

In caso di dubbi e necessità il Servizio per le pari opportunità dell'USI è a vostra disposizione per una consulenza in fase di ideazione e realizzazione della vostra comunicazione:

**Servizio per le pari opportunità
Università della Svizzera italiana
Via G. Buffi 13 (Ufficio 257)
6904 Lugano
Tel.: +41 (0)58 666 4612
Fax: +41 (0)58 666 4647
E-mail: equality@usi.ch**

Approfondimento:

“Guida al pari trattamento linguistico di donna e uomo nei testi ufficiali della Confederazione”

(disponibile online su www.bk.admin.ch

> Documentazione > Lingue > Documenti in italiano

> Documentazione per la redazione di testi ufficiali).

**PER UNA COMUNICAZIONE
RISPETTOSA DELLE DIVERSITÀ
DI GENERE**

Una pubblicazione a cura del
Servizio per le pari opportunità e del
Servizio comunicazione e media dell'USI.

In caso di dubbi e necessità il Servizio per le pari opportunità dell'USI è a vostra disposizione per una consulenza in fase di ideazione e realizzazione della vostra comunicazione:

**Servizio per le pari opportunità
Università della Svizzera italiana
Via G. Buffi 13 (Ufficio 257)
6904 Lugano
Tel.: +41 (0)58 666 4612
Fax: +41 (0)58 666 4647
E-mail: equality@usi.ch**

Approfondimento:
"Guida al pari trattamento linguistico di donna e uomo nei testi ufficiali della Confederazione"
(disponibile online su www.bk.admin.ch
> Documentazione > Lingue > Documenti in italiano
> Documentazione per la redazione di testi ufficiali).

**PER UNA COMUNICAZIONE
RISPETTOSA DELLE DIVERSITÀ
DI GENERE**

Una pubblicazione a cura del
Servizio per le pari opportunità e del
Servizio comunicazione e media dell'USI.

Linee guida per valorizzare le differenze di genere nella comunicazione USI

L'uso che facciamo della lingua e di altre forme di comunicazione, come le immagini, ha un impatto sul cambiamento della società. L'USI intende farsi promotrice di una progressiva eliminazione di usi linguistici discriminatori e parallelamente desidera dare maggiore visibilità alla componente femminile della propria comunità accademica.

Attraverso l'adozione di una prospettiva di genere nella comunicazione possiamo contribuire a diffondere una cultura contraria alle discriminazioni e capace di valorizzare i nuovi ruoli che donne e uomini svolgono nella società di oggi.

Le linee guida sono formulate sotto forma di "domande aperte", da tenere presenti nella redazione di testi per la comunicazione interna ed esterna; esse sono suddivise in quattro aspetti, in sinergia tra loro: aspetti "quantitativi" riguardanti la presenza femminile, aspetti morfologici, aspetti semantici, aspetti di comunicazione visiva. Il nostro auspicio è che tutte le persone coinvolte in attività di comunicazione all'USI possano farvi riferimento.

Tenendo sempre in debita considerazione le esigenze di chiarezza dei testi, i destinatari specifici, gli usi dominanti della lingua nell'area italoфона svizzera e italiana, le regole della grammatica e, non da ultimo, le conseguenze sull'economia semantica dei testi, vi invitiamo a tenere in considerazione nel vostro lavoro di comunicazione le seguenti linee guida.

Aspetti "quantitativi" riguardanti la presenza femminile

Sul tema di cui state scrivendo esistono anche esperte da intervistare o citare? A livello complessivo, la vostra pubblicazione risulta equilibrata dal punto di vista quantitativo, in termini di numero di donne e uomini rappresentati? All'interno dell'articolo o della pagina che scrivete, state presentando informazioni e dati anche differenziati per genere, in modo da valorizzare la componente femminile della nostra università?

Aspetti morfologici

Gli usi morfologici (riguardanti, prevalentemente, sostantivi e aggettivi al maschile/femminile) in questo testo sono coerenti tra loro (e con altre pubblicazioni USI)? Avete valutato se è possibile adottare soluzioni alternative al maschile inclusivo* (per es. forme impersonali, come "si prega di contattare" invece che "lo studente contatti" o collettive, come "la comunità accademica")? Avete usato i titoli professionali al femminile se il referente è donna**?

Nel caso la pubblicazione si rivolga a un pubblico esterno all'USI, avete valutato le conoscenze effettive dei potenziali destinatari rispetto alla realtà dell'USI? Avete valutato se ci sono ambiguità legate all'uso esclusivo del maschile nel testo, ad esempio si lascia inferire a torto che non esistano donne nel settore considerato? Avete valutato le conseguenze di queste potenziali ambiguità sull'immagine dell'USI?

* È superato ed andrebbe perciò evitato, per quanto possibile, il *disclaimer* per guide e pubblicazioni per l'uso del maschile inclusivo (ad esempio: "In questo documento l'uso del genere maschile è usato quale forma neutra inclusiva, non discriminatoria, con il solo obiettivo di non appesantire il testo"). Invece dell'uso di termini maschili con valore universale è preferibile optare nei testi per formulazioni inclusive, che mettano in luce la diversità di genere.

** La Sezione di terminologia della Cancelleria federale svizzera gestisce e aggiorna la banca dati Termdat nella quale figurano, tra l'altro, le denominazioni di tutte le professioni con l'equivalente femminile: www.termdat.ch. Se tuttavia la titolare di una carica manifesta espressamente il desiderio di essere designata con il titolo maschile non marcato, ci si adegua alla sua volontà.

Aspetti semantici

Avete integrato una riflessione di genere nella vostra comunicazione, nelle scelte lessicali e nella stesura del testo? Avete scelto espressioni capaci di dare visibilità e/o inclusione anche alle donne? State evitando di usare metafore, similitudini o simboli che perpetuano stereotipi di genere? In particolare, state mettendo in evidenza che l'USI sta *evolvendo positivamente* per quanto riguarda la parità di genere e le carriere femminili? State *evitando di presentare carriere femminili e parità di genere come qualcosa di eccezionale*?

Aspetti di comunicazione visiva

Le immagini hanno grande potenza comunicativa: sono infatti in grado di evocare e rinforzare stereotipi, o al contrario di contribuire a scardinare i pregiudizi di genere. È importante quindi innanzitutto fornire indicazioni ai fotografi *prima* della realizzazione dei servizi e, quindi, selezionare immagini che prendano in considerazione anche la dimensione di genere.

State scegliendo immagini che rappresentano anche la componente femminile dell'USI? Le donne raffigurate sono intente a svolgere *attività tipiche degli scopi dell'USI in quanto ateneo universitario* (studio, ricerca, insegnamento o lavoro – se è il caso, adattate alle specializzazioni delle diverse facoltà) oppure state usando immagini puramente decorative? Testo, immagini e didascalie sono coerenti fra loro (per esempio, se nell'immagine sono presenti anche donne, la didascalia include il genere femminile?) Le immagini evitano di perpetuare stereotipi di genere? Le donne e gli uomini sono rappresentati in modo diversificato e realistico? Avete rappresentato ruoli e modelli professionali e familiari emergenti? Avete rappresentato in modo non idealizzato corpi, persone e situazioni?

Queste linee guida sono state elaborate a partire dallo studio "Genere, linguaggio e comunicazione istituzionale" commissionato dall'USI all'Istituto di Argomentazione, Linguistica e Semiotica (IALS) della Facoltà di scienze della comunicazione (prof.ssa Sara Greco e dott.ssa Marta Zampa).