



CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa



Guida pratica per una comunicazione inclusiva

Camera di Commercio di Treviso-Belluno | Dolomiti



Indice

| | | |
|-----|---|---------|
| 1 | Un linguaggio nuovo per una Camera di commercio più inclusiva | pag. 3 |
| 2 | Introduzione | pag. 4 |
| 3 | Linee guida essenziali | pag. 5 |
| 3.1 | Il maschile sovraesteso: come evitarlo | |
| 3.2 | Regole grammaticali | |
| 3.3 | Visibilità del genere | |
| 3.4 | Il superamento del genere | |
| 4 | Anche le immagini hanno un genere | pag. 10 |
| 5 | Conclusioni | pag. 11 |

Guida redatta a cura dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico URP della Camera di Commercio di Treviso-Belluno e approvata dal Comitato guida per la parità di genere.

Rev. 00 del 29/04/2024

1. Un linguaggio nuovo per una Camera di Commercio più inclusiva

Questa guida si inserisce nel percorso di certificazione del sistema di gestione della parità di genere dell'istituzione camerale e vuole essere anche uno spunto di riflessione sul ruolo che assumono il linguaggio e la comunicazione in ogni momento della nostra vita, sia lavorativa che personale.

Nel corso di questa breve guida vedremo come il linguaggio sia sempre più specchio della realtà, dei cambiamenti e delle evoluzioni sociali, e quanto la comunicazione rappresenti quasi l'essenza del nostro vivere in tutte le attività e in ogni relazione, sia professionale che privata.

Parliamo quindi di un linguaggio nuovo per una comunicazione nuova. Un linguaggio nuovo per una pubblica amministrazione nuova e inclusiva, che si spoglia di stereotipi datati per diventare trasparente, agile, attenta alla parità di genere.

Questa guida vuole essere un aiuto concreto per tutto il personale nel lavoro quotidiano, fatto di relazioni e di comunicazione, sia all'interno che all'esterno dell'istituzione. Ma non solo... L'augurio è che questa guida non resti solo all'interno della comunità lavorativa, ma esca dalle mura della Camera di commercio per raggiungere tutti coloro che interagiscono con l'istituzione come le imprese, le associazioni, le autorità, le scuole e l'università fino a divenire l'espressione dell'impegno di ognuno nel riconoscere e proteggere i valori fondamentali del rispetto delle differenze, dell'inclusione e della parità.

2. Introduzione

Comunicare è un bisogno primario dell'individuo e il linguaggio è il principale modo di comunicare. Il linguaggio scritto e parlato e anche dei segni sono un insieme di parole e di gesti a cui attribuiamo diversi significati e sono il mezzo attraverso il quale le persone si esprimono e si scambiano idee, pensieri, concetti e valori.

Il linguaggio inoltre è ciò che contraddistingue gli umani e che contribuisce a creare anche l'identità culturale e soggettiva di ognuno di noi. Il primo passo per l'integrazione fra culture diverse è quello di comunicare e quindi di avere una lingua comune. Così come chi non riesce a comunicare nella lingua del paese in cui vive, di fatto rimane isolato, allo stesso modo chi vuole conoscere e parlare una nuova lingua, deve aprire una finestra su un nuovo modo di pensare, su una cultura diversa, con abitudini e usanze tutte specifiche. E per conoscere fino in fondo una nuova lingua è necessario vivere nel paese d'origine per comprenderne la mentalità, la società, il pensiero.

Ma la comunicazione non è solo linguaggio, va oltre: si alimenta e arricchisce di immagini, suoni, grafiche, colori, toni di voce, dettagli che ne possono dare una connotazione diversa e sempre più complessa.

Se a questo aspetto aggiungiamo anche il fattore "tempo", ossia la velocità, che caratterizza il mondo occidentale, la comunicazione diventa un'entità a sé, veloce, che corre sui social media ed a volte diventa inarrestabile e inafferrabile. Quante volte sentiamo le nuove generazioni utilizzare parole e termini incomprensibili che non sono solo "Slang" o gergo ristretto, ma che magari derivano dai social e poi diventano di uso comune come ad esempio googlare, messaggiare, skillato, whatsappare, etc. che ormai sono rientrati nell'uso comune, nel linguaggio che comunemente usiamo.

La comunicazione è veloce e il linguaggio si evolve, raccoglie nel suo cammino pezzi di società, trasformazioni culturali, cambiamenti epocali che non cogliamo nell'immediato, di cui spesso non siamo nemmeno consapevoli. Ciò significa che il linguaggio riflette il cambiamento socioculturale.

Ma può significare anche il contrario: il cambiamento può partire anche da un linguaggio nuovo.

La dimostrazione è facile: basti pensare ad alcune cariche istituzionali come il ministro o il prefetto, o a professioni come l'avvocato o l'ingegnere, che in passato non avevano un equivalente femminile nel linguaggio corrente, perché tali professioni erano esclusivamente maschili. Con l'accesso della donna alla formazione universitaria e quindi l'ingresso nel mondo del lavoro come professionista o in posizioni apicali, tale cambiamento si è dovuto riflettere anche nel linguaggio, pur con le difficoltà ancora presenti.

Esattamente come le nostre case, le auto e i nostri abiti si sono trasformati negli ultimi anni, riflettendo uno stile di vita diverso, e quindi una società mutante con esigenze nuove, così il linguaggio e la comunicazione in generale si stanno trasformando, stanno utilizzando nuove "stanze" ed abbandonandone altre, proprio come le vecchie sale da pranzo dei nonni...che nelle nostre abitazioni non esistono più.

Pertanto la riflessione che stiamo facendo da alcuni anni sul linguaggio inclusivo e di genere si inserisce proprio in questo solco: utilizzare il linguaggio come mezzo e veicolo che elimini la discriminazione e l'ineguaglianza e proponga modelli e categorie di pensiero pensati anche al femminile e al neutro senza diventare artificiosi o pesanti nel proporre un modello inclusivo.

3. Linee guida essenziali

Nelle seguenti pagine forniamo alcune indicazioni utili da applicare al nostro linguaggio sia verbale che scritto per renderlo più inclusivo e rispettoso della parità di genere.

Possiamo iniziare a seguire le poche regole qui indicate che sono di per sé già molto efficaci per attuare questa trasformazione: le elenchiamo qui di seguito per poi dettagliarle successivamente:

1. evitare o aggirare l'uso massivo del maschile, ossia il "maschile sovraesteso"
2. nominare anche il femminile nelle coppie
3. declinare al femminile i nomi comuni quando associati a persone di sesso femminile
4. applicare le regole già presenti nella lingua italiana ma in disuso (es. medica)
5. non utilizzare la giustificazione della cacofonia per evitare il pieno uso del linguaggio non sessista (es. ingegnera, ministra, architetta)

3.1 Il maschile sovraesteso: come evitarlo

Nella lingua italiana scritta o parlata molto spesso si utilizza il maschile come se fosse un "neutro" per rivolgersi a gruppi o entità non omogenee, ma in tal modo si trascurano tutte le persone di genere femminile o non binarie che vengono nascoste dal linguaggio stesso.

"Benvenuti nel nostro albergo e buona giornata tutti voi" "Iscriviti alla nostra newsletter per restare sempre aggiornato" sono esempi comuni di maschile sovraesteso in cui "tutti" e "aggiornato" sono utilizzati come un neutro che comprende anche il genere femminile, ma senza esplicitarlo. Come possiamo evitarlo?

- Creatività: trovare sinonimi a verbi, aggettivi e sostantivi
- Flessibilità: modificare la frase, cambiando il punto di vista, magari in forma passiva
- Semplicità: evidenziare il verbo, evitando sostantivi, aggettivi o pronomi inutili
- Attenzione: evitare l'uso del participio passato (bentornato, iscritto, aggiornato, arrivato, ...)

Di seguito la tabella con esempi e spunti utili.

Tabella 1: il maschile sovraesteso: come evitarlo

| <i>Frase originaria con maschile sovraesteso</i> | <i>Frase modificata con linguaggio inclusivo</i> |
|---|--|
| Benvenuto nella nostra impresa | Ti diamo il benvenuto nella nostra impresa |
| Benvenuti nella nostra impresa | Vi diamo il benvenuto nella nostra impresa |
| Grazie per esserti iscritto al webinar: riceverai il link a breve. | Grazie per la tua iscrizione/registrazione al webinar: riceverai il link a breve. |
| Quanto sei soddisfatto del nostro servizio di consegna al cliente ? | Il nostro servizio di consegna quanto è soddisfacente per te ? |
| Appena sei pronto , mandami una email | Appena hai tutto pronto , mandami una email Non appena tutto è pronto , mandami una email |
| Sei un imprenditore iscritto alla Camera di commercio? | La tua impresa è iscritta alla Camera di commercio? |
| Verifica qui se rientri fra i vincitori del concorso | Verifica qui se hai vinto il concorso |
| Sei l'avvocato dell'azienda? | Chi difende/rappresenta l'azienda? |
| I clienti sono pregati di rispettare gli orari di apertura dello sportello | Chiediamo alla gentile clientela di rispettare gli orari di apertura dello sportello |
| Il video è stato visto da moltissimi utenti | Un gran numero di utenti ha visto il video |

3.2 Regole grammaticali

Di seguito si indicano alcune regole principali utili per declinare il nome maschile al femminile con degli esempi pratici

Tabella 2. Regole grammaticali generali

| Forma del nome maschile | Forma al femminile | esempi |
|-------------------------|---|---|
| -o | -a | Maestro/maestra |
| -aio | -aia | Operaio/operaia |
| -ario | -aria | Funzionario/funzionaria |
| -ere | -era | Ingegnere/ingegnera |
| -iere | -iera | Usciere/usciera - Consigliere/consigliera |
| -tore | -trice | Scrutatore/scrutatrice - Direttore/direttrice Ispettore/ispettrice - Elettore/elettrice Senatore/senatrice Eccezione dottore/dottoressa |
| -sore | -sora | Assessore/assessora Revisore/revisora Eccezione professore/professoressa entrato nell'uso comune, ma è corretto dire professoressa |
| -one | -ona | Il commilitone/la commilitona Eccezione il campione/la campionessa |
| -e | Nomi ambigenere in cui resta invariato il nome e il genere è individuato dall'articolo o dall'aggettivo | il responsabile/la responsabile |
| -ente | | Il dipendente/la dipendente lo studente/la studente eccezione studentessa perché entrata nel linguaggio comune |
| -ante | | Il Cantante /la cantante |
| Parole straniere | Manager Producer Consultant | Il manager/la manager Il producer/la producer Il consultant/la consultant |

Tabella 3 L'accordo: come accordare nomi aggettivi o verbi

Spesso ricorrere al linguaggio inclusivo e usare l'accordo di prossimità può rappresentare una soluzione valida nelle frasi in cui dobbiamo accordare generi, aggettivi o verbi. Di seguito riportiamo degli esempi da cui trarre ispirazione.

| Frase originaria | Frase modificata con linguaggio inclusivo |
|---|---|
| Il dipendente Chiara Verdi è stata nominata responsabile | La dipendente Chiara Verdi è stata nominata responsabile |
| Il presidente Chiara Bianchi è assente | La presidente Chiara Bianchi è assente |
| Il Ministro Chiara Rossi era presente | La Ministra Chiara Rossi era presente |
| Nomi composti con vice- pro- sotto- vicario sostituto aiuto vanno concordati con il genere della persona che deve portare l'appellativo e non con il genere di cui è vice o vicario (fonte Accademia della Crusca prot. 265/2023 del 27/1/2023) | |
| Prosindaco | Prosindaca |
| Vicesindaco | Vicesindaca |
| Sottoprefetto | Sottoprefetta |
| Sostituto procuratore | Sostituta procuratrice |
| Prorettore vicario | Prorettrice vicaria |

| | |
|-----------------------|-----------------------|
| Aiuto cuoco | Aiuto cuoca |
| Il Pubblico Ministero | La Pubblica Ministera |

Tabella 4: Usare la forma astratta o collettiva per un linguaggio più inclusivo

| Forma del nome maschile | Forma al femminile | Forma astratta/collettiva |
|-------------------------|--------------------|--|
| Il coordinatore | La coordinatrice | Il coordinamento /chi coordina |
| Il docente | La docente | Il corpo docenti/chi insegna |
| Il proprietario | La proprietaria | La proprietà |
| Il direttore | La direttrice | La direzione |
| Il produttore | La produttrice | La produzione |
| Il ricercatore | La ricercatrice | Il personale di ricerca |
| Il presidente | La presidente | La presidenza |
| L'infermiere | L'infermiera | Il personale infermieristico |
| L'impiegato | L'impiegata | Il personale amministrativo |
| Gli studenti | Le studentesse | La popolazione studentesca |
| L'elettore | L'elettrice | Il corpo elettorale /chi elegge chi vota |
| I ballerini | Le ballerine | Il corpo di ballo /chi balla |

3.3 La visibilità del genere

La scrittura simmetrica: uso della forma maschile per gli uomini e della forma femminile per le donne. Sembra così ovvio...ma lo applichiamo veramente?

Ecco alcune semplici indicazioni che possiamo applicare in ogni occasione di comunicazione sia in ambito privato, nelle nostre relazioni personali, che in ambito professionale.

- Quando vogliamo dare risalto a una o più persone specifiche, il riferimento al genere va sempre reso in maniera esplicita e non uniformando il nome al genere maschile. Esempi:
 - “**Gli imprenditori** Mario Rossi e Margherita Bianchi” diventa “**L'imprenditore** Mario Rossi e **l'imprenditrice** Margherita Bianchi”.
 - “**Il Presidente** della commissione Maria Bianchi” diventa “**La Presidente** della commissione Maria Bianchi”.
- Inoltre il genere va reso visibile anche nel caso in cui sia specifico desiderio del soggetto interessato evidenziare il cambiamento sociale.
 - “**Il Rettore** Bianca Rossi” diventa “**La Rettrice** Bianca Rossi”.
- Il genere va sempre reso visibile quando costituisce un criterio relativo ad una procedura, una pratica, un comportamento definito. Ad esempio:
 - Ai seggi elettorali sono distinti gli accessi **degli elettori e delle elettrici**.
 - Durante un concorso di selezione può esserci una fila riservata ai **candidati** e una alle **candidate**.
- Vi è inoltre la tecnica dello **sdoppiamento integrale** che consiste nella indicazione di entrambi i sostantivi, che è utilizzabile in brevi frasi o scritti perché va mantenuta per tutto il testo, ora molto in uso nei programmi televisivi o radiofonici:
 - “Buonasera a **tutte le telespettatrici e a tutti i telespettatori**” oppure

➤ “Care **ascoltatrici** e cari **ascoltatori**”

La scelta su quali strategie linguistiche utilizzare dipende anche dal contesto comunicativo. Nei testi normativi come regolamenti o statuti o nei comunicati stampa è preferibile evitare lo sdoppiamento integrale per rendere il testo più leggibile e scorrevole possibile. Nei bandi di selezione del personale invece lo sdoppiamento è necessario per rispettare le norme sulla parità di genere.

3.4 Il superamento del genere: la scrittura neutra

Il superamento del genere nella comunicazione scritta e verbale è raggiungibile attraverso alcune strategie, ossia l'utilizzo della **scrittura neutra**.

Con la scrittura neutra si supera lo sdoppiamento del maschile e femminile e si trasforma la costruzione della frase in modo da porre l'attenzione non più sul soggetto, ma sull'oggetto della frase. Per fare questo si ricorre a strategie di tipo lessicale oppure di tipo sintattico.

Strategie lessicali:

- Modificare il soggetto in senso astratto, impersonale o con perifrasi
- Usare nomi collettivi
- Utilizzare pronomi indefiniti come chi/chinunque

| <i>Nome</i> | <i>Sdoppiamento</i> | <i>Scrittura neutra</i> |
|--|---|---|
| I candidati | I candidati e le candidate | Le persone candidate/chi si è candidato |
| Il contratto dei dipendenti | Il contratto dei dipendenti e delle dipendenti | Il contratto del personale dipendente |
| Una soluzione per i lavoratori distanti da casa | Una soluzione per i lavoratori e le lavoratrici distanti da casa | Una soluzione per chi lavora distante da casa |

Strategie di tipo sintattico:

- Usare la forma passiva
- Usare la forma impersonale
- Splitting (cioè inserire la barra con desinenza femminile nato/a) in disuso perché non garantisce l'accessibilità e non è leggibile

| <i>Nome</i> | <i>Sdoppiamento</i> | <i>Scrittura neutra</i> |
|--|--|---|
| Gli agenti devono superare il corso sulla sicurezza | Gli agenti e le agenti devono superare il corso sulla sicurezza | E' necessario il superamento del corso sulla sicurezza |
| Gli addetti ricevono il materiale di martedì | Gli addetti e le addette ricevono il materiale di martedì | Si riceve il materiale ogni martedì |
| I clienti devono accedere uno alla volta | I clienti e le clienti devono accedere uno alla volta | Si accede una persona alla volta |
| Gentilissimi iscritti | Gentilissimi iscritti e gentilissime iscritte | Gentilissimi/e iscritti/e |

Altre soluzioni linguistiche per superare il genere attraverso segni, come l'asterisco o la schwa, al posto delle desinenze finali non sembrano appropriate in ambito istituzionale, ma sono più adatte ad altri contesti più informali come sui social media come indicato qui di seguito.

Prendiamo come riferimento il sostantivo ‘ragazzo o ragazza’: vediamo nella tabella le possibili soluzioni per andare oltre il genere maschile e femminile, verso un “neutro” che nella lingua italiana non è presente, ma che compare in alcuni dialetti italiani o in altre lingue come l’inglese, senza dimenticare il latino con la sua la forma neutra per i nomi.

Tabella 5: I segni per trasformare il sostantivo maschile o femminile in neutro

| | |
|------------|---------|
| spazio | ragazz |
| Asterisco | Ragazz* |
| -schwa | ragazzə |
| underscore | Ragazz_ |
| -x | Ragazzx |
| -@ | Ragazz@ |

4. Anche le immagini hanno un genere

Non si comunica solo con il linguaggio scritto o parlato, ma anche e sempre più con le immagini.

E' essenziale curare la parità di genere e l'inclusività in tutti i suoi aspetti anche nella comunicazione visiva, attraverso immagini, grafiche e foto che vengono utilizzate sia nella comunicazione interna sia in quella esterna. Dalle locandine di seminari ed eventi, al sito istituzionale o aziendale, ai social, tutto ciò che è visivo può trasmettere con grande impatto e velocità un messaggio di inclusività o piuttosto di discriminazione.

Rispetto al linguaggio scritto, l'immagine necessita di un'attenzione ulteriore in quanto il messaggio trasmesso può caricarsi di diversi significati: oltre alla discriminazione di genere, esso potrebbe contenere altri elementi in grado di rivelare una discriminazione etnica, culturale, sociale, estetica o legata ad una abilità fisica o ad uno stereotipo, come l'ideale di bellezza fisica.

La comunicazione deve essere rispettosa di tutte le diversità e fornire un'immagine coerente con l'ente che la propone, in cui siano evidenziati valori come il rispetto, l'uguaglianza dei diritti, la libertà.

Di più ancora potremmo affermare che le immagini, il linguaggio e la grafica finiscono inevitabilmente per diventare lo specchio di chi le propone.

La scelta di un'immagine o l'elaborazione di una grafica, anche la più banale, deve essere fatta con la massima attenzione perché tramite quell'immagine, diamo agli altri l'immagine di noi, del nostro ente, della nostra impresa, dei valori e dei principi in cui crediamo. Di seguito due esempi di immagini che evidenziano il messaggio di parità di genere e inclusività.



Esempio 1

Questa grafica è presente nel sito istituzionale della Camera di commercio di Treviso-Belluno ed è stata utilizzata nel 2023 per promuovere un nuovo servizio. È una comunicazione inclusiva perché la figura maschile e quella femminile sono sullo stesso livello, per evidenziare la posizione di parità. Anche l'uso dei colori trasmette libertà da stereotipi culturali o di genere.



28 MARZO 2022 | ore 10.30-12.30

Camera di Commercio Treviso - Belluno|Dolomiti
Sede di Treviso in presenza | Sala Conferenze | Piazza Borsa 3/b
Diretta Streaming sui canali social di @tbcamcom



Esempio 2

Questa immagine è stata utilizzata nel 2022 in occasione di un convegno cui ha preso parte la Ministra Elena Bonetti. In questa immagine abbiamo un esempio di inclusività etnica oltre che di genere. La donna ha una posizione sovrastante che indica un ruolo di rilievo ma non prevaricante, in quanto si mette al fianco dei presenti e da loro viene ascoltata. All'epoca si è scelto di mantenere il maschile "Ministro" per quanto attiene al linguaggio scritto, ma oggi avremmo scritto "Ministra".

5. Conclusioni

Questa guida pratica sulla comunicazione inclusiva vuole essere uno strumento semplice e utile che dia soprattutto spunti di riflessione su come si sta evolvendo il linguaggio e la società, e su come uno influenzi l'altra, in un percorso di trasformazione reciproca.

Alcune semplici regole possono essere applicate sin da subito al nostro linguaggio per diventare poi, giorno dopo giorno, delle abitudini. Impariamo a dire ingegnera o ministra senza pudori o false giustificazioni. Se siamo imprenditori o imprenditrici, guardiamoci subito attorno, osserviamo il nostro sito, la comunicazione per immagini e quella scritta e facciamo quel piccolo cambiamento che diventa abitudine e poi forma di pensiero.

La Camera di commercio di Treviso-Belluno, la casa delle imprese, in quanto riferimento per il tessuto economico del territorio, vuole assumersi questo ruolo di stimolo e di traino per la diffusione della cultura delle parità di genere e dell'inclusività in senso più ampio, a tutti i livelli.

Dalla micro impresa alla grande impresa, dalla classe dirigente, agli studenti e alle studentesse che entrano per la prima volta nel mondo del lavoro, a tutti e tutte vogliamo far fare un piccolo passo verso l'inclusività, attraverso l'uso di un linguaggio libero dalle discriminazioni e aperto alla trasformazione che stiamo vivendo.