

La terza via delle donne

Mentre l'Italia è in patologico ritardo sul lavoro femminile in molte si inventano un'impresa. Ma se ne parla poco



«Cosa succederebbe se mettessimo un premio Nobel a lavare piatti tutto il giorno? Non sarebbe una perdita grave per l'economia, per la crescita, per tutti coloro che potrebbero avvantaggiarsi delle sue ricerche?». Bisognerebbe metterla così la questione della mancata partecipazione al lavoro femminile in Italia: per diffondere la percezione di quanto il ritardo del nostro paese, che assume proporzioni gigantesche, rappresenti un tragico spreco di talenti. Non solo meno di una donna su due ha un'occupazione (il 47% contro la media europea del 60%), spesso di bassa qualità; ma il lavoro femminile, a parità di prestazione, è pagato almeno il 20% per cento di meno di quello maschile. La disoccupazione giovanile femminile è al 29%, una donna su quattro lascia il lavoro dopo il primo figlio, gli asili accolgono un bambino su 10, la fertilità, infine, è bassissima, 1,4 figli per donna. L'Italia è al 74esimo posto al mondo su 135 nella

classifica del World Economic Forum per la parità di genere, ultima in Europa per il sostegno alle famiglie, in termini fiscali e di servizi. Aspettando scelte politiche in loro favore che in questi anni non sono mai arrivate (anche se va salutata con favore l'introduzione di sgravi fiscali per chi assume le donne del neogoverno Monti), sempre più spesso le donne hanno cercato di inventarsi una terza via tra la disoccupazione e un lavoro a tempo indeterminato: quella dell'imprenditoria femminile. La racconta Angela Padrone, in un libro bello e a tratti commovente, *Imprese da favola. Viaggio nel paese delle donne che si inventano il lavoro* (Marsilio, pp. 160, euro 15); al centro, le storie delle «protagoniste perfette di un'economia imperfetta dove gli ostacoli sono innumerevoli, dove il lavoro bisogna spesso crearlo dal nulla e dove mettere su un'impresa è un doppio salto mortale». La tesi è questa: se da un lato la vivacità dell'imprenditoria femminile in Italia nasce da ragioni negative – un mercato del lavoro malfunzionante e ostile – dall'altro produce crescita, occupazione, spesso innovazione. Lo spirito imprenditoriale nel nostro paese, cioè il «desiderio di realizzare qualcosa di proprio, qualcosa che resti e testimoni un'abilità», rappresenta la versione luminosa dell'individualismo cinico italiano. Di qui la speranza, troppo spesso delusa ma sempre viva, che coloro che sono stati finora ciechi davanti alla ricchezza che queste «piccole» apportano al paese possano finalmente aprire gli occhi su una realtà vitale. Che potrebbe svilupparsi ancora di più se ci fossero sostegni alla partecipazione femminile all'economia e al tempo stesso, come per tutti i piccoli imprenditori, «un contesto di regole, costi e informazioni», che agevoli chi fa impresa. Numeri felici I numeri dell'imprenditoria femminili sono più felici di quelli relativi all'occupazione femminile in genere: lavora in proprio il 16% delle lavoratrici, mentre la media europea non arriva al 10%. Ci sono 1 milione e 400.000 imprese fondate o guidate da donne, mentre l'export italiano continua a crescere (nel 2010 del 23%). Una realtà di segno positivo, anche se le donne imprenditrici, nota l'autrice, dovrebbero imparare a rischiare e insieme a delegare di più, soprattutto ad aprirsi alla dimensione della rete di impresa e ai nuovi mercati internazionali, come molte di loro hanno

iniziato a fare. Se questi sono i numeri, «nulla però dà la misura di quanti sacrifici, passione e creatività siano dietro l'imprenditoria femminile quanto ascoltare la viva voce delle protagoniste». Da Giuliana, che si inventa un'impresa creando i pigiami aperti dietro per gli anziani a Sara, che apre una ditta per colmare il digital divide nelle Marche. Da Maria, che fonda una società che produce prodotti per celiaci a Maria Rosaria, che mette su una rete di asili nido a Prato. Ci sono quelle che hanno ereditato un'impresa di famiglia e quelle che invece hanno iniziato da sole. Quelle che erano dipendenti e si sono licenziate e quelle che per troppo tempo hanno fatto solo le mamme e poi hanno deciso di dire basta. Dai racconti delle diverse storie si percepiscono in presa diretta le enormi difficoltà del fare impresa in Italia. Alla concorrenza impossibile dei cinesi si aggiungono la lotta contro ostacoli burocratici di ogni tipo, le enormi difficoltà di accesso al credito, i ritardi dei pagamenti della pubblica amministrazione, le persecuzioni del fisco. Eppure, in un percorso ad ostacoli che talvolta sembra terribile e infinito, molti progetti vanno avanti con successo, grazie alla «feroce, splendida determinazione» di molte donne. Lavorare per la visibilità. Questa stessa determinazione viene sempre più messa a servizio, oltre che della ricerca del proprio lavoro, di quella che per molte donne italiane è tornata ad essere un'occupazione permanente: la denuncia della propria condizione asimmetrica e la battaglia, a livello pubblico, per rivendicare l'importanza del proprio ruolo e il rispetto per la propria immagine. Anche su questo piano, le iniziative dal basso sembrano più autentiche ed efficaci di quelle prese sul piano istituzionale. Basta confrontare, per fare un esempio, la mostra Le donne che hanno fatto l'Italia, che si è aperta martedì scorso a Roma, presso il complesso del Vittoriano, nell'ambito delle celebrazioni sul centocinquantenario dell'unità, con la vitalità delle associazioni e reti femminili che stanno preparando la seconda manifestazione di Se non ora quando? domenica prossima a Roma. Da un lato, al Vittoriano, ci si trova di fronte ad un'esposizione di storie di donne italiane meno note oppure famose (una decina in tutto, tra cui Oriana Fallaci, Palma Bucarelli, Luisa Spagnoli, Santa Francesca Cabrini), che però fatica a creare una risonanza emotiva nel visitatore. E mette insieme, in uno spazio troppo angusto, balie e mondine, artiste e donne della Costituente, quadri e cappelli. Dall'altro, per strada, ci sono donne reali che mettono il loro tempo per portare in piazza le loro idee «su lavoro, maternità e servizi, rappresentanza e comunicazione». E proprio sulla convinzione che senza un lavoro specifico sulla comunicazione pubblica nulla potrà cambiare è appena nata Gi.U.Li.A, la Rete delle Giornaliste Libere Autonome (<http://giulia.globalist.it>). Quattrocento professioniste del palinsesto pubblico o free lance, sconosciute o famose, che saranno in piazza a Roma e che proprio in questi giorni hanno presentato il proprio manifesto. Obiettivo del network è monitorare il modo in cui le donne sono rappresentate nei media e proporre una narrazione diversa e più fedele della realtà delle donne. Nell'Italia sofferente di oggi c'è dunque la speranza che il cambiamento verrà, anche se dal "basso". Resta comunque un po' di amarezza. Quella di Angela Padrone, quando si chiede nel libro quale contributo le donne di cui parla «avrebbero potuto dare in contesti più avanzati, in mercati più dinamici, lavorando nell'ambito di grandi aziende dove l'obiettivo è l'eccellenza». E quella di chi non può fare a meno di pensare che i rapporti di forza nel nostro paese sarebbero stati drasticamente diversi se solo i professionisti della comunicazione avessero dato voce alla ricchezza e creatività del mondo femminile.

Fonte: europaquotidiano.it