbolo della lotta per la tutela dei diritti umani nel Commercio Equo e Solidale. Oggi sono 22 le donne nello staff dell’associazione e oltre 5mila i beneficiari, diretti e indiretti, del lavoro di Pftc. Oggi l’associazione esporta oltre 1.000 tonnellate di zucchero di canna - lavorata in 7 mulini condotti ciascuno da una donna - attraverso 10 realtà di Commercio Equo e Solidale (8 in Europa e due in Asia). Accanto a Pftc è nata la “Panay Fair Trade Foundation”, che segue le attività legate alla promozione dei diritti umani - un tema centrale nelle Filippine - e i progetti educativi, di

tutela della salute e di mobilitazione per la salvaguardia degli attivisti.

Nonostante i gravi attacchi subiti - nel 2009 la scomparsa di Maria Luisa Posa Dominado e Nilo Arado; l’assassinio di Romeo Capalla e Dioniso Garete nel 2014; l’uccisione di sette attivisti per i diritti umani dello scorso 15 agosto, tra cui Felix Salditos, compagno di Ruth -, Pftc non si ferma. “Non possiamo arrenderci, la verità è dalla nostra parte. Non dobbiamo avere paura e dobbiamo continuare la lotta uniti nel Commercio Equo e Solidale”, dice Ruth.



Foto da creativelandcrafts.org

*Storie
di donne
equie*

Creative Handicrafts

creativehandicrafts.org

INDIA

“Cambiare il mondo, una donna alla volta”. È l’obiettivo che Creative Handicrafts porta avanti fin dalla sua fondazione nel 1984, quando suor Isabel Martin inizia a lavorare con due donne in uno slum di Mumbai, in India, cucendo peluche. Nasce così la “Women’s Self Employment Cooperative”, fondata suor Isabel con l’aiuto di Jeevan Nirvaha Niketan e altre sette donne.

Nella città più popolosa dell’India - che oggi conta oltre 12 milioni di abitanti, sulla costa occidentale del paese -, nel 1992 queste donne si organizzano per la prima volta nella cooperativa Creative Handicrafts e nel 1997 aprono un centro di assistenza all’infanzia, per accudire i figli delle lavoratrici.

Nel tempo, Creative Handicrafts evolve in un’organizzazione di Commercio Equo e Solidale e dal 2001 l’organizzazione avvia una conversione dalla produzione di peluche ai capi di abbigliamento. Allora, le macchine per cucire a pedale sono sostituite con macchine elettriche, aumentando produttività e qualità.

Già un anno prima, nel 2000,

Creative Handicrafts avvia il nuovo progetto di cucina da asporto e catering, “Asli Food”, per dare un’opportunità di lavoro anche alle donne che provengono da situazioni economicamente svantaggiate, ma che non possono imparare a cucire. Oggi le donne cucinano 500 piatti freschi al giorno per il pranzo, con un’attenzione al loro equilibrio nutrizionale, e altre li distribuiscono a domicilio.

Nel 2004 ha aperto a Mumbai il primo negozio al dettaglio di Creative Handicrafts: oggi l’organizzazione occupa oltre 700 donne e le botteghe nella metropoli sono tre, dove trovare numerosi articoli di design, artigianato, cosmesi e giocattoli fair trade, prodotti direttamente o importati da altre organizzazioni impegnate a costruire un mondo più giusto.

Le donne sono coinvolte in un percorso formativo, per saper affrontare le sfide della moda internazionale. “Le nostre socie sono state all’altezza, ma dobbiamo sempre ricordarci che il miglioramento della situazione economica delle donne non

garantisce il loro sviluppo olistico”, spiega il direttore Johny Joseph. Per questo Creative Handicrafts ha sviluppato dei programmi sociali - oltre a quelli di promozione educativa e di finanza etica - che coinvolgono le donne anche da un punto di vista culturale, perché raggiungano un benessere complessivo.

L'obiettivo di Creative Handicrafts è coinvolgere un numero sempre maggiore di donne, “superando i confini della città di Mumbai, per raggiungere le donne delle campagne, che vivono ancora in povertà”.

“A safe India for women” è il titolo di un progetto per garantire la sicurezza delle donne indiane, a cui ha aderito anche Creative Handicrafts. Durante i seminari le artigiane hanno affrontato il problema molto diffuso della violenza domestica. Le educatrici hanno spronato le donne a non accettare le violenze, a rompere il silenzio, a parlarne e a denunciarle. Hanno spiegato chi sono le autorità competenti e che aiuto possono offrire.

Tratto da “Storie di donne per #unaltravivere”, a cura di Altromercato: medium.com/altromercato.



→ Anna Fiscale, Foto da progettoquid.it
↓ Lookbook Fall/Winter 2018/19, Foto da progettoquid.it





Quid

progettoquid.it

ITALIA

Se cercate negli abiti quel “qualche cosa” che faccia la differenza, lo potete trovare nel progetto Quid: un marchio italiano di moda etica e sostenibile nato nel 2012 per creare un’opportunità lavorativa per persone - soprattutto donne - che hanno un passato di fragilità. Il loro lavoro parte dal riuso di tessuti di rimanenza delle migliori aziende del made in Italy per dargli una nuova vita, creando vestiti e accessori originali.

Oggi la cooperativa sociale Quid, che ha sede ad Avesa (VR), dà lavoro a più di 100 persone e vende le proprie collezioni di moda e accessori in cinque negozi monomarca - a Verona, Vallese (VR), Bassano del Grappa (VI), Cadriano (BO) e Mestre (VE) -, in oltre 100 negozi che hanno deciso di supportare il progetto e anche online.

Quid ha una storica collaborazione con la sezione femminile della casa circondariale di Montorio, a Verona, dove gestisce un laboratorio di sartoria da quattro anni. E qui, alla fine dell’estate 2018, la cooperativa ha avviato

un nuovo progetto con la sezione maschile del carcere.

“Una nostra collaboratrice si occupa di formare sette o otto detenuti per sezione, in modo che una volta usciti dal carcere possano avere una concreta chance di reinserimento, che in termini sociali significa abbattere la recidiva dell’80%”, ha spiegato al quotidiano L’Arena la fondatrice e presidente di Quid, Anna Fiscale.

Quid crea prodotti per diversi partner sostenitori del progetto, tra cui alcuni abiti e accessori per Altromercato.

Il progetto ha vinto numerosi premi legati all’economia sociale (nel 2014, l’“European Social Innovation Competition” e nel 2017 il “Civil Society Prize” del Comitato Economico e Sociale Europeo) e alla sostenibilità ambientale (nel 2017 è una dei progetti segnalati dal “Momentum for Change” del Segretariato dell’ONU per i cambiamenti climatici e nel 2017 vince il Premio per lo Sviluppo Sostenibile promosso da Legambiente con Ecomondo).



Foto: Mustapha Agouza, commons.wikimedia.org

*Storie
di donne
eque*

**Gie
Targanine**

targanine.com

MAROCCO

Nel solco della tradizione berbera, GieTarganine riunisce nove cooperative femminili che uniscono i saperi ancestrali alle moderne tecniche di lavorazione dell'argan, per produrre oli di alta qualità, alimentari e cosmetici. Dal 1996 l'organizzazione ha sede a Marrakech e raccoglie l'argan nelle province marocchine di Agadir-Ida Outanane, Taroudant, Tiznit, Tafraout ed Essaouira, nei luoghi dove gli alberi crescono in modo spontaneo, in armonia con l'ambiente. Oggi lavorano per Gie Targanine 400 donne, impegnate nella lavorazione dell'olio di argan biologico: tre cooperative femminili sono specializzate nell'estrazione dell'olio; le altre sei si occupano della lavorazione dei frutti, da cui ricavano le mandorle per la produzione dell'olio. Attraverso la vendita dei loro prodotti, le donne guadagnano un reddito che gli consente di vivere con dignità e di preservare un piccolo bosco di argan minacciato dalla desertificazione. L'organizzazione fornisce alle donne l'aiuto tecnico nel promuovere e commercializzare i prodotti, garantendo uno sbocco sul mercato, propone corsi

di formazione per la coltivazione dell'argan e la lavorazione dell'olio, e investe in infrastrutture e macchinari per agevolare il loro lavoro. Gie Targanine si appoggia all'associazione Ibn Al Baytar (dedicata a un importante botanico, farmacologo e medico arabo-andaluso vissuto nel XIII secolo), che dal 1999 ha sede a Rabat, per la realizzazione dei suoi progetti sociali. L'obiettivo principale è l'educazione delle donne che vivono nelle zone rurali: oltre 1.800 donne partecipano ai programmi di alfabetizzazione, educazione sanitaria, educazione civica e ambientale, con impatti positivi anche sulla vita dei loro figli.

ARGAN

Altromercato compra da Gie Targanine l'olio di argan cosmetico, certificato biologico da Ecocert.

Questo siero di bellezza naturale - estratto dalle mandorle non tostate dell'albero di argan - si usa nella tradizione berbera per la cura del corpo, dei capelli e delle unghie. Per l'alto contenuto di acidi grassi insaturi e di antiossidanti ha proprietà idratanti, nutritive e protettive.



*Storie
di donne
equie*

Los Frutos De Andes —Fruandes

fruandes.com

COLOMBIA

Valorizzare la biodiversità locale garantendo ai campesinos e alle loro famiglie una vita dignitosa: è l'obiettivo di Frutos de los Andes, o Fruandes, che riunisce a Ibagué sette associazioni di piccoli produttori di sei diverse regioni colombiane.

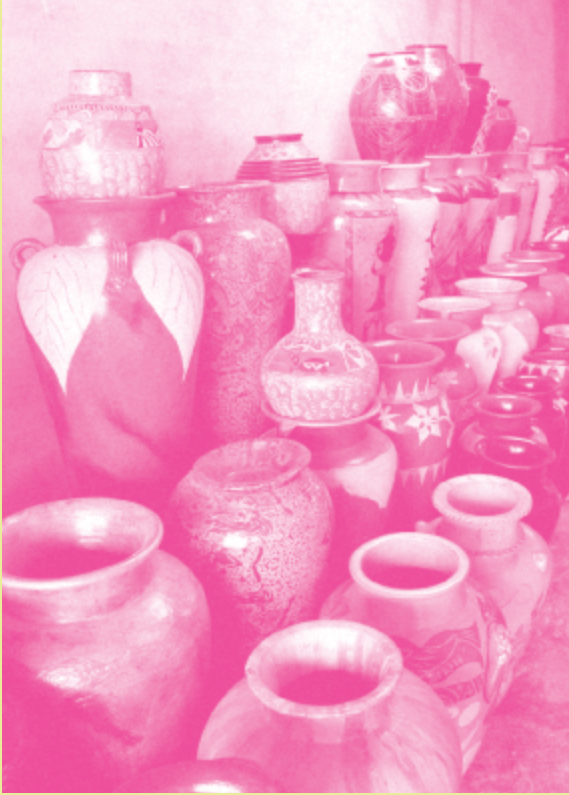
Fondata nel 2002, Fruandes lavora con 350 famiglie di agricoltori e 74 membri di associazioni di agricoltori, di cui il 20% donne; ma le donne hanno un ruolo fondamentale nel team dell'associazione, che conta 75 dipendenti, di cui il 70% donne. Nell'impianto di trasformazione a Ibagué, inoltre, lavorano 75 persone con un equo contratto a tempo indeterminato, per la maggior parte donne.

L'associazione segue con consapevolezza la filiera dei frutti delle Ande dal seme al piatto, garantendo trasparenza e qualità e coinvolgendo i campesinos direttamente nella definizione del prezzo dei prodotti.

In dieci anni, l'associazione è arrivata a coltivare 203 ettari certificati biologici ed equosolidali, con sette diversi prodotti: mango, ananas, bacche di Physalis, banana,

frutto del drago (o Pitaya), canna da zucchero e cacao. Le bacche di Physalis - racchiuse nell'elegante frutto dell'alchechengi - sono coltivate sulle alture incontaminate della regione di Nariño. Ricche di vitamina A, fosforo e fibre, queste bacche sono raccolte da 95 famiglie di piccoli produttori in un'area di oltre 24 ettari, tutti certificati bio. Nel Cauca, nelle Ande poco più a nord, 48 famiglie coltivano l'ananas - ricco di vitamine e minerali -, in un clima ideale per valorizzare le risorse naturali.

La frutta fresca viene subito trasportata a Ibagué, dove si trova l'impianto di lavorazione di Fruandes; qui si selezionano i frutti a seconda della maturazione, si lavano, tagliano, sbucciano ed essicano. L'essiccazione è un metodo antichissimo per conservare la frutta e Fruandes ha elaborato un processo più naturale possibile, rimuovendo l'acqua lentamente, grazie all'aria calda alle basse temperature. Così i frutti mantengono le proprietà nutritive e i sapori, e si conservano a lungo in modo naturale, senza aggiungere zuccheri o additivi.



↑ Foto: Ivetta Inaray, flickr.com/photos/ivettainaray

*Storie
di donne
eque*

Lombok Pottery Center

INDONESIA

[lombokpotterycentre
.wordpress.com](http://lombokpotterycentre.wordpress.com)

Sull'isola di Lombok, una delle piccole isole della Sonda - accanto a Bali, le donne dei villaggi di Masbagik, Penujak e Banyumulek preparano l'argilla con sabbia, acqua e olio, e la lavorano nelle loro case con dei piccoli torni. Dopo averle essiccate all'aria, trasportano le loro creazioni sulla testa fino alla fornace comunitaria del villaggio, dove sono collocate in buche nel terreno, coperti di sterpaglie per la cottura.

Lavorano per il Lombok Pottery Center (LPC), che riunisce quattro cooperative: tre di artigiane nei villaggi e una del personale. Il progetto nasce nel 1988 come Lombok Craft Project, coinvolgendo i ceramisti per un miglioramento del tenore di vita loro e delle famiglie, in un paese dove i tassi di analfabetismo e la mortalità infantile sono elevati. Il progetto ha dato lavoro a 214 donne ceramiste, eredi di una lunga tradizione ceramica. Sostentuto da un progetto di cooperazione tra Indonesia e Nuova Zelanda sull'artigianato della terracotta, nel 2003 il Lombok Pottery Center si è associato alla World Fair Trade Organization e nel 2005 è diventato

un'impresa di proprietà delle quattro cooperative.

Il Lombok Pottery Center garantisce alle artigiane servizi dedicati alla tutela della salute, formazione e tutele sociali. Le donne sono coinvolte nelle decisioni, prese durante assemblee partecipate da tutti i soci.

Le materie prime con cui si realizzano le ceramiche sono acquistate sulle colline vicine ai tre villaggi di Masbagik, Penujak e Banyumulek, che hanno un terreno poco fertile, argilloso. L'argilla viene preparata immergendola in acqua per due giorni, quindi filtrandola per rimuovere la sabbia e piccole pietre.

La tradizione artistica di Lombok prevede la colorazione dei vasi con sfumature e disegni tipici dell'arte islamica. Si usano materiali naturali - la farina di riso per creare striature e macchiette nere; l'estratto di tamarindo per le sfumature rosse; paglia e noce di cocco per il colore nero lucente. Grazie alla loro porosità, queste ceramiche sono tradizionalmente usate per contenere, conservare e cucinare cibi e spezie, oltre che per l'arredamento domestico.



Laboratori





Cenerentolo e la principessa azzurra

Tratto dal kit didattico
"Sono come tu mi vuoi"
(a cura dell'associazione Gattorosso)

Questa attività di circa 15 minuti serve a sottolineare l'influenza dei modelli di genere proposti ai bambini e riconoscere quanto gli stereotipi di genere siano radicati nell'immaginario collettivo.

Il conduttore invita i partecipanti a ricordare le fiabe per bambini più note e conosciute. Guida quindi il gruppo in un'analisi focalizzata sulla rappresentazione rigidamente stereotipata dei ruoli di genere.

GUIDA ALLA DISCUSSIONE

Come sono le protagoniste delle fiabe? (es. le protagoniste sono giovani, belle, bisognose di aiuto, vittime, ingenui, ...; le antagoniste, matrigna, sorellastre, strega sono vecchie, brutte, arcigne, bugiarde, ...)

Come sono i protagonisti delle fiabe? (principe azzurro, cavaliere, re, giovinetto, orco, ...)

Come si comportano le protagoniste e i protagonisti delle fiabe? Che ruoli hanno nello svolgimento dell'azione?

Ritieni che le fiabe insegnino qualcosa ai bambini? Che cosa?

Ritieni che propongano dei modelli di comportamento?

VARIANTE

Lo stesso esercizio può avere per oggetto un film, una serie o una fiction televisiva noti alla maggior parte dei presenti.



Basler Zeitung

Vogel Gryff

WESTDEUT

NRZ

NEUE RUHR ZEITUNG

WESTDEUTSCHE Junge Welt

Alter Saar- in di

Musikspiele

hr Nach



Rassegna(ti alla) stampa!

Tratto dal kit didattico
"Sono come tu mi vuoi"
(a cura dell'associazione Gattorosso)

Questa attività di circa 30 minuti serve a fare emergere i modelli culturali di genere promossi dai media; far riflettere sui messaggi della pubblicità; confrontare uomini e donne rappresentati dai media con quelli in carne ed ossa (scuola, famiglia, ...).

PREPARAZIONE

Procurarsi alcuni quotidiani del giorno, di varia estrazione e orientamento. I partecipanti sono invitati a confrontare le notizie.

GUIDA ALLA DISCUSSIONE

Quanti uomini sono citati e in quale tipo di articoli? (es. politica interna, estera, costume, chiesa, cronaca, gossip, ecc.)

Quante donne sono citate e in quale tipo di articoli? (es. politica interna, estera, costume, chiesa, cronaca, gossip, ecc.)

Quante persone omosessuali dichiarate sono citate e in quale tipo di articoli? (es. politica interna, estera, costume, chiesa, cronaca, gossip, ecc.)

Che ruolo ricoprono nella notizia? (protagoniste, ruoli di contorno, vittime, ecc.)

Quali elementi descrittivi sono utilizzati per rappresentare le donne (es. titolo professionale, ruolo, cenni alla carriera, stato sentimentale, aspetto fisico, abbigliamento, elementi caratteriali, ecc.)

Quali per gli uomini?

Quali per le persone omosessuali dichiarate?

Che osservazioni possiamo fare in merito a quello che è emerso dal confronto dei quotidiani?

Quali ruoli sociali emergono per donne e uomini?

Valgono anche per gli altri mezzi di informazione? (es. telegiornale, periodici, internet, ecc.)

VARIANTE

I quotidiani possono essere sostituiti da riviste femminili e maschili, di costume, cinema, musica:

Come sono rappresentati donne e uomini?

Negli articoli? Nelle pubblicità? Nelle rubriche (posta, ecc.)?

Ci sono differenze tra le riviste destinate agli uomini e quelle destinate alle donne?

Quali? Quali temi prediligono? Che linguaggio utilizzano?



Fearless LTD.

Tratto dal kit didattico
"Sono come tu mi vuoi"
(a cura dell'associazione Gattorosso)

Questa attività di circa 40 minuti serve a far emergere come il ruolo di genere influisce sulle aspirazioni professionali degli individui; comprendere il fenomeno dell'auto-limitazione causata dall'insicurezza e dalla mancanza di auto-stima.

FOGLIO OPERATORE

Il formatore distribuisce i fogli della relativa esercitazione e ne legge il contenuto:

Mister Fox, direttore generale della grande azienda Fearless Ltd, deve nominare il responsabile dell'ufficio amministrativo e deve scegliere chi promuovere tra due impiegati che sono già suoi dipendenti: Francesco e Maria. Maria, 44 anni, sposata con due figli ha un diploma di ragioniera e lavora in azienda da 5 anni. Francesco, 45 anni, separato con un figlio, ha lo stesso titolo di studio, ed è stato assunto in azienda pochi mesi prima di Maria. Il direttore generale è consapevole che nessuno dei due candidati ha le competenze tecniche per ricoprire tale ruolo ma preferisce investire in formazione del personale che già lavora in azienda, piuttosto che assumere qualcuno. La persona prescelta seguirà quindi un corso professionale a spese dell'azienda che le consentirà di svolgere le nuove mansioni e avrà un considerevole aumento di stipendio. Mister Fox invia un e-mail a Francesco e Maria e comunica loro che la sua scelta è caduta su Maria. Francesco non riesce a nascondere che ci rimane male perché pensava sarebbe stato scelto lui che lavora in azienda da più tempo. Maria risponde che le serve del tempo per decidere.

ESERCITAZIONE 1

Il giorno seguente Maria scrive un e-mail al Sig Fox spiegando che rinuncia alla promozione perché si sente inadeguata a ricoprire il ruolo di

responsabile amministrativa e perché crede che le riuscirebbe difficile farsi accettare dal suo collega Francesco come capo, dopo esserne stata collega per molti anni.

Ti aspettavi la risposta di Maria? Perché?

Quali possono essere state le riflessioni che hanno portato Maria a decidere di rinunciare alla promozione?

Se Mister Fox avesse scelto Francesco, pensi che anche lui avrebbe rinunciato? Perché?

ESERCITAZIONE 2

Il giorno seguente Maria scrive un e-mail al Sig Fox spiegando che rinuncia alla promozione.

Il conduttore invita i partecipanti a scrivere l'e-mail di risposta di Maria con le motivazioni della sua rinuncia (Problemi personali? Senso di inadeguatezza? Rapporti con i colleghi?).

Le e-mail vengono lette e analizzate in classe.

CONSIGLI PER IL CONDUTTORE

Nonostante nessuno dei due avesse le competenze tecniche per svolgere la mansione, Francesco spera nella promozione mentre Maria rinuncia. Durante le esercitazioni la scelta di auto-limitazione legata a temi quali: fiducia in se stessi, l'auto-stima, la figura femminile nei luoghi di potere. Nell'esercitazione 2 potrebbero emergere anche fattori personali legati alla situazione familiare: i due figli che presumibilmente la impegnano molto. Anche in questo caso la discussione si sposta dai fattori lavorativi quali la competenza, la disponibilità e l'adeguatezza a quelli personali "attitudinali", legati ad un ruolo sociale e alla rappresentazione che se ne fa.

FOGLIO PARTECIPANTI 1

Mister Fox, direttore generale della grande azienda Fearless Ltd, deve nominare il responsabile dell'ufficio amministrativo e deve scegliere chi promuovere tra due impiegati che sono già suoi dipendenti: Francesco e Maria.

Maria, 44 anni, sposata con due figli ha un diploma di ragioniera e lavora in azienda da 5 anni.

Francesco, 45 anni, separato con un figlio, ha lo stesso titolo di studio, ed è

stato assunto in azienda pochi mesi prima di Maria.

Il direttore generale è consapevole che nessuno dei due candidati ha le competenze tecniche per ricoprire tale ruolo ma preferisce investire in formazione del personale che già lavora da tempo in azienda, piuttosto che assumere qualcuno.

La persona prescelta seguirà quindi un corso professionale a spese dell'azienda che le consentirà di svolgere le nuove mansioni e avrà un considerevole aumento di stipendio.

Mister Fox invia un e-mail a Francesco e Maria e comunica loro che la sua scelta è caduta su Maria.

Francesco non riesce a nascondere che ci rimane male perché pensava sarebbe stato scelto lui che lavora in azienda da più tempo.

Maria risponde che le serve del tempo per decidere.

Il giorno seguente Maria scrive un e-mail al Sig Fox spiegando che rinuncia alla promozione perché si sente inadeguata a ricoprire il ruolo di responsabile amministrativa e perché crede che le riuscirebbe difficile farsi accettare dal suo collega Francesco come capo, dopo esserne stata collega per molti anni.

FOGLIO PARTECIPANTI 2

Mister Fox, direttore generale della grande azienda Fearless Ltd, deve nominare il responsabile dell'ufficio amministrativo e deve scegliere chi promuovere tra due impiegati che sono già suoi dipendenti: Francesco e Maria.

Maria, 44 anni, sposata con due figli ha un diploma di ragioniera e lavora in azienda da 5 anni.

Francesco, 45 anni, separato con un figlio, ha lo stesso titolo di studio, ed è stato assunto in azienda pochi mesi prima di Maria.

Il direttore generale è consapevole che nessuno dei due candidati ha le competenze tecniche per ricoprire tale ruolo ma preferisce investire in formazione del personale che già lavora da tempo in azienda, piuttosto che assumere qualcuno.

La persona prescelta seguirà quindi un corso professionale a spese dell'azienda che le consentirà di svolgere le nuove mansioni e avrà un considerevole aumento di stipendio.

Mister Fox invia un e-mail a Francesco e Maria e comunica loro che la sua scelta è caduta su Maria.

Francesco non riesce a nascondere che ci rimane male perché pensava sarebbe stato scelto lui che lavora in azienda da più tempo.

Maria risponde che le serve del tempo per decidere.

Il giorno seguente Maria scrive un e-mail al Sig. Fox spiegando che rinuncia alla promozione.

ESERCITAZIONE

Scrivi l'e-mail che Maria invia al Sig. Fox, provando a metterti nei suoi panni e a immaginare le motivazioni della sua rinuncia. (Problemi personali? Senso di inadeguatezza? Rapporti con i colleghi?)





E se cambiassimo?

A cura di Elisabetta Polato
in collaborazione con Coopi Veneto

Questa attività di circa 45 minuti serve per mettere in luce eventuali idee che i ragazzi hanno sul ruolo della donna e dell'uomo in famiglia, nell'ambiente di lavoro e nella società.

MATERIALI

Tre fogli di carta da pacchi bianca o tre cartelloni, pennarelli colorati

SVOLGIMENTO

- 1 – La classe viene divisa in due gruppi: il primo formato solo da ragazze, il secondo solo da ragazzi.
- 2 – Su ognuno dei fogli viene disegnato un cerchio, con una parola chiave diversa per ciascun foglio: famiglia, lavoro, società.
- 3 – Ogni gruppo scrive, con un colore diverso parole o brevi frasi che descrivono il ruolo della donna e dell'uomo nei tre diversi ambiti.
- 4 – Per concludere, tutti gli studenti in piccoli gruppi dovranno rappresentare davanti alla classe una scena in cui i ruoli "stereotipati" maschio/femmina sono invertiti. Ad esempio: una donna arriva a casa dal lavoro e si lamenta perché il marito non ha terminato di preparare la cena.

Glossario

Tratto dal kit didattico “Sono come tu mi vuoi”
(a cura dell’associazione Gattorosso)

AZIONI POSITIVE – Istituite dalla legge 125 del 1991 (“Azioni positive per la realizzazione della parità uomo-donna nel lavoro”), note anche come discriminazioni positive, sono misure riguardanti attività formative, organizzative, di orientamento, di sperimentazione indirizzate a un gruppo particolare al fine di eliminare e prevenire la discriminazione o di compensare gli svantaggi derivanti dagli atteggiamenti, dai comportamenti e dalle strutture esistenti (talvolta è detta anche discriminazione positiva).

CONCILIAZIONE – Si riferisce alla necessità di armonizzare e combinare esigenze e tempi relativi all’attività lavorativa e a quella privata e personale. Prevede l’introduzione di sistemi (come i congedi parentali, le soluzioni per la cura di bambini e anziani) che mirano a sviluppare un contesto collaborativo e una ripartizione delle responsabilità tra i membri della famiglia.

DIFFERENZE DI GENERE – Aspetti razionali ed emozionali che influenzano i comportamenti, le abilità e le predisposizioni delle persone con particolare riferimento alle dinamiche sociali che hanno prodotto il configurarsi dei generi nel corso della storia e nella società attuale.

DISCRIMINAZIONE DI GENERE – Il termine si riferisce alle forme di discriminazione in ragione dell’appartenenza ad un genere. Assume la forma di disparità nei salari, distribuzione diseguale delle risorse di formazione, educazione, credito, lavoro, informazione.

DISCRIMINAZIONE DIRETTA – Quando una persona è trattata meno favorevolmente in ragione del suo sesso.

DISCRIMINAZIONE INDIRETTA – Quando una legge, un regolamento, una politica o una prassi, apparentemente neutri, hanno un impatto sproporzionatamente avverso sui rappresentanti di un unico sesso a meno che la differenza di trattamento possa essere giustificata da fattori oggettivi

(direttiva del Consiglio europeo 76/207 del 09/02/76, GU L 39).

GENERE – Fa riferimento alla identità sociale e culturale di uomini e donne che varia nel tempo e nello spazio; è la definizione culturale della femminilità e mascolinità rispetto a ruoli, sistemi di relazioni, compiti, funzioni e valori. Non è un sinonimo di sesso.

IDENTITÀ DI GENERE – La convinzione interiore di un individuo di essere maschio, femmina o entrambi. E' un tratto permanente, solitamente stabilito nella prima infanzia, influenzato sia dalle predisposizioni biologiche che dall'apprendimento sociale.

IDENTITÀ SESSUALE – Componente dell'identità individuale, influenzata dall'interazione tra aspetti biologici, educativi e culturali. Include quattro aspetti: sesso biologico, identità di genere, ruolo di genere e orientamento sessuale.

LAVORO DI CURA – Si intendono con questo termine tutti i lavori, sia retribuiti che non retribuiti, che hanno come oggetto le persone (bambini, disabili, anziani, ecc.).

POLITICHE PER LE PARI OPPORTUNITÀ TRA DONNE E UOMINI – Misure e provvedimenti che condividono l'obiettivo fondamentale di garantire parità di retribuzione e trattamento, partecipazione economica, politica e sociale e assenza di discriminazioni a motivo del sesso.

PREGIUDIZIO – Opinione preconcepita, non verificata, priva di giustificazione razionale o emessa a prescindere da una conoscenza precisa dell'oggetto e tale da impedirne una valutazione corretta.

RUOLO DI GENERE – L'insieme di aspettative e ruoli su come gli uomini e le donne si debbano comportare in una data cultura e in un dato periodo storico.

SEGREGAZIONE EDUCATIVA – Fenomeno per il quale la scelta dei percorsi formativi di ragazze e ragazzi è influenzata da modelli culturali legati a stereotipi di genere.

SEGREGAZIONE OCCUPAZIONALE – La concentrazione di donne e uomini in diversi tipi e livelli di attività e occupazione.

SESSISMO – Si definiscono sessisti atteggiamenti, pratiche di natura individuale, culturale e sociale tese a valutare le capacità e le attività di una persona in base al sesso cui appartiene ovvero a screditare un sesso e a privilegiare l'altro.

SESSO – Le caratteristiche biologiche che distinguono gli esseri umani in maschi o femmine.

STEREOTIPO – Un'opinione pre-definita relativa a una categoria di persone, gruppi o oggetti che riproduce percezioni e giudizi schematici. È una modalità di percezione della realtà attraverso immagini, concetti e credenze già pre-esistenti nella nostra mente, ereditate dalla nostra cultura di appartenenza. La costruzione di uno stereotipo è, quindi, un fenomeno sociale, soggetto a modifiche, re-interpretazioni e ricostruzioni.

STEREOTIPO DI GENERE – Si intende un insieme rigido di credenze condivise e trasmesse socialmente, su quelle che sono e debbono essere le caratteristiche (“femminile”, “maschile”) e le attività tipiche (“da uomo”, “da donna”) dei due sessi. Questo processo ordina gli individui in ragione del loro sesso e costruisce ruoli maschili e femminili nell'ambito dell'istruzione, formazione, cultura, mercato del lavoro e comunicazione (ad esempio: alle donne viene attribuito lo spazio privato e familiare ed agli uomini quello pubblico e professionale). Si tratta di una visione semplificata che ha soprattutto penalizzato le donne limitandone le prospettive formative e professionali e che non favorisce la parità ed il pieno inserimento nella vita lavorativa, sociale e familiare.

STUDI DI GENERE – Un approccio accademico, di solito interdisciplinare, all'analisi dei rapporti e delle specificità legate ai generi.

UGUAGLIANZA DI GENERE – Equità di trattamento tra i generi che può esprimersi sia in una parità di trattamento sia in un trattamento diverso ma considerato equivalente in termini di diritti, vantaggi, obblighi e opportunità.

UN Women ha redatto un glossario online che fornisce concetti e definizioni relativi alla parità di genere. Per accedervi: trainingcentre.unwomen.org/mod/glossary.

Riferimenti bibliografici e approfondimenti

Veneto Equo, la rete veneta del Commercio Equo e Solidale: venetoequo.org

Altromercato, la principale realtà di Commercio Equo e Solidale in Italia: altromercato.it

Equo Garantito - Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale, è l'associazione di categoria delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale italiane: equogarantito.org

World Fair Trade Organization - Organizzazione mondiale del Commercio Equo e Solidale, rappresenta la comunità globale delle imprese del Commercio Equo: wfto.com

Fairtrade International, un'organizzazione globale che lavora con agricoltori e lavoratori per migliorare le loro vite attraverso un commercio più equo: fairtrade.net

Coopi Veneto, ong: coopi.org

Artisans du Monde, movimento francese del commercio equo: artisansdumonde.org

Mouvement Équitable, una rete francese di associazioni impegnate “per un mondo più giusto che rispetti le persone e il pianeta”: mouvement-equitable.org

WIDE+, gruppo belga di femministe, donne e attiviste per i diritti umani: wideplus.org

Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) redatti dalle Nazioni Unite: sustainabledevelopment.un.org

Organizzazione mondiale della Sanità: who.int

Organizzazione mondiale del Cibo e l'Agricoltura: fao.org

“Storie di donne per #unaltrvivere”, redazione a cura di Ilaria Favè dell'Unità Comunicazione di Altromercato: medium.com/altromercato

Kit didattico “Sono come tu mi vuoi”, a cura dell'associazione Gattorosso

Report “Equal harvest” (2015), curato dalla Fairtrade Foundation: fairtrade.org.uk

Dossier “In-égalités hommes-femmes” (2016), a cura di Oxfam: oxfam.org

Report “From rhetoric to rights: towards gender-just trade” (2018), pubblicato da ActionAid: actionaid.org

Glossario UN Women: trainingcentre.unwomen.org/mod/glossary

Il Forum Economico Mondiale (weforum.org) stila ogni anno il “Global Gender Gap Index” e cura il “Global Gender Gap Report”: reports.weforum.org

Report “Why gender equality matters across all SDGs” (2018), a cura di UN Women: unwomen.org

Questa breve pubblicazione nasce dal percorso fatto da un gruppo di formatrici delle organizzazioni partner della rete Veneto Equo sui temi delle pari opportunità, della violenza sulle donne e dell'empowerment femminile nelle organizzazioni del Commercio Equo e Solidale del mondo.

REDAZIONE TESTI :

Chiara Spadaro

IMPAGINAZIONE :

paolomosele.studio

PER INFORMAZIONI :

comunicazione@unicomondo.org

Realizzato con il contributo della Regione Veneto. Pubblicato nel dicembre 2018.

