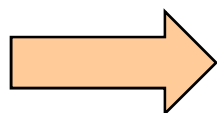


*Sessi e sessismo nei testi scolastici*  
*La rappresentazione dei generi*  
*nei libri di lettura delle elementari*

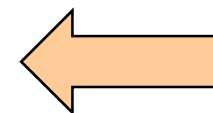


di Irene Biemmi

*Sessi e sessismo nei testi scolastici*  
*La rappresentazione dei generi*  
*nei libri di lettura delle elementari*



I termini chiave



SESSISMO: discriminazione secondo il sesso

SESSO: caratteristica fisica biologicamente definita

GENERE: insieme di fatti sociali, culturali e psicologici che si legano all'appartenenza ad uno dei due sessi



# La problematica: il tema della parità nei testi scolastici

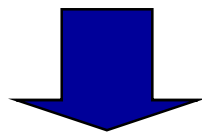
## La letteratura sul tema presente in Italia:

- ✚ GIANI GALLINO Tilde (1973), *Stereotipi sessuali nei libri di testo*, in “Scuola e città” n. 4.
- ✚ GIANINI BELOTTI Elena [a cura di] (1978), *Sessismo nei libri per bambini*, Milano, Edizioni Dalla parte delle bambine.
- ✚ PACE Rossana (1986), *Immagini maschili e femminili nei testi per le elementari*, Roma, Presidenza del consiglio dei ministri.
- ✚ SABATINI Alma (1987), *Il sessismo nella lingua italiana*, Roma, Presidenza del consiglio dei ministri
- ✚ ULIVIERI Simonetta (1990), *Stereotipi sessuali e libri di testo*, in “Nuovo Albero ad Elica”, n. 2.
- ✚ SERRAVALLE PORZIO Ethel [a cura di] (2000), *Saperi e libertà: maschile e femminile nei libri, nella scuola e nella vita*, Milano, Associazione Italiana Editori.
- ✚ ID. [a cura di] (2001), *Saperi e libertà: maschile e femminile nei libri, nella scuola e nella vita. Vademecum II*, Milano, Associazione Italiana Editori.



**Progetto Polite**  
(Pari Opportunità nei Libri di Testo)  
sito internet: [www.AIE.it/polite](http://www.AIE.it/polite)

*“Polite è un progetto europeo di autoregolamentazione per l’editoria scolastica nato con l’obiettivo di promuovere una riflessione culturale, didattica ed editoriale il cui esito sia quello di ripensare i libri di testo in modo tale che donne e uomini, protagonisti della cultura, della storia, della politica e della scienza siano presenti sui libri di testo senza discriminazioni di sesso”*



**CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE:**  
Linee guida per la produzione dei futuri libri di testo



# La mia ricerca

- Definizione dell'*oggetto di studio*: sessismo culturale (significati culturali connessi ai due generi);
- Il *tipo d'indagine*: analisi quantitativa e qualitativa;
- Il *campione analizzato*: testi di lettura per la classe quarta elementare delle maggiori case editrici italiane (De Agostini, Giunti, La Scuola, Nicola Milano, Fabbri, Raffaello, Piemme, Elmedi, Capitello, Piccoli).



# La mia ricerca

## ANALISI QUANTITATIVA di immagini e testi

- Frequenza di protagonisti maschili e femminili nelle storie
- Contesti in cui sono collocati i due generi (con particolare riferimento alla dicotomia spazio chiuso/spazio aperto)
- Termini usati per definire uomini e donne

## ANALISI QUALITATIVA

- Ruoli sociali attribuiti a uomini e donne;
- Tratti psicologici e comportamentali attribuiti ai due generi;
- Stereotipi culturali connessi al “maschile” e “femminile”



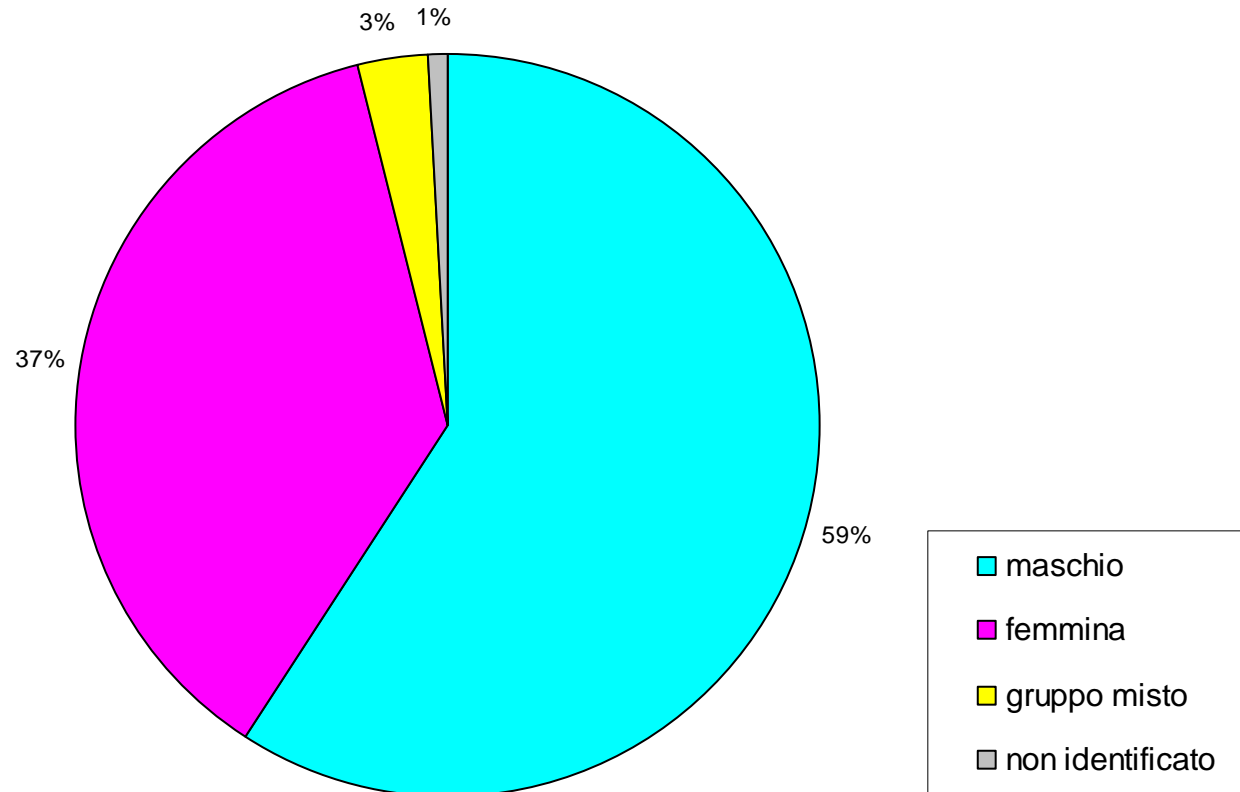
# 1. Analisi quantitativa

Costruzione di una griglia di analisi utile a studiare il **testo scritto** e il **testo visivo** (le immagini) relativamente ai seguenti aspetti:

- # Chi sono i personaggi della storia (*attori*)
- # Dove è ambientata la vicenda (*ambientazione*)
- # Quando si svolge la vicenda (*tempo*)



# Genere del protagonista: il problema dell'*invisibilità femminile*

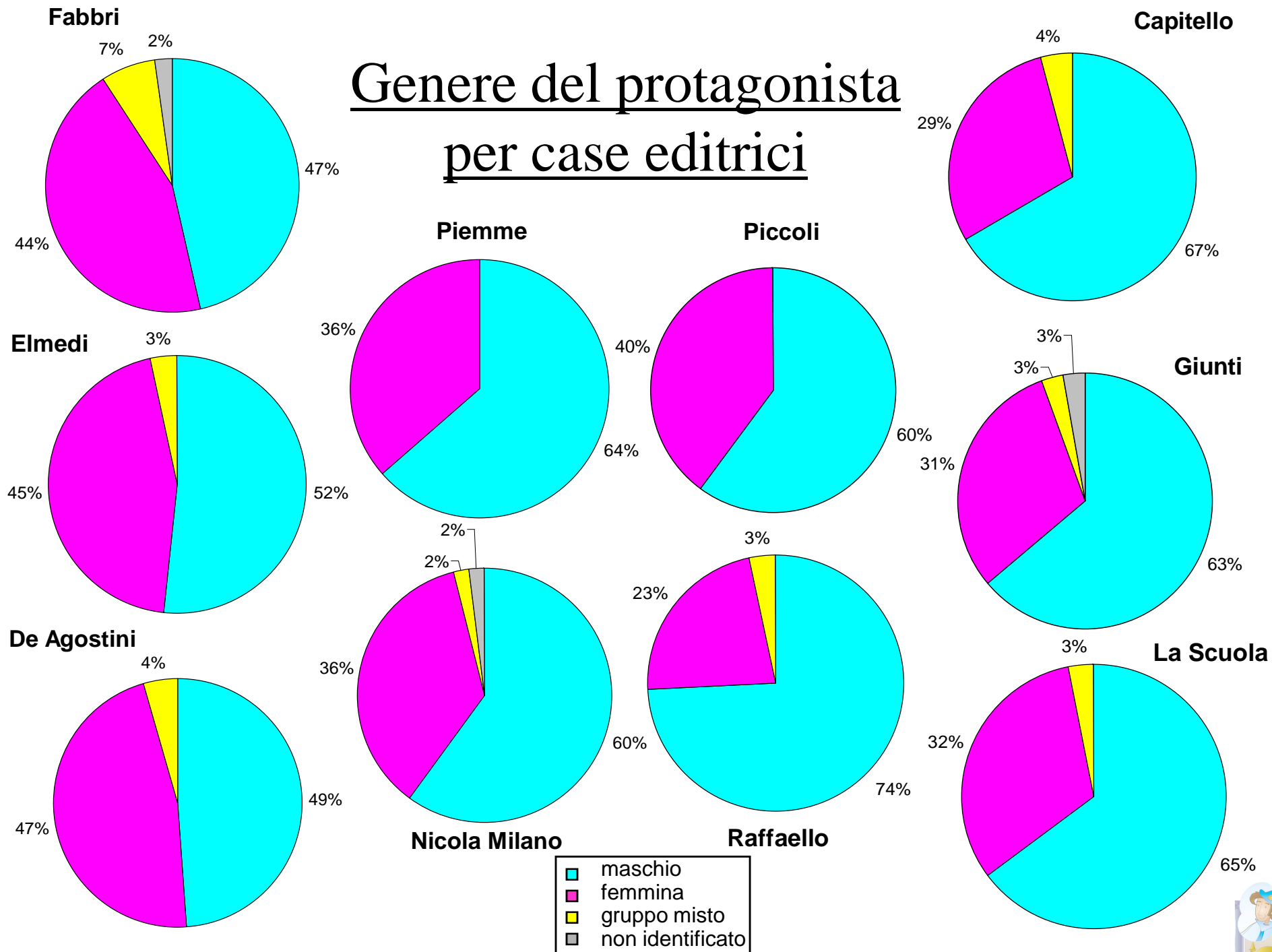


Ogni 10 protagoniste femmine ci sono 16 protagonisti maschi





# Genere del protagonista per case editrici





# Le professioni dei protagonisti



Ai protagonisti maschili delle storie sono attribuite **50 diverse tipologie professionali**, tra le quali: re, cavaliere, maestro, ferroviere, marinaio, mago, scrittore, dottore, poeta, giornalista, ingegnere, geologo, esploratore, scultore, architetto, bibliotecario, scienziato, medico, direttore d'orchestra, etc.

Alle protagoniste femminili soltanto **15 tipologie professionali**, tra le quali: “maestra” (in assoluto la più frequente), seguita da strega, maga, fata, principessa, casalinga, etc.



# Come vengono qualificati maschi e femmine?

## Il problema del “genere degli aggettivi” (A. Sabatini)

### ✚ **Aggettivi riferiti esclusivamente al genere maschile:**

sicuro, coraggioso, serio, orgoglioso, onesto, ambizioso, minaccioso, pensieroso, concentrato, brutto, avventuroso, autoritario, furioso, generoso, fiero, duro, egoista, iroso, virtuoso, tronfio, saggio, deciso, audace, libero, impudente.

### ✚ **Aggettivi riferiti esclusivamente al genere femminile:**

antipatica, pettegola, invidiosa, vanitosa, smorfiosa, civetta, altezzosa, affettuosa, apprensiva, angosciata, mortificata, premurosa, paziente, buona, tenera, vergognosa, silenziosa, servizievole, comprensiva, docile, deliziosa, delicata, disperata, ipersensibile, dolce, innocente.

### ✚ **Aggettivi riferiti ad entrambi i generi:**

felice, soddisfatto/a, curioso/a, contento/a, pauroso/a, gentile, timido/a, tranquillo/a, arrabbiato/a, permaloso/a, vivace, triste, dispettoso/a, socievole, bravo/a, allegro/a, preoccupato/a, spaventato/a, meravigliato/a.



# I giochi e le attività preferite



dei bambini

**I giochi:** il carro armato telecomandato, il razzo spaziale, il robot, giocare a carte, giocare col computer e con gli scacchi

**Gli sport:** calcio, nuoto, pallacanestro, hockey sul ghiaccio

**Le attività preferite:** andare in bicicletta, ascoltare la musica, cantare, disegnare, cavalcare, fare gli scherzi, guardare la tv, inventare storie, leggere fiabe e leggere libri di avventure, leggere fumetti.

... e delle bambine



**I giochi :** le bambole, la Barbie, gli scacchi, la dama.

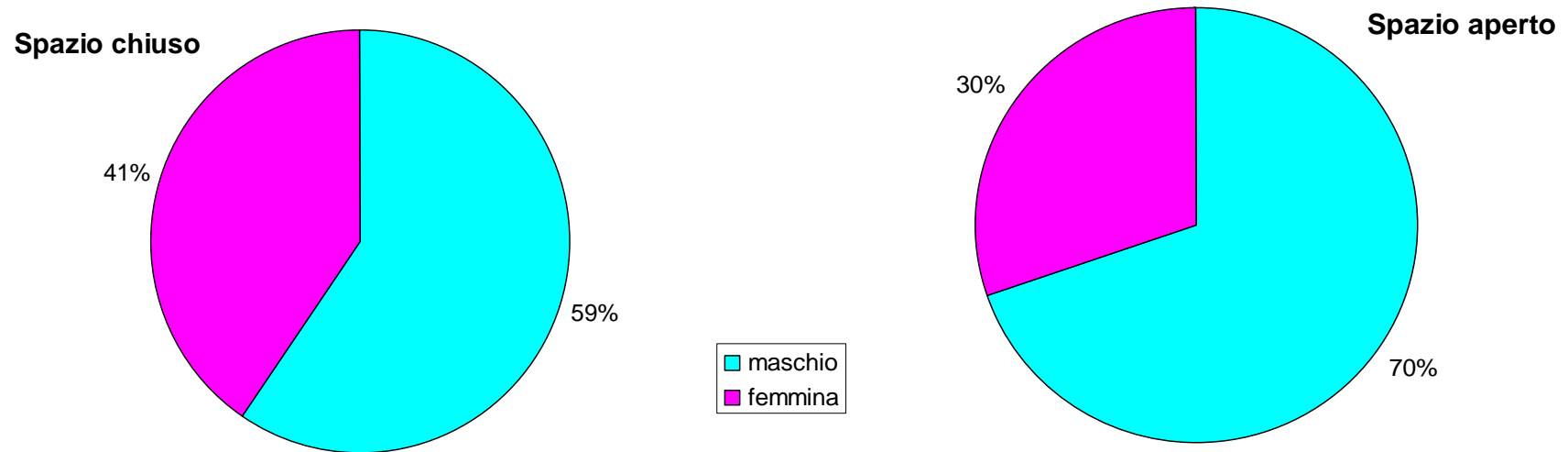
**Gli sport:** sci, pattinaggio, nuoto e pallacanestro.

**Le attività preferite:** ammirare la natura, correre per i sentieri di campagna, catalogare francobolli, catalogare cartoline, cucinare, fare le pulizie, disegnare, fare grandi feste, guardare la tv, leggere, recitare commedie, ricevere amici, ma anche costruire un barometro e fare piccoli esperimenti scientifici.

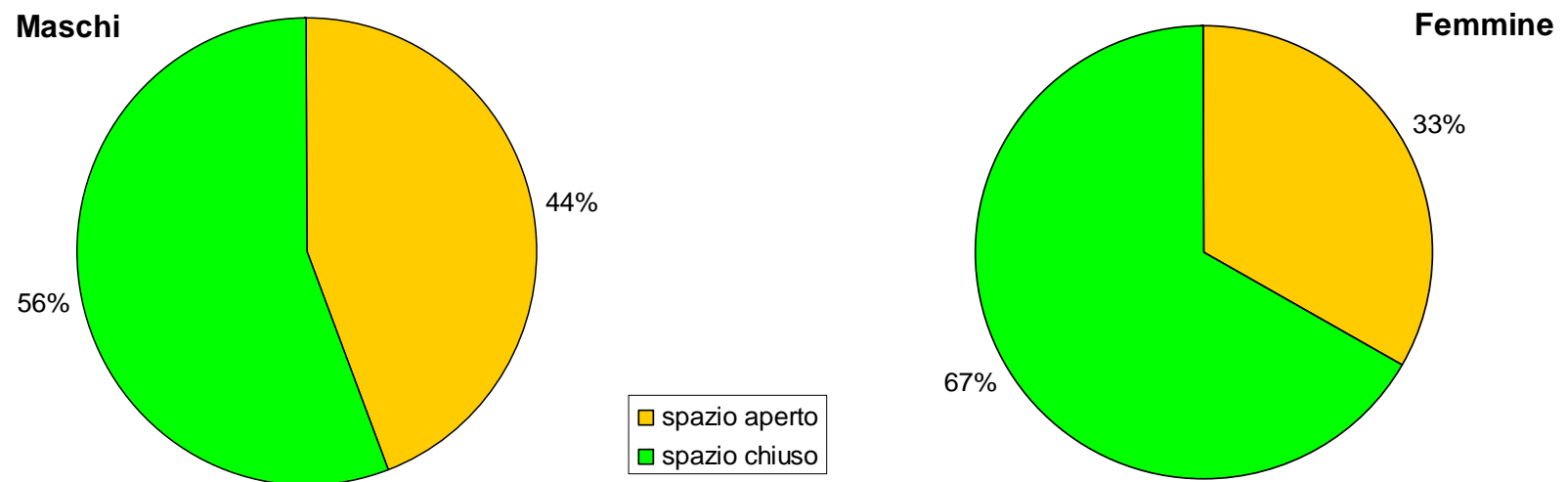


# Ambientazione

## Collocazione di maschi e femmine in spazi aperti e chiusi



## Distribuzione nello spazio dei protagonisti maschili e femminili



# Il testo visivo



- Le immagini che accompagnano i testi non fanno che confermare la situazione di disparità tra i sessi che emerge nelle storie;
- Esse sembrano voler **enfaticizzare i contenuti stereotipati dei testi** e, al tempo stesso, **sminuire i contenuti più innovativi**;
- Le incoerenze individuate tra immagine e testo determinano un effetto analogo: quello di sminuire/contrastare i contenuti anticonvenzionali proposti dai testi in merito a figure femminili.



## 2. Analisi qualitativa: le connotazioni del femminile e del maschile

1) Individuazione di  
**stereotipi sessisti**

2) Individuazione di  
**modelli anticonvenzionali o  
paritari**

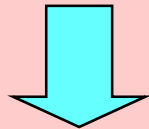
o Stereotipi/Antistereotipi relativi all'attribuzione di *caratteristiche psicologiche e comportamentali* differenziate a seconda del genere;  
o Stereotipi/Antistereotipi relativi alla *spartizione rigida dei ruoli in ambito socio-professionale e familiare*.



# Funzione degli stereotipi/antistereotipi nel testo

Il modello stereotipato applicato a uomini o donne nel testo può essere:

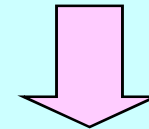
- Accettato passivamente (come se fosse “normale” e quindi imm modificabile)
- Approvato (come se fosse positivo)
- Criticato (messo in discussione)



- **Sessismo forte:** lo stereotipo di genere viene accettato passivamente.
- **Sessismo:** lo stereotipo di genere è approvato.
- **Antisessismo:** lo stereotipo di genere viene criticato.

Il modello paritario (anticonvenzionale) di maschio/femmina può essere:

- ❖ Accettato passivamente
- ❖ Approvato
- ❖ Criticato (ridicolizzato in quanto deviante dai modelli tradizionali)



- ❖ **Neutro (paritario):** l'antistereotipo di genere viene accettato acriticamente (la parità uomo/donna viene data per scontata).
- ❖ **Anticonvenzionale positivo:** l'antistereotipo di genere viene approvato.
- ❖ **Anticonvenzionale negativo (o antiparitario):** l'antistereotipo di genere viene criticato.





# La “scala di sessismo”

- 1) Stereotipo accettato (**sessismo forte**)
- 2) Stereotipo approvato (**sessismo**)
- 3) Antistereotipo criticato (**anticonvenzionale negativo o antiparitario**)
- 4) Stereotipo criticato (**antisessismo**)
- 5) Antistereotipo approvato (**anticonvenzionale positivo**)
- 6) Antistereotipo accettato (**caso neutro o paritario**)



# Analisi qualitativa: le connotazioni del femminile e del maschile

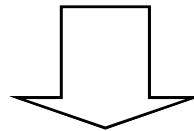
<b>Stereotipi di genere</b>		
	<b>Riferiti al genere femminile</b>	<b>Riferiti al genere maschile</b>
<b>Caratteristiche psicologiche e comportamentali</b>	Femmine emotive, premurose, paurose, piagnucolose, educate, buone, ingenuie, servizievoli, vanitose	Maschi forti, avventurosi, coraggiosi, attivi, indipendenti, astuti, sicuri di sé
<b>Ruoli</b>	Cura della casa e dei figli	Lavoro

<b>Antistereotipi di genere</b>		
	<b>Riferiti al genere femminile</b>	<b>Riferiti al genere maschile</b>
<b>Caratteristiche psicologiche e comportamentali</b>	Bambine coraggiose, attive, avventurose, disubbidienti, fantasiose, creative, intraprendenti, sportive, esperte di computer Donne decise, intelligenti, spiritose, astute, sicure di sé	Pochi bambini timidi e insicuri
<b>Ruoli</b>	Donne che lavorano (e che non hanno tempo da dedicare ai figli)	Nessun antistereotipo rilevato



# Conclusioni

- Il modello femminile sta cambiando
- Il modello maschile aderisce rigidamente agli stereotipi tradizionali



La parità è ancora intesa come omologazione del femminile al maschile

*“Per «parità» non si intende «adeguamento» alla norma «uomo», bensì reale possibilità di pieno sviluppo e realizzazione per tutti gli esseri umani nella loro diversità. Molte persone sono convinte di ciò, eppure si continua a dire che «la donna deve essere pari all’uomo» e mai che «l’uomo deve essere pari alla donna» e nemmeno che «la donna e l’uomo (o l’uomo e la donna) devono essere pari»: strano concetto di parità questo in cui il parametro è sempre l’uomo.”*

(Sabatini, 1987, p. 103)

