

MANIFESTO PER UN LINGUAGGIO AMPIO E RISPETTOSO

Il ruolo del linguaggio nell'emancipazione
e nella creazione di una società equa



“

*“Il linguaggio
è una finestra
sulla mente
umana.”*

NOAM CHOMSKY

”

Il linguaggio è uno **strumento potente**: con le parole possiamo illuminare, abbattere muri e creare connessioni, oppure, al contrario, possiamo rinforzare pregiudizi e disuguaglianze. Ogni frase, ogni parola scelta è un pezzo del **mondo che costruiamo insieme**. Non ci limitiamo a parlare di linguaggio inclusivo – un termine che suggerisce ancora uno squilibrio tra chi include e chi viene incluso.

Puntiamo a un **linguaggio ampio**, capace di accogliere la molteplicità delle esperienze umane, senza ridurle a etichette o stereotipi.

Immagina il linguaggio come un tessuto: ogni parola è un filo che, intrecciandosi agli altri, può creare **trame ricche e accoglienti**, oppure gabbie rigide. Scegliere le parole con attenzione è un atto rivoluzionario, una forma di **responsabilità sociale** che crea relazioni più autentiche e paritarie. È un invito a ripensare i nostri schemi, a fare spazio, a celebrare le differenze senza sottolinearle inutilmente.

Con questo manifesto vogliamo offrire al nostro team **strumenti pratici** per adottare un linguaggio che, senza rinunciare a bellezza e chiarezza, sappia rispecchiare un mondo più equo e rispettoso. E chissà che magari possa far emergere riflessioni anche al nostro esterno.

Un'attenzione particolare alla questione del genere

Nel nostro manifesto ci sono molte indicazioni legate al linguaggio di genere. Questo perché la lingua italiana, a differenza di altre, **non ha un neutro** e declina al maschile e al femminile, il che comporta difficoltà nel mantenere un equilibrio. Inoltre, **per Amapola il tema è particolarmente rilevante**: il nostro team è a maggioranza femminile, operiamo in mercati in cui la riflessione su questi aspetti è fondamentale e abbiamo scelto di assumerci impegni concreti, come la certificazione per la parità di genere.



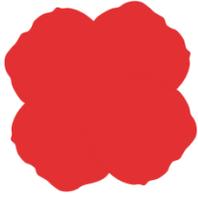
Mettiamoci in dubbio. Chiediamoci sempre: possiamo rendere più ampio, accogliente e rispettoso il nostro messaggio? Questo è il **punto di partenza** e il più complesso, perché richiede di cambiare abitudini consolidate.



Diamo visibilità al femminile. L'italiano non ha il neutro ma declina al maschile e al femminile, cosa che a differenza di altre lingue comporta alcune difficoltà per mantenere un **linguaggio equilibrato rispetto al genere**. Ci sono tanti modi per evitare il maschile sovraesteso, una convezione linguistica che riflette altri tempi e sensibilità. Possiamo declinare al maschile e al femminile (Care e cari), usare perifrasi (vd. sotto) oppure usare altri segni grafici convenzionali, come * e schwa (ə). Cerchiamo comunque di ridurre l'utilizzo di questi due nella comunicazione sui canali esterni perché poco leggibili, in quanto simboli, alle persone con disabilità. Inoltre, è importante utilizzare i **femminili professionali**, che sono corretti e riconosciuti dalla lingua italiana, per dare visibilità alla presenza delle donne in ambiti storicamente dominati dagli uomini. Tuttavia, rispettiamo sempre le **scelte individuali**: ogni persona deve poter decidere come definirsi.



Adottiamo un linguaggio neutro rispetto al genere. Quando possibile, usiamo **formule impersonali, perifrasi o termini ambigenere** (per esempio "persona"). Se questo appesantisce troppo il testo, scegliamo l'alternativa più naturale. L'obiettivo è rivolgersi a tutte le persone, qualunque sia il loro riconoscersi nello **spettro del genere**.



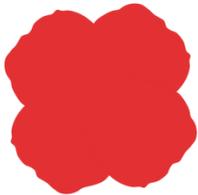
Evitiamo stereotipi e pregiudizi. Alcune frasi comunemente accettate veicolano giudizi negativi su gruppi sociali, contribuendo a perpetuare stigma e stereotipi. Cerchiamo **alternative rispettose** e soprattutto non viziata da bias inconsapevoli.



Non enfatizziamo differenze non rilevanti. Se etnia, nazionalità o altre caratteristiche non sono pertinenti, **non menzioniamole**. Una buona norma che i nostri media ancora non hanno del tutto imparato.



Chiediamo e approfondiamo. Se abbiamo dubbi su come una persona si definisce, cerchiamo di capirlo o chiediamolo direttamente, in maniera educata. **Mettersi in ascolto** è essenziale.



Linguaggio ampio anche in ambito visivo. La comunicazione non verbale, come immagini, grafiche e video, deve **rappresentare le differenze** in maniera ampia, evitando stereotipi e bias impliciti.



Troviamo il giusto equilibrio. Un linguaggio ampio e rispettoso non deve diventare una prigione. Manteniamo la nostra sensibilità senza perdere **leggerezza e spontaneità**. Soprattutto, diamo il tempo a chi ancora non lo usa, o non è avvezzo, di imparare a conoscerlo e frequentarlo, usando **la cura e l'ascolto** – e non l'intransigenza – per diffondere questo stile comunicativo al di fuori dei nostri confini.



La responsabilità è collettiva. La trasformazione del linguaggio è un **processo dinamico** che coinvolge tutte le persone. Ognuno ha un ruolo nel renderlo più equo e rappresentativo della realtà.

Appendice con esempi e casi di applicazione

Dare visibilità al femminile

Parole con forme diverse al maschile e al femminile

Alcuni termini hanno uscite differenti per i due generi.

Per esempio:

-o → -a:

- architetto → architetta
- ministro → ministra
- sindaco → sindaca

-tore → -trice:

- direttore → direttrice

-sore → -sora:

- revisore → revisora
- assessore → assessora

Nota: Per parole di uso consolidato come “manager” o “consultant”, si utilizza l’articolo per indicare il genere (il manager/la manager).

Parole con uscite uguali al maschile e al femminile

Questi termini mantengono la stessa forma per entrambi i generi, differenziandosi solo per l’articolo:

- il/la consulente
- il/la rappresentante
- il/la analista
- il/la presidente

Appendice con esempi e casi di applicazione

Femminili professionali

I **femminili professionali** sono le forme declinate al femminile di titoli, incarichi e ruoli lavorativi tradizionalmente associati al maschile. L'utilizzo corretto di queste forme è essenziale per rendere visibile la presenza e il contributo delle donne in ambito professionale.

Esempi comuni di femminili professionali:

Con finali regolari (-o → -a):

- architetto → architetta

Con finali irregolari (-tore → -trice):

- direttore → direttrice

Con adattamenti lessicali:

- ingegnere → ingegnera

Lo sdoppiamento di genere

Lo **sdoppiamento di genere** (es. gli uomini e le donne, gli studenti e le studentesse) può essere uno strumento efficace per garantire inclusività, ma la sua applicazione dipende dal contesto comunicativo.

Linee guida sull'uso dello sdoppiamento:

1. Testi normativi o ufficiali:

- Preferire lo sdoppiamento nei bandi di concorso, regolamenti o documenti che richiedono una chiara ottemperanza alle norme sulla parità di genere.
- Esempio: L'annuncio di lavoro è rivolto a candidati e candidate.

2. Testi informativi o modulistica:

- Limitare lo sdoppiamento per evitare una perdita di leggibilità.
- Esempio: I/le dipendenti possono accedere al portale aziendale.

3. Comunicazioni informali:

- Valutare l'utilizzo dello sdoppiamento o di alternative inclusive più sintetiche (es. le persone candidate invece di i candidati e le candidate).

Appendice con esempi e casi di applicazione

L'accordo di aggettivi, participi e pronomi con sostantivi di genere diverso

Di norma, l'**accordo grammaticale** tra aggettivi, participi e pronomi in una lista di sostantivi di genere diverso segue il maschile plurale. Tuttavia, per promuovere una maggiore inclusività, è possibile adottare l'**accordo di prossimità**: il genere dell'aggettivo o del participio si conforma all'ultimo termine della lista.

Esempi:

- Norma tradizionale: I consulenti e le consulenti sono stati incaricati.
- Accordo di prossimità: I consulenti e le consulenti sono state incaricate.

- Norma tradizionale: Le analiste e gli analisti sono stati invitati alla riunione.
- Accordo di prossimità: Le analiste e gli analisti sono state invitate alla riunione.

Questa strategia è particolarmente utile per ridurre la percezione del maschile sovraesteso, soprattutto in testi informali o comunicazioni rivolte a un pubblico ampio.

Appendice con esempi e casi di applicazione

Strategie per rendere neutro rispetto al genere il linguaggio

1. *Riformulazione con nomi collettivi o funzioni:*
 - Gli advisor → il team di consulenza.
2. *Uso di perifrasi:*
 - Un progetto per i consulenti → Un progetto per chi lavora nella consulenza.
 - Benvenuto nella nostra newsletter → Ti diamo il benvenuto
3. *Forme impersonali:*
 - I dipendenti devono compilare il modulo → Il modulo va compilato.
4. *Evitare participio passato declinato:*
 - Ti sei iscritto? → Hai completato l'iscrizione?

Simmetria nell'uso dei ruoli, nomi e cognomi:

- Se un uomo è chiamato direttore Mario Rossi, una donna sarà chiamata direttrice Anna Bianchi, mai (assolutamente mai) Signorina/Signora Anna.
- Se si usa il cognome (Rossi) per l'uomo, lo stesso approccio sarà adottato per la donna (Bianchi).
- Se il nome di battesimo è utilizzato in un contesto informale per un uomo, sarà così anche per una donna (Mario e Anna).

Appendice con esempi e casi di applicazione

Evitare stereotipi e bias inconsapevoli

Alcune espressioni di uso comune possono perpetuare **stereotipi** e stigmatizzare gruppi sociali. Sostituire queste frasi con alternative rispettose e neutrali aiuta a promuovere una comunicazione più equa e consapevole.

Esempi di frasi da evitare:

- Piangere come una femminuccia.
- La casalinga di Voghera.
- Parla come un uomo d'affari.
- Una vera donna/un vero uomo.

Evitare le espressioni oggettivizzanti che inseriscono l'articolo "LA" davanti ai cognomi di donna ("La Meloni", "La Von der Leyen"). Solo a Milano è uso dialettale farlo (e infatti si fa anche con il maschile).

Disabilità e accessibilità

- Evitare termini **riduttivi, negativi o che contengono un giudizio implicito**: invece di "soffre di una disabilità", dire "persona con disabilità", evitare "diversamente abile" o espressioni come "costretto/a in carrozzina".
- Non definire mai le persone solo in base a questa specifica caratteristica: **il linguaggio "person first"** invece di "il disabile", usa "la persona con disabilità".
- Ci sono alcune persone che rientrano nell'ambito dell'attivismo che preferiscono al contrario usare **un linguaggio "disability first"** come rivendicazione identitaria e politica. Come si fa a saperlo? Anche qui, ci si mette in ascolto.
- Evitare **espressioni abiliste**: "sei cieco?" per indicare distrazione, oppure "sei sordo?" per mancanza di attenzione.

Appendice con esempi e casi di applicazione

Origine e appartenenza culturale

- Evitare di sottolineare **l'etnia** se non rilevante: invece di "ingegnere cinese", dire semplicemente "ingegnere", a meno che il contesto non lo richieda.
- Usare i termini corretti per le **identità culturali**: dire "persona rom" invece dell'espressione stigmatizzante, non "persona di colore" ma "persona nera".
- Non usare il termine "straniero" in **modo escludente**: preferire "persona di origine [nazionalità]" o "cittadino di [Paese]".
- Le **generalizzazioni** supportano gli stereotipi. "I neri hanno il ritmo nel sangue" è un esempio abbastanza innocuo, ma sappiamo che spesso le generalizzazioni veicolano pregiudizi negativi.

Orientamento Sessuale e Identità di genere

- Rispettare i **pronomi scelti** dalla persona: se incerto, chiedere in modo educato. Nei form da compilare offrire la possibilità di non identificare il proprio genere.
- Non usare il termine "omosessuale" in **maniera generica**, se non si è certi dell'orientamento di genere e sessuale preferire "persona LGBTQ+".
- **Evitare stereotipi o riduzioni**: invece di "coppia gay", dire semplicemente "coppia" se il contesto non richiede la specificazione.
- Si dice **persona trans**, oppure donna trans oppure uomo trans. Nominare il deadname (cioè il nome della persona prima della transizione) è pratica da evitare sempre e comunque. Anche qui il mondo del giornalismo deve imparare ancora molto.

Appendice con esempi e casi di applicazione

Età e seniority

- Evitare **termini discriminatori** legati all'età: sostituire "vecchio" con "persona anziana" o "senior".
- Non infantilizzare le persone anziane: evitare diminutivi o vezzeggiativi in contesti non affettivi.
- Non dare per scontato che i giovani siano inesperti o superficiali.

Status socioeconomico

- Evitare **termini stigmatizzanti**: invece di "povero", dire "persona in situazione di vulnerabilità economica" oppure quando necessario "persone senza fissa dimora".

Comunicazione visiva

La comunicazione visiva è un elemento cruciale per promuovere rispetto nella rappresentazione delle persone e delle comunità.

Principi per una comunicazione visiva inclusiva:

1. Rappresentazione della diversità:

- Utilizzare immagini che includano una varietà di etnie, generi, abilità e fasce d'età per evitare rappresentazioni omogenee o stereotipate.
- Assicurarci che le immagini riflettano contesti reali e professionali, equilibrati nella rappresentazione ed evitando stereotipi (per esempio: la donna che fa pulizie di casa in contrasto all'uomo che torna da lavoro; il bambino che gioca con le costruzioni e la bambina con la bambola, ecc...).

Appendice con esempi e casi di applicazione

2. Grafica neutra rispetto al genere:

- Prediligere icone e simboli privi di connotazioni di genere, a meno che non sia rilevante rispetto al messaggio.

3. Accessibilità dei materiali visivi:

- Fornire testi alternativi (alt text) per immagini.
- Sottotitolare video.
- Garantire un contrasto visivo adeguato per migliorare la leggibilità.

Link per approfondimenti

- [Linee Guida CNR per un linguaggio inclusivo rispetto al genere](#)
- [Linee guida linguaggio inclusivo Fondazione Diversity](#)
- [Linee guida UNI sulla comunicazione inclusiva](#)
- [Valore D: linguaggio inclusivo e disabilità](#)
- [Il Manifesto del Linguaggio Non Ostile](#)

Appendice con esempi e casi di applicazione

Link per approfondimenti

- [La nostra lingua influenza il modo in cui pensiamo. Lera Boroditsky](#)
- [Il blog di Fabrizio Acanfora](#)
- [Disabilità: cos'è l'inspiration porn e perché è un problema.](#)
- Alcune tra le numerose interviste a Vera Gheno:
 1. [Amiamo la lingua ma lasciamola libera di mutare](#)
 2. [Usiamo il linguaggio ampio e non mettiamo le mutande al David](#)

***Grazie per avere letto
fino a qui***

Hai domande o dubbi su questo documento?
Scrivi a micol.burighel@amapola.it

AMAPÒLA