

L'insegnamento dell'economia secondo una prospettiva di genere

Differenze tra maschi e femmine nel rapporto con le tematiche economiche e finanziarie

di Gessica Vallelonga - Emanuela Rinaldi

La ricerca scientifica sulle differenze di genere

Uno dei risultati più consolidati nella letteratura sui processi di socializzazione economica (l'apprendimento di nozioni e competenze economiche e finanziarie) nelle società occidentali è quello dell'esistenza di persistenti differenze tra maschi e femmine in alcuni atteggiamenti, opinioni e comportamenti relativi alla finanza e all'economia, a parità di età, titolo di studio e altre caratteristiche socio-demografiche. Queste differenze, rilevate già a partire dall'infanzia, rischiano di diventare disuguaglianze¹ se non vengono affrontate per tempo attraverso opportuni interventi di educazione economica e finanziaria ad opera delle diverse agenzie educative, la scuola *in primis*.

Se a volte i genitori non sono consapevoli di atteggiamenti discriminatori che mettono in atto in famiglia tra figli e figlie, compito dell'istituzione scolastica è invece quello di fare tesoro delle evidenze empiriche scientifiche (per esempio, la diversa propensione di maschi e femmine al rischio e agli investimenti) per garantire l'uguaglianza di opportunità educative tra i generi e una qualità dell'offerta didattica adeguata alle specificità socio-culturali del contesto in cui vivono i ragazzi e le ragazze italiane, contesto che anche tra gli adulti è ancora caratterizzato da un forte *gender-gap* in diversi settori, come quello economico e quello del lavoro. Ciò appare particolarmente urgente perché la crisi del Welfare State italiano, della famiglia in senso tradizionale (si pensi all'aumento del numero di divorzi in Italia) e del mercato del lavoro comportano sempre più rischi e meno garanzie, rispetto al passato, per le nuove generazioni.

La propensione al rischio economico

Molte delle decisioni che vengono prese da ognuno di noi comprendono un certo livello di rischio. Una delle evidenze empiriche più ricorrenti e consolidate negli studi di psicologia ed economia risiede nel fatto che gli uomini sono più inclini al rischio rispetto alle donne. Alcuni dei fattori che causano queste differenze di genere sono:

1. la reazione emozionale al rischio, più spiccata per le donne;
2. la maggiore sicurezza di sé (*self confidence*) degli uomini rispetto alle donne;
3. la tendenza degli uomini a vedere i rischi come sfide e non come minacce, cosa che li conduce a una maggiore tolleranza dei rischi.

¹ Riprendendo Besozzi (2006), distinguiamo la *differenza*, ovvero una caratteristica eterogenea generalmente non ordinabile su una scala di importanza (per esempio, uomo-donna), dalla *disuguaglianza*, caratteristica che risulta "dalla ripartizione non uniforme tra la popolazione di uno Stato o una Regione di vantaggi e svantaggi su cui una società esercita una qualche influenza": ogni differenza diventa disuguaglianza dal momento che è tradotta in termini di vantaggi o svantaggi rispetto a una scala di valutazione.

1. Uomini e donne differiscono nelle loro reazioni emozionali soprattutto nella presa di decisioni che comportano un qualche grado di rischio. Dal momento che le emozioni intaccano la valutazione dei risultati così come la valutazione delle probabilità, ciò spiegherebbe la diversa propensione al rischio. Alcuni studi affermano infatti che le donne soffrono di un nervosismo più intenso e hanno più paura rispetto agli uomini quando prevedono risultati negativi. Quindi, se i risultati negativi sono percepiti e vissuti in maniera peggiore dalle donne, pare lecito supporre che esse siano più avverse al rischio.
Alcune ricerche dimostrano che, in situazioni identiche, le donne tendono a provare paura mentre gli uomini rabbia. Due sentimenti che portano a reazioni necessariamente differenti, anche perché quando gli individui sono arrabbiati valutano una data situazione come meno rischiosa rispetto a quando hanno paura.
Possiamo quindi riassumere dicendo che le donne dimostrano maggior paura di perdere, valutano la situazione come più rischiosa e quindi diventano meno inclini al rischio.
2. Sia gli uomini sia le donne sono spesso troppo sicuri di sé, ma nelle situazioni di incertezza gli uomini lo sono maggiormente. Per esempio, Niederle e Vesterlund² hanno mostrato che gli uomini sono sostanzialmente più sicuri di sé riguardo alle proprie *performance* nello svolgimento di un compito rispetto alla *performance* di un gruppo e che la fiducia nelle proprie prestazioni aiuta a predire le decisioni iniziali delle competizioni. Se gli uomini sono più sicuri di sé e delle proprie probabilità di riuscire a vincere le competizioni, accetteranno più volentieri di competere rispetto alle donne.
3. Infine, Block³ asserisce che gli uomini sono più stimolati dalle situazioni che prevedono sfide e individualismo mentre le donne non sono stimolate da questi fattori ma, anzi, possono esserne indebolite.

In termini di progettazione didattica, è dunque importante tenere conto del tipo di approccio al rischio e alla competizione, soprattutto in campo economico. Nel pensare di proporre un programma di educazione finanziaria a una classe mista di alunni e alunne, è opportuno privilegiare, per esempio, esercizi di gruppo di maschi contro femmine (stimolando la visione del rischio come sfida, e non come minaccia, in queste ultime), oppure di gruppi misti dove però le ragazze vengano coinvolte in modo concreto nell'analisi dei costi/benefici delle diverse opzioni.

Inoltre, sarebbe interessante proporre alle ragazze una riflessione sugli aspetti emotivi legati al rischio e confrontarla con quella dei maschi, attraverso un approccio consapevole e il più possibile razionale, facendo ricorso, per esempio, ai dati statistici disponibili sull'andamento di un certo fenomeno.

Così facendo, pur senza pretendere di annullare le disuguaglianze, si possono sfruttare le differenze di genere in quanto risorsa, evitando di accrescere (senza intenzione né consapevolezza) quel gap che rende le femmine meno sicure di sé in ambito economico-finanziario rispetto ai maschi.

Gli uomini sono più competitivi

Studi recenti dicono che le donne sono più riluttanti degli uomini a impegnarsi in interazioni competitive, come tornei, contrattazioni e aste. Le performance degli uomini, inoltre, sono migliori quando questi sono o si sentono in competizione. Quindi, quando la competizione in un ambiente

² M. Niederle, L. Vesterlund, *Do Women Shy Away from Competition? Do Men Compete Too Much?*, *Quarterly Journal of Economics*, 2007.

³ J.H. Block, *Differential Premises Arising from Differential Socialization of the Sexes: Some Conjectures*, *Child Development*, 54(6), 1983.

aumenta, la prestazioni e la partecipazione degli uomini crescono rispetto a quella delle donne. In uno studio di Gneezy, Niederle e Rustichini⁴ è stato chiesto a uomini e donne di risolvere labirinti su un computer per 15 minuti utilizzando due metodi: un *between-subjects designs* (disegno del gioco tra i giocatori in cui i partecipanti erano pagati un dollaro per ogni labirinto risolto) e secondo un torneo *winner-takes-all* (il vincitore prende tutto). Quando è stato usato il primo metodo gli uomini hanno ottenuto punteggi leggermente migliori delle donne (ma in modo non statisticamente rilevante). Quando i partecipanti, invece, erano pagati sulla base della competizione, i risultati delle donne sono rimasti statisticamente gli stessi, mentre quelli degli uomini sono stati largamente superiori. Il dato più rilevante è che nelle situazioni competitive, in cui viene premiato solo il migliore del gruppo, gli uomini hanno reagito sforzandosi maggiormente mentre le donne non lo hanno fatto.

Ciò può avere implicazioni significative nella progettazione dei percorsi di educazione finanziaria. Per esempio, pensare di avvicinare la classe alle nozioni economiche solo attraverso un percorso che preveda valutazioni a punteggi, con una ricompensa o un riconoscimento particolare al migliore, potrebbe discriminare le ragazze. Pertanto, sarebbe opportuno invece affiancare percorsi in cui venga premiato il lavoro di gruppo, la collaborazione, il risultato di un insieme di contributi.

Nella contrattazione le donne richiedono meno

La contrattazione rappresenta un'area in cui evitare la competizione può avere un impatto molto forte. In un recente volume sul genere e la negoziazione (Babcock e Laschever⁵) viene rilevato che le donne evitano molto più spesso le negoziazioni competitive rispetto agli uomini. Per fare un esempio, in uno studio empirico ai partecipanti è stato proposto un compenso fra i 3 e i 10 dollari. Concluso lo studio, lo sperimentatore ha ringraziato i partecipanti dicendo loro che sarebbero stati pagati 3 dollari e chiedendo se ciò andava bene. Solo il 2,5% delle donne ha richiesto un compenso maggiore contro il 23% degli uomini. Altri studi dicono che la stessa cosa succede per gli stipendi, ecco perché gli uomini otterrebbero maggiori aumenti rispetto alle donne.

Anche in questo caso, sarebbe interessante proporre agli studenti esercizi di *role-playing* di tipo economico, alternando il genere dei personaggi (datore di lavoro, candidato, fornitore e cliente) e mettendo in luce anche attraverso il metodo *thinking aloud*⁶ le modalità di pensiero degli studenti partecipanti. In questo modo, potrebbero emergere pregiudizi e preconcetti che influenzano le preferenze e i comportamenti economici di alunni e alunne⁷.

Le donne sono meno materialiste e più preoccupate del proprio futuro economico

Un altro risultato alquanto consolidato in letteratura, è quello della maggiore importanza assegnata al denaro dagli uomini rispetto alle donne, come fattore che contribuisce a garantire maggiore

⁴ U. Gneezy, M. Niederle, A. Rustichini, *Performance in Competitive Environments: Gender Differences*, *Quarterly Journal of Economics*, 118(3), 2003.

⁵ L. Babcock, S. Laschever, *Women Don't Ask: Negotiation and the Gender Divide*, Princeton University Press, 2003.

⁶ Il metodo *thinking aloud* mutua i propri strumenti dalla ricerca psicologica e consiste nel far verbalizzare agli utenti (nel nostro caso, gli studenti) quello che pensano durante l'esecuzione di un'attività o compito. Obiettivo del *thinking aloud* è quello di far emergere le logiche di interazione e il modello dell'utente. Accanto all'utente o comunque in grado di osservarlo, troviamo il ricercatore, che può rivestire un ruolo passivo e dunque non intervenire durante la sessione di interazione.

⁷ Si legga anche l'interessante articolo sulle sorelle Porches e il loro livello di alfabetizzazione finanziaria (<http://www.forbes.com/sites/shenegotiates/2011/02/11/how-financial-literacy-can-transform-womens-lives/>).

felicità (orientamento che potremmo definire materialismo), un lavoro soddisfacente (orientamento strumentale alla professione), il successo sociale.

Come illustrato nella *tabella 1*, gli adolescenti maschi italiani sono più d'accordo delle loro coetanee con frasi come "Avere molto denaro rende felici", "Con i soldi si può comperare tutto", "Per diventare una persona importante bisogna guadagnare molti soldi". Queste indicazioni sono confermate da numerose altre ricerche (per esempio Besozzi 2003; Rinaldi e Todesco 2012).

Tabella 1 Grado di accordo con alcune affermazioni sul denaro (percentuale di intervistati molto/abbastanza d'accordo sul totale del campione e per genere. Scuole secondarie di II grado, 16-17 anni. Fonte: Dosso e Rosci 2000)

	TOTALE	MASCHI	FEMMINE
L'importante è fare un lavoro che piace anche se non si guadagnano tanti soldi	78,2	74,5	81,5
I soldi creano invidia	74,1	74,0	74,2
Avere molto denaro rende felici	67,5	74,5	61,2
Prestare soldi a un amico è un dovere	48,2	53,5	43,5
Con i soldi si può comperare tutto	46,5	51,5	42,2
Per diventare una persona importante bisogna guadagnare molti soldi	46,4	53,4	40,2
Avere dei debiti è un disonore	28,3	32,4	24,5
Quando hai bisogno di soldi non aspettarti aiuto dagli amici	23,2	26,5	20,3
Avere molto denaro significa avere molti problemi	21,3	20,8	21,8

Tale atteggiamento si riversa anche sul tipo di rappresentazione sociale che i ragazzi hanno di alcune istituzioni economiche, come la Borsa. Nella *tabella 2* si nota che i maschi esprimono un giudizio decisamente migliore in relazione al termine "Borsa", rispetto alle ragazze.

Tabella 2 Giudizio sul significato della parola "Borsa". Scuole secondarie di II grado, classi 3^a, 4^a e 5^a (Fonte: Dei, 2006)

	TOTALE	MASCHI	FEMMINE
Positivo	29.1	34.7	24.5
Negativo	21.4	19.5	22.9
Neutro	47.3	43.4	50.6
Non conosco il termine	2.1	2.3	2.0
Totale	100	100	100

Il differente orientamento socializzativo economico dei genitori, insieme probabilmente ad altri fattori di natura più culturale, sembra avere implicazioni significative sulle opinioni di maschi e femmine relative alle loro capacità di gestione delle finanze nel futuro.

Diverse ricerche indicano che di fronte ad affermazioni come «Sono terrorizzato/a dall'idea di dover organizzare le mie finanze in futuro» e «Non so bene come farò a investire i miei soldi da grande» sono soprattutto le ragazze italiane a essere più timorose, rispetto ai coetanei⁸.

In sintesi, nuovamente, sembra che alcuni fattori culturali spingano più i maschi che le femmine a orientare i propri interessi verso la sfera dell'economia e della finanza (differenza testimoniata anche dai diversi tassi di iscrizione agli specifici corsi di laurea nelle facoltà di economia) e a supportare la propria *self-confidence* in ambito economico, riproponendo differenze nella distribuzione del *know how* economico e in definitiva delle risorse economiche.

Conclusioni

Le insicurezze e le incertezze dei giovani, così tipiche della "società del rischio", sembrano dunque proiettarsi anche nella sfera economica.

⁸ E. Rinaldi, E. Giromini, *The importance of money to Italian children*, in *International Journal of Advertising & Marketing to Children*, 2002, July-September.

Dal momento che anche le ricerche più recenti⁹ rivelano nelle ragazze una minore preparazione, sull'esempio di alcuni progetti americani (v. *tabella 3*), sarebbe utile in futuro cercare di proporre interventi specifici per le femmine, nella consapevolezza che, come scriveva *Miguel de Cervantes*, “la persona che è preparata ha già combattuto metà battaglia”.

Tabella 3 Siti dedicati ad alcuni progetti e documenti di educazione finanziaria dedicati alle donne

TITOLO	SITO WEB	BREVE DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ
<i>Doorways to Dreams</i> (porte aperte ai sogni)	www.d2dfund.org	Progetto promosso dal <i>Financial Literacy Center</i> con l'obiettivo di rafforzare sia le opportunità sia la sicurezza finanziaria dei consumatori a basso-medio reddito, attraverso l'innovazione e la promozione di nuovi prodotti e politiche finanziari.
<i>What I Learned About Life When My Husband Got Fired!</i>	www.redandblackbooks.com/?id=251	Si tratta di un libro e di un sito internet che riporta esempi tratti dalla vita di due sorelle che hanno affrontato alcune problematiche finanziarie e che descrivono numerose attività, tipi di lavoro, decisioni finanziarie.
The Women's Institute for Financial Education (WIFE.org)	www.wife.org	WIFE è la più vecchia organizzazione non-profit dedicata all'implementazione di attività di educazione finanziaria rivolta alle donne nella loro ricerca di indipendenza economica.

Bibliografia per approfondire

- B.M. Barber, T. Odean, *Boys Will be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment*. *Quarterly Journal of Economic*, 2001.
- E. Besozzi, *Il genere come risorsa comunicativa*, Milano, Franco Angeli, 2003.
- H. Chen, R.P. Volpe, *Gender differences in personal financial literacy among college students*, *Financial Services Review*, 11, 2002.
- R. Croson, U. Gneezy, *Gender differences in preferences*, *Journal of Economic Literature*, 47, 2, 2009.
- M. Dei, *Economia e società nella cultura dei giovani*, Milano, Franco Angeli, 2006.
- C. Dosso, E. Rosci, *Gli adolescenti e l'uso del denaro*, Supplemento a *Laboratorio IARD*, 4 dicembre 2000.
- C. Facchini, *Conti aperti: denaro, asimmetrie di coppie e solidarietà tra le generazioni*, Bologna, Il Mulino, 2008.
- W.T. Harbaugh, K. Krause, S.G. Liday, *Bargaining by Children*, *Working Paper*, University of Oregon, 2003 Retrieved December 3, 2011.
- T.K. Hira, O. Mugenda, *Gender Differences in Financial Perceptions, Behaviors and Satisfaction*, *Journal of Financial Planning*, 13(2), 2000.
- L. Lipperini, *Ancora dalla parte delle bambine*, Milano, Feltrinelli, 2010.
- M.L. Pruna, *Donne al lavoro*, Bologna, Il Mulino, 2007.
- E. Rinaldi, *Giovani e denaro: percorsi di socializzazione economica*, Milano, Unicopli, 2007.
- E. Rinaldi, L. Todesco, *Financial Literacy and Money Attitudes: Do Boys and Girls Really Differ? A Study among Italian Preadolescents* (www.ijse.eu/index.php/ijse/article/view/154), in *Italian Journal of Sociology Of Education*, Vol. 11, N. 2, 2012.
- E. Ruspini, *Educare al denaro. Socializzazione economica tra generi e generazioni*, Milano, Franco Angeli, 2008.
- G. Vallelonga, *L'educazione finanziaria dei minori: un'indagine sociologica sulle differenze di genere*, 2010.
- L-Y Yeoh, A. Wood, *Overconfidence, Competence and Trading Activity* (www.cass.city.ac.uk/data/assets/pdf_file/0006/79152/Wood.pdf), *Working paper*. Retrieved 10 January 2011.

⁹ L. Becchetti, S. Caiazza, D. Coviello, *Financial education and investment attitudes in high schools: evidence from a randomized experiments* (<http://ideas.repec.org/p/rtv/ceisrp/210.html>), Research Paper Series, 9 (10), N. 2010. Retrieved March 3.