

# u | ni | ver | si | tà sostantivo FEMMINILE

La *lingua estesa* in UniTo  
**TOOLKIT**



UNIVERSITÀ  
DI TORINO

COMITATO  
UNICO di  
GARANZIA



**cirsde**  
centro interdisciplinare di ricerche  
e studi delle donne e di genere

# INDICE



INTRODUZIONE.....	4
UNITO – 10 anni di cultura di parità.....	5
<b>LE LINEE GUIDA.....</b>	<b>6</b>
<b>LA COMUNICAZIONE VISIVA .....</b>	<b>16</b>





Siamo molto felici di presentare, a tutta la comunità universitaria, questa Guida pratica al linguaggio inclusivo, uno strumento concreto di accompagnamento e supporto rivolto a docenti, studenti e personale tecnico-amministrativo, che fornisca soluzioni e suggerimenti per una comunicazione aperta, ampia, inclusiva e attenta ai cambiamenti della società in cui viviamo.

Già nel “Piano Strategico 2021-2026” del nostro Ateneo si prevede la promozione costante della cultura della parità nel profondo rispetto delle diversità e nel costante contrasto a ogni forma di discriminazione determinata da età, genere, origine etnica, orientamento sessuale, religione, posizione politica, condizioni di disabilità, attraverso strategie, azioni e strumenti capaci di valorizzare le differenze.

È proprio il riconoscimento dell’importanza di questi valori che ci muove e che motiva il nostro impegno nel favorire la sensibilizzazione verso il linguaggio di genere, il miglioramento nella qualità delle comunicazioni interne ed esterne e della documentazione prodotta nell’Ateneo; il rafforzamento delle azioni sul territorio in tema di parità e lotta alle discriminazioni. Partiamo dalle parole e dal linguaggio per costruire, insieme, un’ampia e condivisa cultura del benessere nella vita lavorativa, ispirata alle raccomandazioni della Commissione Europea e riferita ai principi di pari opportunità, parità di genere e diversity.

*Il Rettore, prof. Stefano Geuna*

*La Vice-Rettrice, prof.ssa Giulia Carluccio*

*La Delegata del Rettore per l’inclusione, le pari opportunità e le politiche di genere di Ateneo, prof.ssa Paola Cassoni*

*Il Direttore Generale, Ing. Andrea Silvestri*

# INTRODUZIONE



Ciò che diciamo, le parole che usiamo, sono strumenti potentissimi nella costruzione dell'identità sociale delle persone; esse hanno "letteralmente" un senso: esse sono portatrici di una carica semantica che induce a formulare associazioni di idee, inferenze, giudizi. Insomma, la lingua è un sistema fondamentale della nostra socializzazione perché non è soltanto un modo per trasmettere informazioni da un mittente a un destinatario, ma è uno strumento potente di costruzione della cultura, di classificazione della realtà e di percezione del mondo.

Con la lingua costruiamo i rapporti sociali e la nostra identità. Comunicare non significa soltanto interagire, ma anche agire. Ecco perché l'uso che della lingua facciamo, ciò che comunemente chiamiamo linguaggio, diventa anche uno strumento importantissimo per la costruzione del sistema culturale paritario tra donne e uomini, ma non solo.

Usare la lingua in modo inclusivo, significa sviluppare la capacità di rappresentare e raggiungere ogni pubblico, senza esclusione di alcuna categoria o gruppo di persone, ma attribuendo pari riconoscimento e visibilità sociale.

Spesso, però, l'assenza di indicazioni specifiche sulle forme corrette da usare per comunicare in modo inclusivo produce confusione e scoraggiamento. Ecco perché queste linee guida si pongono l'obiettivo di fornire soluzioni, sciogliere dubbi, suggerire possibilità per l'uso di un linguaggio attento alle differenze.

Non va inteso come un modello prescrittivo, quanto piuttosto come un orizzonte per lavorare sul cambiamento culturale di tutti e tutte.

*Federica Turco, Gender Equality Manager UniTO e CIRSDe, Centro Interdisciplinare di Ricerche e Studi delle Donne e di Genere*



# UNITO – 10 anni di cultura di parità

## 2015

*Linee guida per un approccio di genere al linguaggio amministrativo.*

## 2016

*Corso online per il personale TA «Un approccio di genere al linguaggio» (14 ore).*

*Carta d'Intenti "Io Parlo e Non Discrimino" - UniTo, PoliTo e Comune di Torino per un progressivo adeguamento degli atti normativi e amministrativi al linguaggio di genere.*

## 2021

*Linee guida per garantire un adeguato equilibrio fra i generi nei convegni, negli eventi di divulgazione scientifica e nei seminari e in ogni iniziativa che coinvolga direttamente o indirettamente l'Università di Torino.*

## 2021-2026

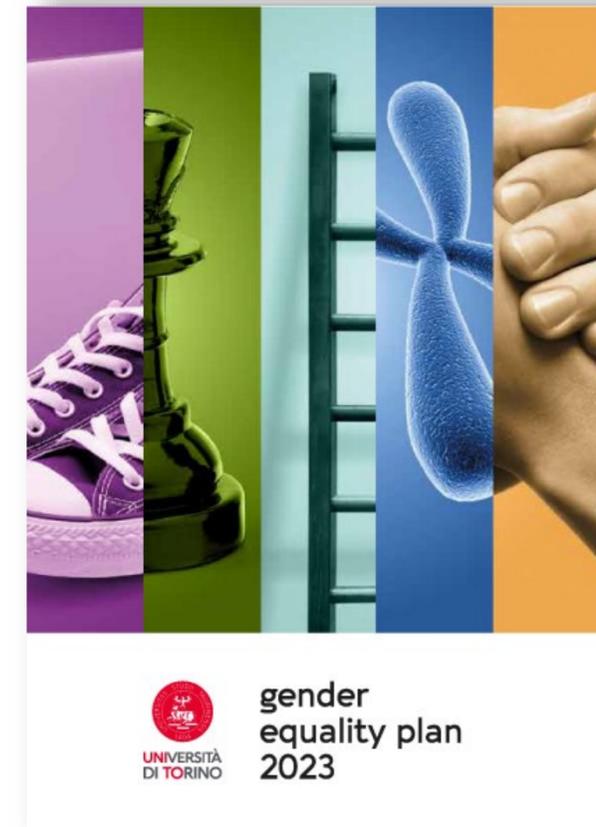
*Piano di Formazione in ambito cultura della parità e contrasto alle discriminazioni.*

## 2023

*Approvazione del Gender Equality Plan di UniTo e dello specifico asse-obiettivo «Cultura dell'uguaglianza e lotta agli stereotipi».*

## 2023-2024

*Seconda edizione del percorso formativo sul linguaggio inclusivo, per tutto il personale TA (on line).  
Avvio del percorso formativo specifico per la Comunità di pratica Comunicazione, con l'obiettivo di promuovere un processo di miglioramento dell'immagine dell'Ateneo, sia verso l'interno sia verso l'esterno, attraverso un uso più consapevole, in termini di inclusività di genere, della comunicazione istituzionale e di realizzare un nuovo Vademecum sul linguaggio.*



## 1. Equilibrio tra vita e lavoro e cultura organizzativa

### OBIETTIVO

**Cultura dell'uguaglianza e lotta agli stereotipi**

*Consolidare la cultura del linguaggio inclusivo*



---

# LE LINEE GUIDA

# Una questione di VISIBILITÀ

Il **genere va SEMPRE esplicitato:**

- SE si fa riferimento a PERSONE SPECIFICHE
- SE si vuole mettere in rilievo la COMPONENTE DI GENERE, ad es. nei casi di cariche tradizionalmente ricoperte da uomini in cui una donna potrebbe voler mostrare l'avvenuto cambiamento sociale.



---

La Responsabile per le procedure di selezione di cui al presente bando è la Dott.ssa Beatrice Rossi.

---

La Dirigente responsabile del Servizio è la Dott.ssa Raffaella Verdi.

---

Introduce la conferenza la Prorettrice Elvira Verdi.

---

Vice-Rettrice per la ricerca è la prof.ssa Chiara Bianchi.

---

Risultano presenti i candidati e le candidate: A, B, C.

---

La Sindaca Carla Bianchi.

---



---

Il Responsabile per le procedure di selezione di cui al presente bando è la Dott.ssa Beatrice Rossi.

---

Il Dirigente responsabile del Servizio è la Dott.ssa Raffaella Verdi.

---

Introduce la conferenza il Prorettore Elovira Verdi.

---

Vice-Rettore per la ricerca è la prof.ssa Chiara Bianchi.

---

Risultano presenti i candidati: A, B, C.

---

Il Sindaco Carla Bianchi.

---

# STUDENTE: un caso particolare

Il **genere** va **SEMPRE** esplicitato **SE** rappresenta:

un CRITERIO DI DISTINZIONE relativo a una procedura, un comportamento, una pratica ecc.

Gli studenti sono tenuti a recarsi allo sportello A

Le studenti sono tenute a recarsi allo sportello B

STUDENTE è un **participio presente** quindi, se usato come sostantivo, è di genere comune, ovvero ha la stessa forma per maschile e femminile, che si differenziano solo per l'articolo, proprio come docente:

> i/le docenti; lo/la studente; gli/le studenti.

Quindi è possibile parlare di **STUDENTI in senso inclusivo**.  
Es. Il progetto ha l'obiettivo di potenziare la formazione di studenti meritevoli.

**Attenzione però all'uso dei determinanti!**

Es. Guida studenti > OK

Guida degli studenti > SOLO MASCHILE

**Come fare?**

- Quando possibile evitare di inserire articoli/aggettivi che indichino il genere.  
Es. La guida studenti.
- Se non è possibile, va esplicitata la doppia declinazione dell'articolo/aggettivo anche se la parola studenti è di genere comune.  
Es. Il docente riceverà gli/le studenti nel proprio ufficio.

# STRATEGIE

Quando non c'è un riferimento specifico o si parla di gruppi misti bisogna **SEMPRE EVITARE** il maschile sovraesteso.

## STRATEGIE DI TIPO LESSICALE

Personale dipendente (riformulazione con NOMI COLLETTIVI o riferiti a CARICA, FUNZIONE, ecc.)

Aiutare chi lavora con la didattica a distanza (riformulazione con PRONOMI RELATIVI o INDEFINITI come chi/chinunque)

## STRATEGIE DI TIPO SINTATTICO

Si entra una persona alla volta (FORMA IMPERSONALE)

La domanda deve essere presentata (FORMA PASSIVA)

## SPLITTING

- Gentilissime/i
  - I/Le docenti
- (sempre meno usato per difficoltà di lettura da parte degli screen reader)



Dottorandi e dottorande

Professori e professoressa

I ricercatori e le ricercatrici

Il progetto intende potenziare la formazione delle/degli studenti



I dottorandi

I docenti

I ricercatori

Gli utenti devono entrare uno alla volta

Gli studenti devono presentare domanda

# Una questione di CONTESTO comunicativo

Spesso è il contesto comunicativo a indirizzare la scelta tra le **diverse strategie linguistiche**

## Testi normativi e bandi di concorso

La soluzione dello sdoppiamento potrebbe essere preferibile per rispondere alle norme sulla parità

## Comunicati stampa

La soluzione dello sdoppiamento potrebbe penalizzare la leggibilità del testo, meglio optare per forme alternative non binarie

spazio:	ragazz
asterisco:	ragazz*
-u:	ragazzu
-schwa:	ragazzə [plur. -3]
underscore:	ragazz_
-x:	ragazzx
-@:	ragazz@
-ao:	ragazzao [plur. -ei]

Nei contesti comunicativi più informali, si stanno facendo largo anche forme espressive alternative, che intervengono sul morfema del genere. Anche in questi casi, la lettura da parte degli screen reader può essere difficoltosa.

# Una questione di **SUPERAMENTO** del genere

Ogni volta che è possibile o quando non è utile esplicitare in modo diretto il genere, quando non è rilevante ai fini della comprensione della comunicazione è preferibile adottare strategie che consentano di fare riferimenti generici, mantenendo aperte le possibilità.

**Cfr linee guida del MIUR (2018)**

In questo modo superiamo il binarismo

E rappresentiamo le diverse declinazioni dell'identità di genere in modo più inclusivo

Per realizzare il superamento del genere esistono strategie di tipo lessicale e di tipo sintattico.

# STRATEGIE LESSICALI

Nomi collettivi

o che si riferiscono al servizio, alla funzione, al settore o alla carica



Corpo docente

Personale tecnico amministrativo, personale dipendente, personale di direzione/segreteria

L'utenza, il Consiglio



I docenti

I tecnici-amministrativi, i dipendenti, gli addetti alla direzione/segreteria

Gli utenti, i consiglieri

Riformulazione con pronomi relativi e indefiniti come "chi/chiusunque"



Un'iniziativa per aiutare chi studia con la didattica a distanza

Le persone elette



Un'iniziativa per aiutare gli studenti con la didattica a distanza

Gli eletti

Termini o perifrasi prive di referenza di genere



Le persone elette



Gli eletti

# STRATEGIE SINTATTICHE

Uso della forma passiva

che permette di non esplicitare l'agente dell'azione



La domanda deve essere presentata



Gli studenti devono presentare la domanda

Uso della forma impersonale



Si entra una persona alla volta



Gli utenti devono entrare uno alla volta

# ALCUNE REGOLE GRAMMATICALI

## PAROLE CON USCITA DIVERSA AL MASCHILE E AL FEMMINILE

USCITA MASCHILE	USCITA FEMMINILE	ESEMPI
-o; -aio; -ario	-a; -aia; -aria	medico/medica; notaio/notaia; segretario/segretaria
-ere; -iere	-era; -iera	ingegnere/ingegnera; cancelliere/cancelliera
-sore	-sora	assessore/assessora ps: nel caso di «professore», è accettato l'uso di «professoressa» (invece di «professora») perché ormai ampiamente entrato nell'uso comune
-tore	-trice	direttore/direttrice

## PAROLE CON STESSA USCITA AL MASCHILE E AL FEMMINILE

USCITA	ESEMPI
-e	il/la preside; il/la giudice
-a	il/la giornalista; l'/la archivista
-ente; -ante	lo/la studente; il/la cantante
Parole straniere	il/la manager

# L'ACCORDO

**L'accordo grammaticale** è coerente con il genere e il numero del termine cui si riferisce



La responsabile Maria  
Rossi è stata nominata



Il responsabile Maria  
Rossi è stato nominato



Dottorande e dottorandi  
sono stati proclamati  
Dottorandi e dottorande  
sono state proclamate



Dottorande e dottorandi  
sono state proclamate

L'**accordo tra aggettivi, participi e pronomi** con sostantivi di genere diverso è di norma al maschile plurale. Ancor meglio se l'accordo è di prossimità, cioè se coerente con l'ultimo elemento della lista.



---

# LA COMUNICAZIONE VISIVA

# ALCUNE REGOLE GENERALI

Spesso è il **messaggio visivo ad attirare l'attenzione**: per questo anche la scelta delle immagini che accompagnano il testo è importante nella rappresentazione del genere. Deve essere sempre curata per risultare inclusiva e non discriminante.



## COME SCEGLIERE LE IMMAGINI

- 1 **Creare rubriche ad hoc** per aumentare la visibilità femminile in campi a predominio maschile



## 2 Compresenza nella stessa immagine di soggetti maschili e femminili

Se proprio è necessario scegliere un'unica rappresentazione, scegliere il femminile per sovvertire l'associazione maschile = umano



## 3 Creare campagne multisoggetto con alternanza Di soggetti maschili e femminili



# SQUILIBRI DI POTERE



Assicurarsi che non ci siano, nelle immagini, elementi che rimandino a **squilibri di potere**.

Evitare immagini che suggeriscono che l'uomo sia in una posizione di superiorità o di comando e la donna in una posizione passiva o di subordinazione (riunioni condotte da uomini, uomini che spiegano o che "indicano", donne che ascoltano).

**Utilizzare immagini che rappresentano la donna con un ruolo attivo, da protagonista.**



# EQUILIBRI DI NUMERI

Tenere conto dell'**equilibrio - anche numerico - tra donne e uomini:**

- **non scegliere sempre foto con protagonisti uomini** ma alternare (l'eventuale sbilanciamento a favore delle donne aiuterà a colmare il gap)
- **foto di gruppo:** bilanciare la presenza maschile e femminile



E se, come nella foto qui accanto, i protagonisti del mio contenuto (ad es. una notizia, un evento, l'inaugurazione di un edificio) sono tutti maschi?



Posso valutare la pubblicazione - se disponibile e se parimenti significativa - di una foto diversa (ad esempio un'immagine dell'edificio inaugurato, una foto del pubblico o una foto con un'angolazione diversa)



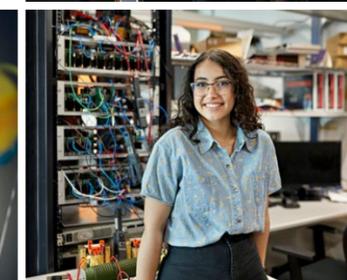
# GLI STEREOTIPI VISIVI



Evitare le rappresentazioni "donna bambola", vs uomo macho"



Devo rappresentare iconograficamente una professione che tradizionalmente è associata ad un uomo? Scelgo una donna.



E viceversa nella scelta delle immagini è importante rappresentare la diversità che contraddistingue l'essere umano: non solo il genere, ma anche caratteristiche fisiche, origine etnica, abilità..





Queste linee guida sono state ideate, progettate e realizzate dalla Comunità di Pratica Comunicazione dell'Università di Torino.

**Coordinamento contenuti e supervisione:**

Annamaria Castellano, Dipartimento di Psicologia

Maria Ferraioli, Area Formazione

Marcella Iovino, Unità Di Progetto Supporto Al Cug e Alla Consigliera Di Fiducia

Federica Turco, Staff Studi di Genere

Alla Comunità hanno partecipato persone che lavorano nei seguenti staff:

- Area Comunicazione:
  - Sezione Eventi e Infopoint
  - Sezione Comunicazione Istituzionale e Organizzativa
  - Sezione Comunicazione Digitale e Media Relations
- Staff Relazioni Sindacali e Studi di Genere
- Unità di Progetto Supporto al CUG e alla Consigliera di Fiducia
- Area Formazione
- Unità di Progetto Inclusione Lavorativa
- Area Valorizzazione, Impatto e Public Engagement (Frida)
- Staff Sistema Portale, Web e Intranet di Ateneo
- Sezioni Web, e-learning e Collaboration on Line di Polo



UNIVERSITÀ  
DI TORINO

COMITATO  
UNICO di  
GARANZIA



[cirsde}  
centro interdisciplinare di ricerche  
e studi delle donne e di genere