

APPROCCIO DI GENERE IN CONTESTI DI ITALIANO L2: UNA PROPOSTA DIDATTICA A PARTIRE DALLO SPOT *PUNTO SU DI TE* REALIZZATO DA “PUBBLICITÀ PROGRESSO”

Paola Santarsiere¹

1. INTRODUZIONE

L'unità didattica progettata a partire dallo spot *Punto su di te* realizzato da “Pubblicità progresso”² nasce dalla constatazione che su molti manuali sono presenti stereotipi di genere e dalla necessità di trattare in modo significativo questioni legate al genere, dagli stereotipi alla disparità, anche in contesti di insegnamento dell'italiano come lingua seconda. Infatti, l'insufficienza o l'inadeguatezza del materiale didattico volto all'educazione alla parità di genere è una problematica ormai nota e dimostrata dalla pedagogia di genere, dagli studi di genere e di linguistica³. In particolare, gli studi incentrati sull'analisi dei libri di testo scolastici hanno portato a risultati sconcertanti: il genere maschile è più rappresentato del genere femminile, sia nelle illustrazioni sia nel testo; i ruoli sociali continuano ad essere stereotipati, al maschile si associa la sfera pubblica e, al femminile la sfera privata; l'uomo si associa ad un ruolo attivo e la donna ad un ruolo passivo. Si continua a diffondere l'idea che esistano spazi, attività e funzioni differenti associati agli uomini e alle donne. La maggiore discriminazione nei confronti delle donne si evince sulla tematica del lavoro; infatti, mentre agli uomini vengono associate varie tipologie professionali, alle donne sono concesse possibilità lavorative limitate, economicamente e socialmente poco soddisfacenti (Biemmi, Mapelli⁴, 2023: 113). Le stesse considerazioni sono emerse dall'analisi dei manuali di italiano L2/LS, nei quali continuano a persistere stereotipi nella rappresentazione di genere (Angelini, Tarantola, 2020: 9). Si tende a imitare modelli stereotipati anche in ciò che riguarda la personalità e i tratti socio-emozionali; inoltre, è emerso il modo in cui le immagini contribuiscono a rafforzare i contenuti testuali (la rappresentazione della donna casalinga e dell'uomo in tutti gli altri contesti) e come il linguaggio è stato identificato come l'ostacolo principale al processo di identificazione delle bambine (Biemmi, Mapelli, 2023: 114-115).

¹ Università degli Studi di Torino.

² Campagna pubblicitaria presentata a Milano nel corso della nona Conferenza Internazionale della Comunicazione Sociale nel 2013.

³ I principali studi condotti finora si possono suddividere in: sull'uso di una lingua e di una didattica inclusiva si vedano Sabatini (1986), Sabatini (1987), Boschetto (2015), Adamo, Zanfandro, Tigani Sava (2019), D'Achille (2021), Acanfora (2021), Acanfora (2022), Gheno (2022), Cerrato (2024); per i risultati degli stereotipi emersi dall'analisi dei libri scolastici in uso si rimanda a Pace (1986), Serravalle Porzio (2000), CISEM (2000), Biemmi (2010), Corsini, Scerri (2016), Biemmi (2017), Bachis (2020), Biemmi, Mapelli (2023); per uno studio più generale sugli stereotipi presenti nei testi e nei media si veda Moschini (2005); per i risultati degli stereotipi emersi nei manuali di italiano L2/LS si vedano Angelini, Tarantola (2020), Sabatini (2022). Infine, per studi e progetti volti alla regolamentazione per l'editoria scolastica si vedano il progetto POLITE (1998), Sapegno (2014), Linee guida del MIUR (2017), Biemmi (2024), Zambotti, Traversa (2021). In aggiunta, si vedano i riferimenti bibliografici del presente contributo.

⁴ Per un'analisi dettagliata delle indagini realizzate sui manuali in uso e delle linee guida per la produzione di materiali orientati alla parità di genere si rimanda in particolare alle pagine 109-120 del testo citato.

Rappresentazioni stereotipate e anacronistiche che sembrano riflettere le aspettative sociali sui ruoli e sulle professioni, che sono presenti a partire dai testi in uso nella scuola primaria. Sembrerebbe che in Italia le questioni relative alla parità di genere e alla discriminazione di genere non siano state abbastanza elaborate dalla maggior parte dell'opinione pubblica e dagli editori scolastici (ivi: 118-119). In particolare, i manuali di didattica dell'italiano presi in esame presentano un'impostazione discriminatoria e sessista sia per ciò che riguarda l'uso della lingua sia per la narrazione stereotipata della società italiana, con riferimento all'immagine e alla posizione sociale della donna italiana (Sabatini, 2022: 48). Nei testi analizzati si evince un'impostazione linguistica discriminatoria e sessista nelle letture, negli esercizi, nella formulazione delle consegne, per ciò che riguarda gli elementi socioculturali, «in particolare nei livelli avanzati si sono rintracciati alcuni degli esempi di pratiche maggiormente discriminatorie per cui risulta del tutto assente una riflessione socioculturale rivolta alla decostruzione degli stereotipi» (ivi: 55). Bisogna, invece, guardare la prospettiva di genere come una risorsa per avviare il proprio progetto di vita, prendendo consapevolezza del fatto che i ruoli possono trasformarsi e che tali cambiamenti individuali si inseriscono all'interno di una realtà collettiva e in costante divenire (Biemmi, Mapelli, 2023: 141).

La dimensione di genere – e la riflessione sulle relazioni di genere che esso implica – offre l'accesso ad una costellazione complessa di significati e di esperienze: è guardando attraverso di essa che è possibile articolare la molteplicità di differenze che stratificano i posizionamenti individuali e sociale della contemporaneità. Nella pratica pedagogica deve infatti trovare posto un tipo di educazione che sia in grado di decostruire i modelli dominanti, e che sappia ripensare i generi quali costruzioni sociali per farli diventare processi consapevoli, oggetti di apprendimento critico da parte delle nuove generazioni (Gamberi, Maio, Selmi, 2010: 27).

Si tratta di aspetti che diventano sempre più complessi nella società multietnica in cui viviamo e di conseguenza occorre ripensare i manuali e i materiali didattici con proposte mirate all'educazione alla parità, all'interno di un più ampio approccio volto all'educazione alla cittadinanza anche nei contesti di italiano L2⁵. Inoltre, educare alla parità di genere può svolgere un ruolo determinante sulla prevenzione della violenza contro le donne, aspetto sottolineato anche dalle Linee Guida Nazionali (art. 1 comma 16 L. 107/2015), di cui riporto il seguente estratto:

La Convenzione del Consiglio d'Europa sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica, ratificata dall'Italia con la legge 27 giugno 2013, n. 77, riconoscendo che la violenza contro le donne è una manifestazione dei rapporti di forza storicamente diseguali tra i sessi, che hanno portato alla dominazione sulle donne e alla discriminazione nei loro confronti da parte degli uomini e impedito la loro piena emancipazione, e che il raggiungimento dell'uguaglianza di genere *de jure* e *de facto* è un elemento chiave per prevenire la violenza contro le donne, impegna le Parti a “intraprendere le azioni necessarie per includere nei programmi scolastici di ogni ordine e grado dei materiali didattici su temi quali la parità tra i sessi, i ruoli di genere non stereotipati, il reciproco rispetto, la soluzione non violenta dei conflitti nei rapporti interpersonali, la violenza contro le donne basata sul genere e il

⁵ Sulla necessità e l'importanza di inserire temi di educazione civica e di cittadinanza nei corsi di italiano L2, si rimanda al contributo di Borri (2021).

diritto all'integrità personale, appropriati al livello cognitivo degli allievi" (art. 14). (MIUR, 2017:10)

Una pedagogia che intende guidare alle relazioni responsabili e che riesca ad orientare le vite di ognuno può rivelarsi un antidoto contro i pregiudizi e le forme di violenza che si possono generare, di cui ogni essere umano può essere portatore o bersaglio (Biemmi, Mapelli, 2023: 148). Prima di mettere in pratica quanto emerge dagli studi di pedagogia di genere, sarebbe utile chiedersi che cosa sia la "parità di genere" e quali siano gli approcci più utili per inserire tale questione in una classe multietnica e multiculturale.

Parità di genere significa dare a tutti e tutte le medesime opportunità di scelta e di realizzazione di sé. Non si tratta di fare le stesse cose o adottare gli stessi comportamenti. E non consiste nemmeno nell' adeguarsi in modo stereotipato a modelli che vengono direttamente o indirettamente proposti. Parità vuol dire che si possano trovare, nel percorso di crescita, i supporti utili, siano essi di carattere concettuale o reale, che generino relazioni simmetriche ed equilibrate, qualsiasi sia la scelta di genere compiuta, per avvicinarsi sempre più ad essere se stessi e se stesse. (Nicolini, 2024: 70)

Pari opportunità, realizzazione e consapevolezza del sé, relazioni simmetriche: concetti chiave che dovrebbero essere alla base di una didattica attenta all'educazione alla parità. In che modo è possibile realizzare una reale educazione alla parità e anche al rispetto delle differenze? Attraverso una profonda riflessione sui concetti stessi di uguaglianza e differenza, incoraggiando non solo a superare ruoli sociali e stereotipi, ma anche a percepire le differenze come ricchezza e non come fondamento di discriminazioni (MIUR, 2017: 10-11). Per costruire un sapere critico sarebbe, quindi, rilevante che gli studenti e le studentesse fossero guidati a prendere consapevolezza della differenza di genere e dei ruoli sociali attribuiti ai due sessi, attraverso un'analisi degli stereotipi e dei pregiudizi che spingono a comportarsi secondo un dato schema normativo (Sapegno, 2014: 8). Questioni che si rivelano estremamente complesse nei contesti di apprendimento della lingua italiana L2 in quanto sono presenti apprendenti provenienti da realtà storiche, culturali e religiose molto differenti tra loro e anche rispetto al panorama italiano. Inoltre, studiare in una società in cui la parità di genere sembra essere un'utopia potrebbe incidere in modo negativo sul livello di motivazione dell'apprendente, in particolare da parte di chi proviene da contesti in cui vi è una maggiore promozione di una cultura della non discriminazione (Sabatini, 2022: 52).

L'immigrazione e il multiculturalismo hanno fatto emergere ancora una volta quanto sia complessa la condizione delle donne e quanto la parità di genere, considerata uno standard liberale, non trovi lo stesso riscontro nelle altre culture (De Majo, 2014: 55). Ecco perché risulta sempre più urgente inserire percorsi di cittadinanza in contesti di italiano L2, non solo per promuovere l'uguaglianza di genere ma anche per favorire una piena integrazione con la cultura di arrivo. Proporre alle/agli apprendenti l'opportunità di riconoscere e decostruire i discorsi sul genere vigenti nella cultura di appartenenza come in quella della lingua di studio, dovrebbe portare a una rappresentazione realistica dei ruoli di genere nella società di arrivo ma anche di esplorare discorsi e identità alternative (Cognigni, 2022: 30). Soprattutto è importante che gli apprendenti prendano consapevolezza di quanto sia difficile attuare la parità di genere e di quale sia la situazione in Italia e in Europa che, nonostante gli sforzi e le leggi, sono ancora lontane dal poter affermare il raggiungimento di tale obiettivo.

Quale approccio utilizzare? Gli studi di genere hanno dato un contributo determinante alla didattica delle lingue seconde, così come emerge dall'articolo di Cognigni (2022); il

secondo paragrafo dedicato all'“approccio di genere alla didattica dell'italiano L2”, a partire dalle ricerche di Pavlenko (2004), risulta particolarmente utile allo scopo proposto dal presente studio. Pavlenko (2004), individua tre principi applicabili all'ambito della ricerca su apprendimento e insegnamento delle lingue, principi che Cognigni (2022) estende allo studio delle dinamiche sociolinguistiche e glottodidattiche nei contesti plurilingui e multiculturali: inclusività, impegno, autenticità.

Il principio dell'inclusività si riferisce alla necessità di prendere consapevolezza dei contesti socioculturali di partenza degli apprendenti e, quindi, delle varie rappresentazioni delle differenze di genere. Il principio dell'impegno o della capacità di impegnarsi va inteso come occasione di “mettersi in gioco”, «assumendo anche il rischio che, attraverso l'apprendimento di una lingua-cultura altra si possa arrivare a modificare le proprie convinzioni, abitudini, modi di essere» (Cognigni, 2022: 30). Il principio dell'autenticità fa leva sul fatto che l'insegnamento delle lingue seconde deve riuscire a innescare una “consapevolezza multivoce” che possa offrire la possibilità di «reinterpretare le proprie appartenenze socioculturali attraverso altre prospettive e co-costruire nel confronto con l'alterità una reale competenza interculturale». A questi principi se ne aggiunge un quarto, ovvero l'investimento sociale (proposto da Norton, 1995), inteso come un investimento sulla propria identità, in costante mutamento nello spazio e nel tempo; concetto che rivaluta la dimensione soggettiva dell'apprendente e la trasformazione che una L2 può provocare sull'identità sociale (ivi: 31). Un percorso didattico guidato da tali principi dovrebbe condurre alla riscoperta del concetto stesso di parità, ma anche al concetto di educazione alla complessità e alla molteplicità. È necessario assumere diversi punti di osservazione, superare le differenze tra i generi e il dualismo tra i concetti di maschile e femminile (Biemmi, Mapelli, 2023: 59).

Nella progettazione di materiali didattici che tengano conto di questi aspetti e dei principi dell'inclusività, dell'autenticità, dell'impegno e dell'investimento sociale da parte dell'apprendente, bisogna impiegare un approccio che sia critico e di conseguenza è necessario che sia situato, contestualizzato e che sia attento alla percezione diversa del concetto di genere degli attori implicati (Cognigni, 2022: 34). Risulta determinante anche educare alla riflessione linguistica, attraverso la comprensione del valore delle parole e dell'uso che si può fare per rappresentare la realtà. Educare all'uso adeguato della lingua può contribuire in modo decisivo al raggiungimento della parità di genere; la lingua che acquisiamo nasce da un determinato sistema e «chi impara una lingua, a partire dalla madrelingua, acquisisce subito anche la relazione del potere che tale lingua rappresenta» (Cavagnoli, 2022).

Chi apprende è inserito però sempre in un contesto comunicativo, nel quale sente le parole e interpreta i significati collegati. In tal senso si costruisce un vocabolario che riflette il pensiero, le credenze, le ambiguità di chi quella lingua parla e arricchisce. Vede il mondo attraverso le parole di chi gli/le sta accanto, di chi si prende cura di lui/lei, di chi insegna. Impara le parole degli/delle altri/e, e le fa proprie, credendo in tal modo di conoscere il vocabolario in modo oggettivo, non soggettivo. [...] Si impara inseriti in cornici cognitive che ci aiutano (ma ci imbrigliano) nella costruzione della conoscenza che mai è neutra, sempre segnata da concetti e significati che si esprimono attraverso le parole di quella determinata comunità linguistica (ivi: <https://sanoma.it/articolo/fozionet/lingua-linguaggio-e-genero>).

A partire da queste riflessioni è stata progettata l'unità didattica che si propone come materiale per educare alla parità di genere in contesti di apprendimento di italiano L2.

2. PRESENTAZIONE DELL'UNITÀ DIDATTICA

L'unità didattica qui proposta ruota intorno allo spot *Punto su di te* realizzato da *Pubblicità progresso* a partire dal 2013. La finalità dello spot in questione è di informare e sensibilizzare lo spettatore sul tema della disparità di stipendio tra uomo e donna e sulla differenza del trattamento di genere in ambito lavorativo.

Pubblicità Progresso intende valorizzare la diversità di genere, raggiungendo due obiettivi. Da un lato, una maggiore consapevolezza delle donne circa i propri diritti, le proprie aspettative e potenzialità: è questo il primo passo verso la difesa di un'identità e di un ruolo più equilibrato e complementare nella società. Dall'altro, la presa di coscienza da parte degli uomini sugli effetti di certi loro atteggiamenti e comportamenti, e di come questi debbano essere superati: è solo a questa condizione che le donne possono rappresentare un vero contraltare con cui misurarsi in modo equo e costruttivo per il benessere di tutta la società.

(<https://www.pubblicitaprogreso.org/news/punto-su-di-te/>)

Lo spot pubblicitario (e la pubblicità in generale) come punto di partenza per creare del materiale didattico offre all'apprendente l'occasione di immergersi nella cultura della lingua studiata. Un messaggio pubblicitario nasce per attirare l'attenzione dello spettatore e per questo risulta una risorsa notevole per coinvolgere dinamicamente l'apprendente. Dal punto di vista didattico la pubblicità promuove le mete educative e glottodidattiche. Inoltre, attraverso l'analisi del messaggio pubblicitario si può riflettere sulla comunicazione verbale e non verbale (Granziero, 2002: 15-16). È ormai consolidato che l'impiego del materiale pubblicitario risulta un metodo efficace per insegnare una lingua straniera, in particolare per tre motivi: per la familiarità dell'apprendente con gli audiovisivi; per la brevità e chiarezza discorsiva che facilitano la memorizzazione e la comprensione; per la capacità motivazionale. In questo modo, il docente può integrare o ampliare argomenti assenti sui libri di testi (Giusto, 2020: 8-9). Le potenzialità degli audiovisivi come strumenti efficaci nell'insegnamento delle lingue sono ampiamente dimostrate dagli studi di neurolinguistica, di psicologia del linguaggio e di glottodidattica⁶.

In alcuni manuali di italiano L2/LS analizzati si nota la presenza di attività sporadiche mirate a riflettere sulla tematica della parità di genere in ambito lavorativo, ma si tratta di percorsi incompleti e insufficienti a trattare la rappresentazione delle donne nel mondo professionale dato che manca una struttura critica per affrontare tale argomento (Sabatini, 2022: 38). Per questo motivo si vuole proporre una unità progettata interamente a questo scopo a partire dallo spot *Punto su di te*, che offre la possibilità di riflettere in modo critico sulla tematica del lavoro da un punto di vista completamente diverso dalla solita modalità presentata sui libri di testo in uso. La campagna realizzata da Pubblicità progresso fa emergere una realtà decisamente sconcertante: i protagonisti, Anna e Claudio, partecipano ad un colloquio di lavoro per la medesima posizione e sono interpretati da un'unica attrice che viene truccata e vestita da uomo per interpretare il personaggio maschile, per ricalcare quanto il solo impatto visivo legato a un uomo o a una donna produca differenti reazioni nel datore di lavoro. Ciò che si evince dalle registrazioni dei due colloqui (effettuate con telecamere nascoste) è che il datore di lavoro assume un atteggiamento decisamente discriminante nei confronti della donna: il selezionatore si dichiara disponibile ad accettare la richiesta di retribuzione del candidato uomo, trovando invece eccessiva la richiesta della

⁶ Sulle teorie e sugli approcci impiegati per strutturare una proposta didattica a partire da materiale audiovisivo si rimanda agli studi di neurolinguistica, di psicologia del linguaggio e di glottodidattica analizzati nel mio intervento: Santarsiere (2025).

donna (identica a quella proposta dall'uomo), alla quale, nell'ultima battuta, si rivolge dandole persino del tu, sottolineandone la presunta inferiorità.

L'unità didattica si propone di guidare il dibattito sulla dis/parità di genere in classe di italiano L2 attraverso non solo l'analisi dettagliata dello spot pubblicitario ma anche tramite la lettura di testi, materiali e attività che ruotano attorno alla tematica della disuguaglianza di stipendio tra uomo e donna in Italia e in Europa. La varietà di lingua usata dallo spot è l'italiano standard, l'unità didattica proposta è pensata per un livello B1 ed è fruibile sia in contesti accademici sia in contesti migratori. La tematica dello spot viene presentata in maniera progressiva attraverso esercizi di diversa tipologia (completamento, combinazione, comprensione ecc.) e testi autentici (articoli e illustrazioni tratti dal sito web ufficiale del Parlamento europeo). All'interno dell'unità sono presenti i link degli spot e altri link che indirizzano l'apprendente ad approfondire ulteriormente gli argomenti trattati, in modo tale da poter usufruire anche di una espansione digitale del percorso proposto. Secondo la classificazione effettuata da Sabatini per analizzare le consegne presenti nei testi presi in esame, si è scelto di impiegare nella presente proposta didattica «consegne neutre (o generiche), che non presentano nessun riferimento al genere delle persone» (Sabatini, 2022: 23) per includere anche apprendenti che non si riconoscono in nessuno dei due generi e favorire una più ampia inclusione.

Le componenti grammaticali presenti nell'unità didattica sono da considerarsi un approfondimento delle nozioni pregresse. Sia le funzioni grammaticali che il lessico vengono presentati in modo graduale per permettere allo studente un progressivo incremento espressivo delle proprie capacità di produzione orale, per mezzo di giochi di ruolo, lavori in coppia o in gruppo, proposte di discussione interculturale e un cruciverba finale. L'unità didattica propone all'apprendente lo studio del lessico che riguarda il mondo del lavoro e dei termini per parlare della dis/parità di genere. Per quanto riguarda le funzioni, l'obiettivo è quello di fornire all'apprendente non solo i mezzi per poter condurre una riflessione e per poter argomentare sulla tematica delle discriminazioni di genere ancora presenti nel mondo del lavoro, ma anche saper parlare della propria esperienza formativa e professionale attraverso la compilazione del *curriculum vitae*, e saper affrontare un colloquio di lavoro.




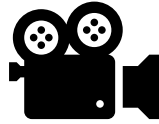


All'interno dell'unità sono presenti approfondimenti del passato prossimo, del condizionale e delle forme di cortesia. Ulteriori attività riguardano aspetti della civiltà, dallo studio di alcuni modi di dire all'analisi degli articoli della Costituzione italiana incentrati sull'affermazione della parità di genere. Inoltre, l'unità didattica è elaborata cercando di inglobare i principi dell'inclusività, dell'autenticità, dell'impegno e dell'investimento sociale citati nel capitolo precedente.

La struttura delle attività proposte ricalca lo schema globalità-analisi-sintesi. In particolare, nella fase della globalità vengono proposti diversi esercizi (esercizi 1-6) volti all'esplorazione delle parole chiave delle tematiche affrontate nell'unità didattica e anche attività che intendono guidare l'apprendente alla comprensione puntuale del lessico legato al mondo del lavoro e alla dis/parità di genere. Si prosegue con la seconda fase (esercizi 7-14) attraverso la visione della prima parte dello spot pubblicitario, in cui si chiede all'apprendente di ipotizzare l'esito dei colloqui di lavoro dei due candidati e di confrontare le ipotesi avanzate in seguito alla visione della seconda parte dello spot, in cui si evince la discriminazione di genere. In particolare, l'analisi dello spot è suddivisa in tre fasi: la prima fase dello spot consta di sole immagini (esercizio 9), nella seconda fase dello spot si riscontra un rapporto complementare tra testo e immagini (esercizio 10), mentre nello spot completo (esercizio 14) il rapporto tra testo e immagine è decisamente ridondante. Gli esercizi proposti in questa fase sono mirati all'analisi dello spot, del messaggio che vuole diffondere, alla riflessione sulla tematica proposta allargando il

dibattito alla dimensione europea e allo sviluppo della competenza linguistica. Per la terza fase (esercizi 15-24) vengono proposti una serie di esercizi e attività che si propongono di sviluppare nell'apprendente la competenza comunicativa e sociopragmatica. A chiudere l'unità didattica sono gli esercizi 25, in cui si propone una riflessione conclusiva a partire dalla lettura degli articoli 3, 37 e 51 della Costituzione italiana in rapporto alla situazione presente nei differenti Paesi di provenienza della classe; e l'esercizio 26, un cruciverba con alcune delle parole chiave presenti nell'unità. Nella parte finale dell'unità didattica si trovano un quiz auto-valutativo, la trascrizione dello spot completo e le soluzioni degli esercizi col fine di supportare lo studente alla comprensione del percorso svolto.

3. L'UNITÀ DIDATTICA PUNTO SU DI TE

LEGENDA

	LAVORO INDIVIDUALE
	LAVORO A COPPIE
	LAVORO DI GRUPPO
	SPOT
	PER SAPERNE DI PIÙ
	CRUCIVERBA

PUNTO SU DI TE



LESSICO

- Mondo del lavoro
- Dis/parità tra uomo e donna

FUNZIONI

- Riflettere e argomentare sul divario della retribuzione tra uomo e donna in Italia e in Europa, riflettere sulla dis/parità di genere
- Parlare della propria esperienza formativa e professionale
- Redigere il curriculum vitae
- Affrontare un colloquio di lavoro

GRAMMATICA

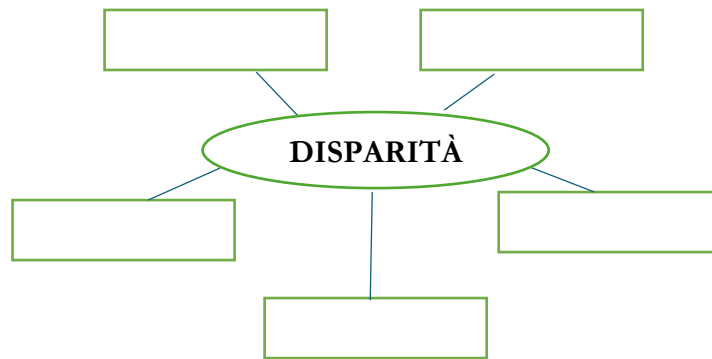
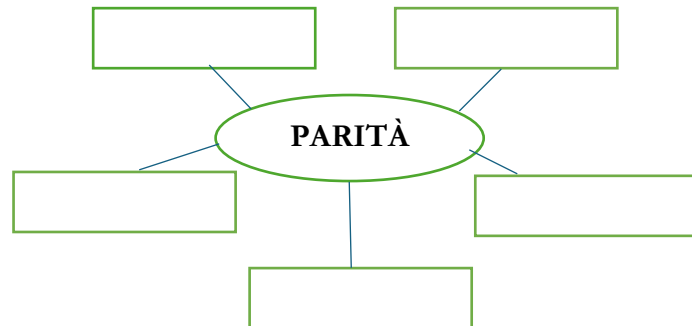
- Ripasso del passato prossimo e del condizionale
- Forme di cortesia: uso del Lei e del Voi

CIVILTÀ|

- Campagna *Punto su di te* realizzata da *Pubblicità Progresso*
- Modi di dire
- Le forme di cortesia nella storia della lingua italiana
- La Costituzione italiana



1. A coppie mettete i sinonimi al posto giusto. Se non sapete dove mettere alcuni sostantivi aiutatevi con l'esercizio 2.



UGUAGLIANZA – DIFFERENZA – EQUIVALENZA –
 DISUGUAGLIANZA – EGUAGLIANZA – DIVERSITÀ – EQUILIBRIO –
 DISCREPANZA – SQUILIBRIO – CORRISPONDENZA



2. Collega il sostantivo con il suo contrario.

1. UGUAGLIANZA
2. EQUILIBRIO
3. PARITÀ
4. CORRISPONDENZA
5. EQUIVALENZA

- A. DISPARITÀ
- B. DISUGUAGLIANZA
- C. SQUILIBRIO
- D. DIFFERENZA
- E. DISCREPANZA



3. I sostantivi degli esercizi precedenti sono spesso usati per descrivere la disuguaglianza di genere. Rifletti sull'argomento con la classe.



4. Ecco alcuni fattori che causano la disuguaglianza di genere, fenomeno sociale e culturale. Collega ogni concetto con la definizione giusta.

CONCETTO	DEFINIZIONE
1. Stereotipo	A. Difficoltà ad aprirsi, condividere, confrontarsi.
2. Paura del diverso	B. Opinione preconstituita, generalizzata e semplicistica su persone o avvenimenti e situazioni.
3. Discriminazione	C. Capacità di un individuo o di un gruppo di esprimere le proprie credenze, pensieri, idee ed emozioni su diverse questioni senza censura.
4. Mancanza di comunicazione	D. Insieme di emozioni negative e sfavorevoli innescate quando ci si trova davanti a persone con caratteristiche differenti rispetto alle proprie.
5. Libertà di espressione	E. Fa riferimento alle differenze tra i sessi e alla disuguaglianza sociale e professionale esistente tra uomini e donne.
6. Divario di genere (Gender gap)	F. Si verifica quando una persona viene ingiustificatamente trattata in modo diverso o esclusa da un servizio o da un'opportunità.



5. A coppie associate ad ogni termine i possibili sinonimi.

STIPENDIO	DIPENDENTE	DATORE/DATRICE DI LAVORO	CONTRATTO

SALARIO – ACCORDO – IMPIEGATO/A – CAPO – RETRIBUZIONE –
LAVORATORE/-TRICE – PATTO – DIRETTORE/-TRICE – PAGA –
SALARIATO – DIRIGENTE – CONVENZIONE




6. Qual è il divario retributivo di genere nel tuo paese? Parlane con la classe.



7. Anche nell'Unione europea continuano ad esistere delle disuguaglianze economiche fra gli stipendi medi di donne e uomini. Lo sapevi? Osserva il seguente grafico e discutine con la classe.



 **8.** Leggi e completa il testo scegliendo tra le parole indicate. Puoi aiutarti osservando il grafico della pagina precedente.

QUANTO È GRANDE IL DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE NELL'UE?

Le donne _____ in media all'ora almeno il 13% in meno degli uomini. Esistono grandi differenze tra gli Stati membri: nel 2023 il _____ retributivo di genere più elevato è stato registrato in Estonia (20,5%), mentre il paese dell'UE con il divario _____ di genere più basso è stato il Lussemburgo (-0,2%).

Un minore divario retributivo di _____ non corrisponde necessariamente a una maggiore _____. In alcuni stati membri, divari retributivi più bassi, come quello italiano del 5%, tendono ad essere collegati ad una minore _____ delle donne al mercato del lavoro.

A loro volta, divari più alti tendono a essere _____ ad un'elevata percentuale di donne che svolgono un _____ part-time o alla loro concentrazione in un numero ristretto di professioni.

Sebbene le donne _____ superino gli uomini laureati nell'UE, queste sono sotto-rappresentate sul mercato del lavoro. Quasi il 30% delle donne nell'UE lavora a tempo parziale rispetto all'8% degli _____ ed è molto più probabile che smettano di _____ per prendersi cura dei figli e dei parenti.

UGUAGLIANZA – LAUREATE – DIVARIO – COLLEGATI –
GUADAGNANO – PARTECIPAZIONE – UOMINI – LAVORARE –
RETRIBUTIVO – GENERE – LAVORO



Per saperne di più →

COSA STA FACENDO IL PARLAMENTO EUROPEO PER RIDURRE IL DIVARIO RETRIBUTIVO DI GENERE?

<https://www.europarl.europa.eu/topics/it/article/20200227STO73521/come-ridurre-il-divario-retributivo-di-genere-nell-ue>.



9. Guarda la prima parte dello spot realizzato da *Pubblicità Progresso* sulla disparità di stipendio tra uomo e donna in Italia: <https://youtu.be/0fP-XTkdpX0>.



10. A gruppi ricostruite ciò che accade nel video e ipotizzate come andrà a finire.



11. Guarda la seconda parte dello spot: <https://youtu.be/SbQXJeH9UMI>.
Discutine con il docente/la docente e con il resto della classe.





12. Ascolta di nuovo la seconda parte dello spot e completa l'esercizio.

Selezionatore: Buongiorno.

Anna: Salve!

Selezionatore: Prego.

Anna: Anna, (1)_____.

Claudio: Claudio, piacere. Salve!

Selezionatore: Bene, mi racconti di Lei.

Claudio: Beh, mi sono (2)_____ nel 2010 in economia.

Anna: Mi sono laureata nel 2010 in (3)_____.

Selezionatore: In questi anni di cosa si è occupato/a in azienda?

Anna: Soprattutto della definizione delle (4)_____ commerciali.

Claudio: Mi sono occupato anche più di una volta di strategia (5)_____.

Selezionatore: Quali sono, secondo Lei, le qualità fondamentali per questo genere di compito?

Anna: Prendere delle (6)_____.

Claudio: La (7)_____ decisionale.

Selezionatore: Qual è il valore che dà al ruolo proposto?

Anna: 2000 euro.

Claudio: (8)_____ euro.

Selezionatore: (in risposta a Claudio) Beh, (9)_____ sicuramente discuterne.

Selezionatore: (in risposta ad Anna) Non (10)_____ sembra un po' alto?

VOCE: In Italia una donna (11)_____ fino al 30% in meno rispetto ad un uomo, anche se sono la stessa (12)_____. Essere una donna è ancora un (13)_____ complicato.

13. Questo spot fa parte della seconda fase della campagna *Punto su di te* realizzata da *Pubblicità Progresso* a favore della parità di stipendio tra uomo e donna. Leggi il testo e rispondi alle domande.

La campagna di *Pubblicità Progresso* dedicata a questo tema è stata incentrata sulla **disparità di stipendio** tra uomo e donna che, secondo le statistiche, arriva a raggiungere il 30% a seconda dei settori, mentre una donna su quattro abbandona il lavoro dopo il primo figlio.

Se la prima fase della campagna sollevava il problema della discriminazione sessuale, nella seconda fase viene denunciato un atteggiamento altrettanto discriminatorio riguardo al salario da parte dei datori di lavoro.

Lo spot è stato girato durante alcuni colloqui di lavoro, attraverso le telecamere nascoste. L'attrice coinvolta nel progetto si è presentata ai colloqui interpretando il ruolo di una donna e poi, accuratamente truccata, quello di un uomo.

Entrambi interessati alla posizione offerta, con lo stesso background di studi e di esperienze, ma di sesso diverso. Interrogati su formazione ed esperienza lavorativa pregressa i due candidati danno le stesse risposte. Al momento di chiarire le aspettative economiche però, nonostante fossero la stessa persona e avessero proposto la medesima cifra, il selezionatore si è dichiarato disponibile ad accettare la richiesta di retribuzione del candidato uomo, trovando invece eccessiva la richiesta della donna, alla quale, nell'ultima battuta, si rivolge dandole persino del tu.

Lo sguardo sorpreso e irritato della donna sottolinea con evidenza l'ingiustizia che le donne subiscono frequentemente in ambito professionale.

- A. Che problema ha sollevato la prima fase della campagna?
- B. Cosa viene denunciato nella seconda fase della campagna?
- C. Che ruolo ha interpretato l'attrice dello spot?
- D. Cosa decide alla fine il selezionatore?



14. Guarda lo spot completo: <https://youtu.be/KymD3P0K8MQ> e inserisci le parole mancanti nella seguente trascrizione della voce narrante.

In Italia il (1)_____ medio delle retribuzioni tra uomini e donne è del 7%, con punte fino al 30% fra le (2) _____ laureate. Eppure, sono ancora in molti a pensare che questo (3)_____ non esista. Abbiamo chiesto ad un'attrice di rispondere ad un'offerta di (4)_____, presentandosi prima come donna, e poi come uomo, modificandone la (5)_____. Ed ecco Claudio e Anna, pronti ad affrontare il colloquio per la stessa posizione.

(colloquio)

La campagna, (6)_____ su web, TV, cinema, affissione, stampa ha immediatamente innescato una grande (7)_____. I social media e gli organi di informazione sono (8)_____ i primi ad intervenire. Subito dopo, l'iniziativa è arrivata nelle stanze del Senato ed anche una persona (9)_____ ha sentito il dovere di dire la sua: "Perché si dà per scontato che le donne devono (10)_____ di meno degli uomini? No!" (Papa Francesco)





Per saperne di più:



Fondazione
Pubblicità
Progresso

Pubblicità Progresso è una fondazione istituita nel **1971** con lo scopo di realizzare campagne pubblicitarie distribuite gratuitamente dedicate alla soluzione di problemi morali, civili ed educativi.

<https://www.pubblicitaprogresso.org/campagne/>



15. Dividetevi in due o tre gruppi e scrivete uno spot per la fondazione *Pubblicità Progresso* relativo al tema affrontato e che abbia un uomo e una donna come protagonisti.



16. Osserva i seguenti modi di dire presenti nello spot e cerca la definizione adeguata tra le opzioni proposte.


1. AFFRONTARE UN COLLOQUIO
 2. INNESCARE UNA DISCUSSIONE
 3. DIRE LA PROPRIA
 4. DARE PER SCONTATO
-
- A. ESPRIMERE IL PROPRIO PARERE
 - B. DARE QUALCOSA PER CERTO SENZA VERIFICARE
 - C. SUPERARE CON SUCCESSO UN COLLOQUIO DI LAVORO
 - D. DARE AVVIO AD UNA DISCUSSIONE

17. Coniuga i verbi tra parentesi nella forma giusta.


1. Ieri Marta (SUPERARE) _____ con successo un colloquio di lavoro.
2. Anna e Stefano (DARE) _____ sempre tutto per scontato.
3. La risposta di Luca (INNESCARE) _____ una lunga discussione.
4. Giulia (DIRE) _____ sempre la propria su qualsiasi argomento.
5. Ieri Luisa (AFFRONTARE) _____ la situazione con grande eleganza.
6. La segretaria (VERIFICARE) _____ la correttezza dei dati prima di concludere la pratica.
7. Quando erano coinquiline, Carla e Emilia (DISCUTERE) _____ per ogni questione.
8. I vostri fondi (DARE) _____ un grande contributo per la ricerca.
9. Andrea è molto timido, non (ESPRIMERE) _____ mai la sua opinione.
10. I miei colleghi (DIRE) _____ che sarebbero venuti alla riunione.

18. Segui i suggerimenti e completa la tabella coniugando i verbi secondo il modo e il tempo richiesto.

INFINITO	PRESENTE	PASSATO PROSSIMO	CONDIZIONALE
FARE	FACCIO		
DIRE		HO DETTO	
AVERE			AVREI
ESSERE	SONO		
DOVERE		HO DOVUTO	
POTERE			POTREI
VOLERE	VOGLIO		
ANDARE		SONO ANDATO/A	
DARE			DAREI
RIUSCIRE	RIESCO		
USCIRE		SONO USCITO/A	
VIVERE			VIVREI

 **19.** Leggi il curriculum vitae di Anna.

CURRICULUM VITAE	
DATI PERSONALI: <ul style="list-style-type: none"> – Nome e cognome – Data di nascita – Nazionalità – Indirizzo – Telefono – Indirizzo e-mail 	<ul style="list-style-type: none"> – Anna Bianchi – 8/11/1990 – Italiana – Via degli Oleandri 3, Torino – 3473358205 – anna.bianchi@gmail.it
STUDI COMPIUTI	<ul style="list-style-type: none"> – Laurea in Economia aziendale presso l'Università degli studi di Torino – Corso di formazione in "marketing strategico"
ESPERIENZA PROFESSIONALE	<ul style="list-style-type: none"> – Analista finanziario – Consulente finanziario
LINGUE STRANIERE	<ul style="list-style-type: none"> – Inglese: ottimo livello. – Francese: livello scolastico.
INTERESSI PERSONALI	<ul style="list-style-type: none"> – Viaggiare – Leggere – Disegnare


 **20.** E ora crea il tuo curriculum vitae.

CURRICULUM VITAE	
DATI PERSONALI: – Nome e cognome – Data di nascita – Nazionalità – Indirizzo – Telefono – Indirizzo e-mail	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
STUDI COMPIUTI	<hr/> <hr/> <hr/>
ESPERIENZA PROFESSIONALE	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
LINGUE STRANIERE	<hr/> <hr/>
INTERESSI PERSONALI	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>



22. A coppie inventate un dialogo per ogni immagine proposta.



 **23.** Le forme di cortesia. Leggi il testo e rispondi alle domande.

La lingua italiana prevede due forme di cortesia: il **Lei** e il **Voi**.

- *Lei e Voi: le forme di cortesia per conversazioni educate*
- *Tu e Voi dal III secolo alla fine del Medioevo*
- *1500 circa: il Lei inizia a soppiantare il Voi*
- *Il Fascismo abolisce il Lei a favore del Voi*
- *Dopo il Fascismo: il Lei in tutta Italia, il Voi solo al Sud*

"Lei" e "Voi": le forme di cortesia per conversazioni educate

Lo sapete che nella lingua italiana esistono soltanto **due forme di cortesia**? Sono il Lei e il Voi. Vi fa un po' ridere, vero? In un certo senso vi capisco: **Lei** anche per i maschi, quando si dice lei se si parla di una femmina? **Voi** per una sola persona, quando noi lo usiamo per rivolgerci a più di una persona? Ebbene sì, ragazzi. Proprio così, non avete capito male.

Il fascismo abolisce il "Lei" in favore del "Voi"

All'epoca della **dittatura fascista** in Italia, che si è consumata tra gli anni '20 e quasi metà degli anni '40 del Novecento, il regime del dittatore **Mussolini vietò l'uso del Lei a favore del Voi**, perché il Voi aveva origine nell'**Impero Romano**.


Ma ormai, nel 1938 (l'anno in cui il regime abolì l'uso del **Lei**), il **Lei** era già diffuso in tutta Italia e la disposizione fascista non ebbe una grande efficacia.

Dopo il fascismo: il "Lei" in tutta Italia, il "voi" solo al Sud

Quando cadde il Fascismo, il **Voi** è stato definitivamente accantonato proprio perché per la gente era legato ad un'imposizione della dittatura. Il **Voi** è rimasto in uso tutt'oggi nell'Italia del sud, soprattutto a Napoli e dintorni.

Oggi ci si dà del **tu** o del **Lei** senza per fortuna tener conto delle condizioni sociali. Di solito si dà del **Lei** a persone più grandi di età, in segno di rispetto, o verso insegnanti e sconosciuti di età maggiore alla nostra.

1. Quali sono le forme di cortesia della lingua italiana?
2. Quali sono le forme di cortesia più antiche?
3. Da quando si comincia ad usare il Lei?
4. Chi ha vietato l'uso del Lei a favore del Voi?
5. Qual è la forma di cortesia più usata in tutta Italia?

 **24.** Trasforma le seguenti frasi con la forma di cortesia adeguata. Segui l'esempio.

1. Come ti chiami?	1. Come si chiama?
2. Di dove sei?	2.
3. Come stai?	3.
4. Che lavoro fai?	4.
5. A che ora cominci a lavorare?	5.
6. Quando finisci di lavorare?	6.
7. Vuoi un caffè?	7.
8. Vieni in mensa con noi?	8.
9. Qual è il tuo numero di telefono?	9.
10. Come, scusa? Puoi ripetere per favore?	10.



Per saperne di più →

*** TESTO INTEGRALE: CHE DIFFERENZA C'È TRA DARE DEL "LEI" E DARE DEL "VOI"?

<https://www.focusjunior.it/scuola/italiano/che-differenza-ce-tra-dare-del-lei-e-dare-del-voi/>.



25. Nella Costituzione italiana sono presenti diversi articoli che affermano la parità di genere. Rifletti con la classe sui seguenti articoli e confronta la situazione presente in Italia con quella del tuo paese di origine.

Articolo 3

Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale [cfr. *XIV*] e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso [cfr. *artt. 29 c. 2, 37 c. 1, 48 c. 1, 51 c. 1*], di razza, di lingua [cfr. *art. 6*], di religione [cfr. *artt. 8, 19*], di opinioni politiche [cfr. *art. 22*], di condizioni personali e sociali. È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.

Articolo 37

La donna lavoratrice ha gli stessi diritti e, a parità di lavoro, le stesse retribuzioni che spettano al lavoratore. Le condizioni di lavoro devono consentire l'adempimento della sua essenziale funzione familiare e assicurare alla madre e al bambino una speciale adeguata protezione.

La legge stabilisce il limite minimo di età per il lavoro salariato.

La Repubblica tutela il lavoro dei minori con speciali norme e garantisce ad essi, a parità di lavoro, il diritto alla parità di retribuzione.

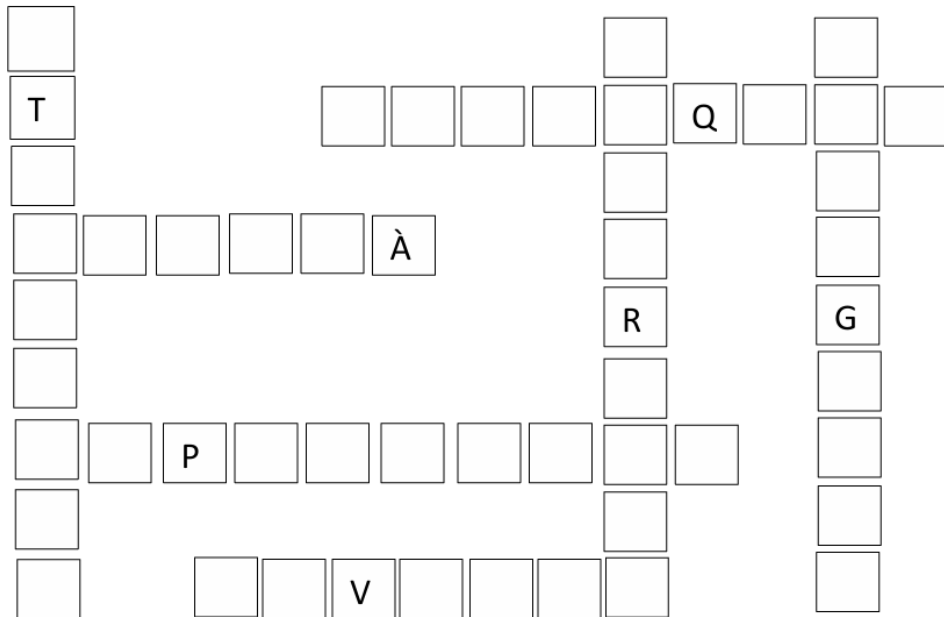
Articolo 51

Tutti i cittadini dell'uno o dell'altro sesso possono accedere agli uffici pubblici e alle cariche elettive in condizioni di eguaglianza, secondo i requisiti stabiliti dalla legge [cfr. *artt. 56 c. 3, 58 c. 2, 84 c. 1, 97 c. 3, 104 c. 4, 106, 135 cc. 1, 2, 6, XIII c. 1*]. A tale fine la Repubblica promuove con appositi provvedimenti le pari opportunità tra donne e uomini. La legge può, per l'ammissione ai pubblici uffici e alle cariche elettive, parificare ai cittadini gli italiani non appartenenti alla Repubblica.

Chi è chiamato a funzioni pubbliche elettive ha diritto di disporre del tempo necessario al loro adempimento e di conservare il suo posto di lavoro.



26. Risolvi il cruciverba con le parole indicate.



DIPENDENTE – PARITÀ – STIPENDIO – DIVARIO –
 DIRIGENTE – COLLOQUIO – CONTRATTO

AUTOVALUTAZIONE

CHE COSA HO IMPARATO?

- Parlare della dis/parità tra uomo e donna 😊 😐 😞
- Parlare della propria esperienza formativa e professionale 😊 😐 😞
- Redigere il curriculum vitae 😊 😐 😞
- Affrontare un colloquio di lavoro 😊 😐 😞

In appendice si riportano la trascrizione completa dello spot, i link dei siti consultati e la soluzione degli esercizi.

4. CONCLUSIONE

Il presente contributo si è proposto tre obiettivi in particolare: rispondere alla necessità di progettare materiale didattico mirato alla promozione della parità di genere, seguendo le indicazioni emerse dagli studi finora condotti sugli stereotipi di genere presenti nei materiali in uso; inserire un percorso critico e volto alla decostruzione degli stereotipi di genere all'interno dei diversi contesti di apprendimento della lingua italiana L2; elaborare un'unità didattica con un approccio di genere a partire da uno strumento audiovisivo, in questo caso uno spot pubblicitario. Il percorso didattico proposto ha lo scopo di fornire all'apprendente strumenti utili per acquisire il lessico riguardante il mondo del lavoro (dalla redazione del *curriculum vitae* alla preparazione di un colloquio di lavoro) e la discriminazione di genere, per prendere consapevolezza della tematica della dis/parità di genere in Italia e in Europa in rapporto al loro Paese di origine, per promuovere l'integrazione e lo scambio interculturale. Si ringrazia chi voglia accogliere e sperimentare l'unità didattica elaborata da chi scrive all'interno dei propri programmi didattici.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Acanfora F. (2021), *In altre parole. Dizionario minimo di diversità*, Effequ, Firenze.
- Acanfora F. (2022), *Di pari passo. Il lavoro oltre l'idea di inclusione*, Luiss University Press, Milano.
- Adamo S., Zanfabro G., Tigani Sava E. (2019), *Non esiste solo il maschile. Teorie e pratiche per un linguaggio non discriminatorio da un punto di vista di genere*, EUT Edizioni Università di Trieste, Trieste.
- Angelini E., Tarantola S. (2020), "La rappresentazione dell'immagine di genere (maschile e femminile) nei manuali di italiano L2", in *Bollettino Itals*, 18, 85, pp. 1-12.
- Bachis D. (2020), Atti del convegno internazionale Cattolica del Sacro Cuore di Milano, 6-7 maggio 2019: *Genere, generi e ruoli nella grammaticografia scolastica attuale, cultura e identità nazionali nella storia della grammatica. Studi di grammatica italiana*, XXXIX, 289-313.
- Biemmi I. (2010), *Educazione sessista. Stereotipi di genere nei libri delle elementari*, Rosenberg & Sellier, Torino.
- Biemmi I. (2017), "Infanzia, educazione e genere. La costruzione delle culture di genere tra contesti scolastici, extrascolastici e familiari", in *AG-ABOUT GENDER*, n.6, pp.1-21.
- Biemmi I., Mapelli B. (2023), *Pedagogia di genere. Educare ed educarsi a vivere in un mondo sessuato*, Mondadori Università, Milano.
- Biemmi I. (2024), "Obiettivo parità. Linee guida per implementare il principio dell'uguaglianza di genere nei libri di testo della scuola primaria", in *Lifelong Lifewide Learning*, 21, 44, pp. 164-175.

- Boschetto L. (2015), *Proposta per l'introduzione della schwa come desinenza per un italiano neutro rispetto al genere, o italiano inclusivo*: <https://italianoinclusivo.it/nascita/>.
- Borri A. (2021), "I temi dell'educazione civica e alla cittadinanza nei corsi di italiano L2", in *RicercaAzione*, 13, 1, pp. 89-105: <https://ricercaazione.iprase.tn.it/article/view/58/56>.
- Cavagnoli S. (2022), "Lingua, linguaggio e genere. Come la lingua modella il pensiero e la visione della realtà", in Della Giusta M., Poggio B., Socci M. (a cura di), *Educare alla parità. Principi, metodologie didattiche e strategie di azione per l'equità e l'inclusione*, Pearson, Milano, pp. 55-68: <https://sanoma.it/articolo/folionet/lingua-linguaggio-e-genere>.
- Cerrato D. (2024), "Didattica inclusiva dell'italiano L2/LS tra lingua e identità di genere", in *Studia Romanica Posnaniensia*, 51, 2, pp. 5-16.
- CISEM (2000), "Polite. Libri di testo: casi europei", in *Informazioni. Quindicinale del CISEM*, numero monografico, 15-16 e 17-18, pp. 1-140.
- Cognigni E. (2022), "Educazione linguistica, genere e migrazione: il contributo degli studi di genere alla ricerca in didattica delle lingue seconde", in *Studi di Glottodidattica*, 2, pp. 26-37.
- Corsini C., Scerri I. (2016), *Differenze di genere nell'editoria scolastica. Indagine empirica sui sussidiari dei linguaggi per la scuola primaria*, Edizioni Nuova Cultura, Roma.
- D'Achille P. (2021), *Un asterisco sul genere, in italiano digitale*. Accademia della Crusca, XVIII, 3. <https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/un-asterisco-sul-genere/4018>.
- De Majo A. M. (2014), "La società multiculturale e il genere", in Sapegno M. S., *La differenza insegna. La didattica delle discipline in una prospettiva di genere*, Carocci, Roma, pp. 50-60.
- Gamberi C., Maio M. A., Selmi G. (2010), *Educare al genere. Riflessioni e strumenti per articolare la complessità*, Carocci, Roma.
- Gheno V. (2022), "Schwa: storia, motivi e obiettivi di una proposta", in *Treccani, il portale del sapere, sezione Lingua italiana*. https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/4_Gheno.html.
- Giusto M. (2020), "Potenzialità glottodidattiche della comunicazione pubblicitaria", in *Studia Romanica Posnaniensia*, 2, pp. 5-19.
- Granziero A. (2002), "Insegnare la cultura attraverso la pubblicità", in *Scuola e Lingue Moderne*, 1, pp. 15-22.
- Moschini L. (2005), *Il genere tra le righe. Gli stereotipi nei testi e nei media*, Università Roma Tre, Roma.
- Nicolini P. (2021), "Educare alla parità. Stereotipi di genere nei libri scolastici: alcune riflessioni", in *Quaderni Del Consiglio Regionale delle Marche*, 349, Ancona, Consiglio Regionale Marche, pp. 31-42.
- Nicolini P. (2024), "Le relazioni simmetriche come percorso di crescita", in Pieragostini E. (a cura di), *Non siamo mica uguali! Verso la parità di genere*, LOV, Osimo. pp. 70-72.
- Pace R. (1986), *Immagini maschili e femminili nei testi per le elementari*, Presidenza del Consiglio di Ministri, Roma.
- Pavlenko A. (2004), "Gender and sexuality in foreign and second language education: Critical and feminist approaches", in Norton B., Toohey K. (eds.), *Critical Pedagogy and Language Learning*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 53-71.
- Sabatini A. (1986), *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana. Per la scuola e per l'editoria scolastica*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma.
- Sabatini A. (1987), *Il sessismo nella lingua italiana*, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Roma.
- Sabatini S. (2022), *Stereotipi e sessismo linguistico nei manuali di italiano L2/LS: analisi e proposte di riscrittura inclusiva*, CIRSDem Collana "Studi di Genere. Quaderni di Donne & Ricerca", Università degli Studi di Torino, Vol. 11.

- Santarsiere P. (2025), "Insegnare la lingua italiana attraverso il cinema: una proposta didattica del film *La grande bellezza* di Paolo Sorrentino", in *Italiano LinguaDue*, 16, 2, pp. 982-998: <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/27900>.
- Sapegno M.S., (2014), *Scuola ed educazione al genere* in Sapegno M.S., *La differenza insegna. La didattica delle discipline in una prospettiva di genere*, Roma, Carocci.
- Serravalle Porzio E. (2000), *Saperi e libertà, maschile e femminile nei libri, nella scuola e nella vita. Vademecum II*, Associazione Italiana Editori, Milano.
- Zambotti F., Traversa M. (2021), "Obiettivo parità! Il ruolo degli editori nello sviluppo di una cultura della parità di genere", in *LA SCUOLA, IN GENERE... Contro la discriminazione, per una scuola più libera*, DIDA, N. 09 03/21, Erickson, pp. 72-77.

SITOGRAFIA

MIUR (2017), *Educare al rispetto: per la parità tra i sessi, la prevenzione della violenza di genere e di tutte le forme di discriminazione*:

<https://www.miur.gov.it/documents/20182/0/Linee+guida+Comma16+finale.pdf/>.

Punto su di te, Pubblicità progresso:

<https://www.pubblicitaprogresso.org/news/punto-su-di-te/>.

APPENDICE

TRASCRIZIONE COMPLETA DELLO SPOT

In Italia il divario medio delle retribuzioni tra uomini e donne è del 7%, con punte fino al 30% fra le persone laureate. Eppure, sono ancora in molti a pensare che questo problema non esista. Abbiamo chiesto ad un'attrice di rispondere ad un'offerta di lavoro, presentandosi prima come donna, e poi come uomo, modificandone la voce. Ed ecco Claudio e Anna, pronti ad affrontare il colloquio per la stessa posizione.

Selezionatore: Buongiorno.

Anna: Salve!

Selezionatore: Prego.

Anna: Anna, piacere.

Claudio: Claudio, piacere. Salve!

Selezionatore: Bene, mi racconti di Lei.

Claudio: Beh, mi sono laureato nel 2010 in economia.

Anna: Mi sono laureata nel 2010 in economia.

Selezionatore: In questi anni di cosa si è occupato/a in azienda?

Anna: Soprattutto della definizione delle strategie commerciali.

Claudio: Mi sono occupato anche più di una volta di strategia commerciale.

Selezionatore: Quali sono secondo Lei le qualità fondamentali per questo genere di compito?

Anna: Prendere delle decisioni.

Claudio: La capacità decisionale.

Selezionatore: Qual è il valore che dà al ruolo proposto?

Anna: 2000 euro.

Claudio: 2000 euro.

Selezionatore: (in risposta a Claudio) Beh, possiamo sicuramente discuterne.

Selezionatore: (in risposta ad Anna) Non ti sembra un po' alto?

VOCE: In Italia una donna guadagna fino al 30% in meno rispetto ad un uomo, anche se sono la stessa persona. Essere una donna è ancora un mestiere complicato.

La campagna, veicolata su web, TV, cinema, affissione, stampa ha immediatamente innescato una grande discussione. I social media e gli organi di informazione sono stati i primi ad intervenire. Subito dopo, l'iniziativa è arrivata nelle stanze del Senato ed anche una persona speciale ha sentito il dovere di dire la sua: "Perché si dà per scontato che le donne devono guadagnare di meno degli uomini? No!" (Papa Francesco)

Sitografia:

<https://www.pubblicitaprogresso.org/campagne/>.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/it/article/20200227STO73521/come-ridurre-il-divario-retributivo-di-genere-nell-ue>.

<https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione>.

<https://www.focusjunior.it/scuola/italiano/che-differenza-ce-tra-dare-del-lei-e-dare-del-voi/>.

Soluzione degli esercizi

1.

PARITÀ: EGUAGLIANZA, UGUAGLIANZA, EQUIVALENZA, EQUILIBRIO, CORRISPONDENZA

DISPARITÀ: DISUGUAGLIANZA, SQUILIBRIO, DIFFERENZA, DISCREPANZA, DIVERSITÀ

2.

1-B

2-C

3-A

4-E

5-D

4.

1-B

2-D

3-F

4-A

5-C

6-E

5.

STIPENDIO: SALARIO, RETRIBUZIONE, PAGA

DIPENDENTE: IMPIEGATO/A, LAVORATORE/-TRICE, SALARIATO

DATORE DI LAVORO: CAPO, DIRETTORE/-TRICE, DIRIGENTE

CONTRATTO: ACCORDO, PATTO, CONVENZIONE

8.

1. GUADAGNANO
2. DIVARIO
3. RETRIBUTIVO
4. GENERE
5. UGUAGLIANZA
6. PARTECIPAZIONE
7. COLLEGATI
8. LAVORO
9. LAUREATE
10. UOMINI

12.

1. PIACERE
2. LAUREATO
3. ECONOMIA
4. STRATEGIE
5. COMMERCIALE
6. DECISIONI
7. CAPACITÀ
8. 2000/ DUEMILA
9. POSSIAMO
10. TI
11. GUADAGNA
12. PERSONA

14.

1. DIVARIO
2. PERSONE
3. PROBLEMA
4. LAVORO
5. VOCE
6. VEICOLATA
7. DISCUSSIONE
8. STATI
9. SPECIALE
10. GUADAGNARE

16.

1. C
2. D
3. A
4. B

17.

1. HA SUPERATO
2. DANNO
3. HA INNESCATO
4. DICE
5. HA AFFRONTATO
6. HA VERIFICATO
7. DISCUTEVANO
8. HANNO DATO
9. ESPRIME
10. HANNO DETTO

18.

INFINITO	PRESENTE	PASSATO PROSSIMO	CONDIZIONALE
FARE	FACCIO	HO FATTO	FAREI
DIRE	DICO	HO DETTO	DIREI
AVERE	HO	HO AUTO	AVREI
ESSERE	SONO	SONO STATO/A	SAREI
DOVERE	DEVO	HO DOVUTO	DOVREI
POTERE	POSSO	HO POTUTO	POTREI
VOLERE	VOGLIO	HO VOLUTO	VORREI
ANDARE	VADO	SONO ANDATO/A	ANDREI
DARE	DO	HO DATO	DAREI
RIUSCIRE	RIESCO	SONO RIUSCITO/A	RIUSCIREI
USCIRE	ESCO	SONO USCITO/A	USCIREI
VIVERE	VIVO	HO VISSUTO	VIVREI

24.

1. Come si chiama?
2. Di dov'è?
3. Come sta?
4. Che lavoro fa?
5. A che ora comincia a lavorare?
6. Quando finisce di lavorare?
7. Vuole un caffè?
8. Viene in mensa con noi?
9. Qual è il suo numero di telefono?
10. Come, scusi? Può ripetere per favore?

26. CRUCIVERBA

