

Corso di formazione sul tema degli stereotipi, della parità di genere e dell'educazione al rispetto

a cura di Irene Biemmi

in collaborazione con edizioni Giralangolo collana "Sottosopra"

Modulo 1

Costruiamo un "vocabolario di genere"

Durante il primo incontro saranno chiarite preliminarmente le nozioni di sesso, genere, differenze sessuali, differenze di genere, sessismo, stereotipo, pregiudizio, discriminazione. L'obiettivo è quello di fornire ai/alle partecipanti un vocabolario comune che espliciti al tempo stesso l'ottica (pedagogico-educativa) con cui si intende affrontare il tema delle pari opportunità: le differenze tra uomini e donne – che si configurano tradizionalmente in termini di disparità di un sesso sull'altro – non sono un dato biologico, innato, ma sono il frutto di un condizionamento socio-culturale messo in atto da varie agenzie di socializzazione e di educazione (la famiglia, la scuola, il gruppo dei pari, i mass media).

Proposte Sottosopra per lavorare sulla differenza tra sesso e genere; per sfatare alcuni luoghi comuni sui maschi e sulle femmine e più in generale per imparare a decostruire stereotipi e pregiudizi: Il pianeta stravagante; Piccole pesti; L'abominevole orsetto delle nevi; Il trattore della nonna; Sono una ragazza!

Modulo 2

Principi azzurri e Belle addormentate: stereotipi di genere nei libri di testo e nella letteratura per l'infanzia

Esiste un mondo popolato da valorosi cavalieri, dotti scienziati e padri severi ma anche da madri dolci e affettuose, casalinghe felici, streghe e principesse. Questo universo fantastico è quello con cui si interfacciano quotidianamente i bambini e le bambine che frequentano le elementari, quando leggono le storie raccolte nei loro libri di lettura. Nel Duemila la scuola italiana continua a tramandare modelli di mascolinità e femminilità rigidi e anacronistici. Durante l'incontro verranno presentati i risultati di una ricerca condotta da Biemmi su un campione di libri di lettura della scuola primaria, che testimoniano l'urgenza di liberare le nuove generazioni da un immaginario di Principi azzurri e Belle addormentate nel bosco che inizia a stare un po' stretto, sia ai maschi sia alle femmine.

Proposte Sottosopra per ribaltare il cliché del Principe azzurro e della Bella addormentata: Il principino scende da cavallo; La principessa e il drago; Biancaneve e i 77 nani

Modulo 3

"Il ministro è diventata mamma": il sessismo nella lingua italiana

Nel terzo incontro si focalizzerà l'attenzione sul tema del sessismo linguistico. Si farà in particolare riferimento ai lavori della linguista Alma Sabatini che nella seconda metà degli anni '80 ha inaugurato un nuovo filone di studi in Italia con il volume *Il sessismo nella lingua italiana*. L'assunto da cui si parte è che il linguaggio non è un semplice strumento di comunicazione, ma è soprattutto uno strumento di percezione e di classificazione della realtà che condiziona il pensiero dei parlanti. Uno dei condizionamenti più forti perpetrati attraverso la lingua è quello di genere. La lingua italiana è basata su un principio androcentrico: l'uomo è il parametro attorno a cui ruota e si organizza l'intero universo linguistico. Il sessismo linguistico trova oggi potenti canali di diffusione nei mass media (stampa, tv, internet). Occorre quindi imparare a decostruire gli stereotipi di genere che passano attraverso la lingua e sperimentare modalità comunicative nuove, rispettose delle identità di genere e non discriminanti nei confronti di nessun gruppo sociale.

Proposte Sottosopra per parlare di linguaggio di genere e di mestieri "da donna" e "da uomo": Il grande libro dei mestieri; Amelia che sapeva volare; Tifo Lupotti; Chi trova un tesoro trova un pirata; Arriva la mamma!; Un compleanno nella giungla

Modulo 4

Mondo rosa per lei, mondo azzurro per lui: stereotipi di genere nella pubblicità televisiva rivolta all'audience infantile

I mass media si affermano oggi come una potente agenzia di socializzazione per le nuove generazioni in grado di creare e diffondere su larga scala una definizione e una rappresentazione della realtà che si affianca a quella proposta dalla famiglia e dalla scuola. L'incontro sarà dedicato ad analizzare il rapporto tra mass media e socializzazione ai ruoli di genere, andando ad esaminare i modelli di femminilità e mascolinità veicolati dal mezzo televisivo, con particolare riferimento alla pubblicità televisiva destinata all'audience infantile. Costateremo che gli stereotipi di genere presenti nella pubblicità sono potenzialmente più dannosi per i maschi che per le femmine: mentre lo stereotipo femminile ha tratti pacifici (calma, cooperazione, gioia, tenerezza), l'immagine maschile è basata sull'aggressività, la lotta, la belligeranza.

Proposte Sottosopra per parlare dell'identità maschile: Una bambola per Alberto; Il re che non voleva fare la guerra; Lunghicapelli

Per informazioni

✉ giralangolo@edt.it ☎ 011 5591820 / 011 5591826

Giralangolo - EDT srl 17 via Pianezza, 10149 Torino