



di Palmina Di Nisio

La forma è sostanza: non conta solo ciò che diciamo, ma anche come lo diciamo. La comunicazione è uno strumento potente, capace di modellare la realtà ed influenzare il senso di appartenenza di chi riceve il messaggio. Attraverso le parole che scegлиamo, il tono e le strutture grammaticali che utilizziamo, possiamo contribuire a costruire modelli culturali, a rafforzare stereotipi oppure, al contrario, ad aprire spazi di inclusione.

Il linguaggio non è mai neutro.

Storicamente è stato utilizzato il maschile come forma “universale” per indicare gruppi misti o non specificati. Questo uso sovraesteso rimanda ad una società organizzata intorno all’uomo e ha contribuito a rendere invisibili le donne e, più recentemente, le persone non binarie. Esgere un linguaggio di genere corretto non è un vezzo ideologico, ma una riaffermazione di legittimità negata per motivi storici, sociali e culturali. La grammatica italiana, priva di genere neutro, prevede che sostantivi, aggettivi e partecipi concordino in genere e numero con il referente. Non rispettare questa regola significa limitare la lingua e privarla della sua capacità di dare voce a ciascuno.

Il pregiudizio radicato in una cultura patriarcale ha consolidato stereotipi di genere che ancora oggi influenzano la percezione sociale. Molte espressioni di uso quotidiano portano con sé, spesso inconsapevolmente, visioni stereotipate. Solo negli ultimi anni la società ha iniziato a riconoscere pienamente che le donne possono essere non soltanto cassiere, sarte o cameriere, ma anche chirurghi, mediche, avvocate, ingegneri e notaie. Eppure, non di rado, quando ascoltiamo frasi che infrangono i cliché maschile/femminile, il cervello reagisce come se si trattasse di un errore linguistico: segno di quanto profondamente questi modelli siano interiorizzati e quanto sia urgente,

promuovere un linguaggio inclusivo capace di educare, trasformare e aprire spazi di riconoscimento per tutte le persone.

La lingua evolve insieme alla società. Nel 1994 il dizionario Zingarelli ha introdotto la declinazione al femminile di oltre 800 parole fino ad allora registrate solo al maschile: sono così entrate nell’uso comune “avvocata”, “ingegnera”, “ministra”, “assessora”. Non è una questione di suono: se accettiamo senza esitazione “parrucchiera” e “infermiera”, non si comprende perché dovrebbero risultare innaturali titoli come “direttora”, “assessora” o “sindaca”. Il mutamento più recente è arrivato con il nuovo vocabolario Treccani, il primo a non privilegiare il maschile nelle voci, scegliendo di lemmatizzare anche aggettivi e nomi femminili. Una rivoluzione che fissa su carta la necessità di un cambiamento profondo: promuovere inclusività e parità di genere a partire dal linguaggio. E, mentre il dibattito sull’uso del genere grammaticale nella comunicazione tradizionale è ancora aperto, la società si confronta già con sfide più complesse: garantire un linguaggio inclusivo per persone transgender e non binarie. La grammatica italiana resta fortemente binaria, mentre la realtà sociale è sempre più fluida e plurale. Per questo si sperimentano nuove soluzioni — come lo schwa (ə), l’asterisco (*) o la “u” finale — per dare forma neutra alle parole. Sono tentativi che riflettono il bisogno di inclusione e rappresentanza, anche se manca ancora una norma ufficiale condivisa.

Il linguaggio è dunque il primo strumento di giustizia e di equità. Nominare correttamente significa rendere visibili le persone e riconoscerne il ruolo nella società. La forma è sostanza: scegliere le parole giuste è il primo passo per costruire una comunità più inclusiva.

FORMAZIONE ARPAC SUL LINGUAGGIO DI GENERE

Il linguaggio, come noto, può agire come strumento di inclusione o di esclusione a seconda del suo utilizzo. Recentemente, si sta assistendo al superamento del linguaggio di genere in senso binario in vari ambiti della comunicazione, con inevitabili riflessi anche sull'attività della Pubblica Amministrazione. A tal proposito, la Presidenza del Consiglio dei Ministri ha più volte richiamato le Amministrazioni sulla necessità di utilizzare in tutti i documenti di lavoro (relazioni, circolari, decreti, regolamenti, ecc.) un linguaggio non discriminatorio e ad avviare percorsi formativi sulla cultura di genere. Arpa Campania, anche mediante il costante supporto del CUG, riconosce il ruolo di tutte le sfumature del linguaggio quale promotore di un ambiente inclusivo, che favorisca la crescita e lo sviluppo professionale indipendentemente dal genere di appartenenza. Proprio per questo, lo scorso 31 ottobre si è tenuto presso la Direzione generale dell'Agenzia il seminario formativo: "Dalla parola all'azione: il linguaggio di genere come strumento per affrontare le sfide della complessità" che ha coinvolto le 26 unità appartenenti al Cug e alla UO Comu-Urp (oltre al Consigliere di Fiducia) ed ha visto come formatrice la Dott.ssa Simona Cerrai, Responsabile del Settore Comunicazione, informazione e documentazione di ARPA Toscana. L'iniziativa formativa risponde all'attuazione di quanto previsto dal P.I.A.O. (Piano Integrato di Attività ed Organizzazione), con particolare riguardo alla sezione P.A.P. 2025 – 2027 (Piano delle Azioni Positive). Il seminario, realizzato di concerto con l'U.O. PISF, ha avuto l'obiettivo di aggiornare e potenziare le conoscenze dei discenti relativamente alla comprensione dei meccanismi relativi al linguaggio di genere e ai contesti d'uso, all'importanza del linguaggio e della comunicazione, sia interna all'Ente sia esterna, come leva culturale di sviluppo della Parità di genere.



*F*all'occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, il 25 novembre scorso, Arpa Campania ha partecipato a Roma al seminario Snpa "Intrecci di consapevolezza, reti istituzionali e percorsi di prevenzione contro la violenza di genere". Per l'Agenzia è intervenuta Francesca Barone, Presidente del Cug Arpac e vicepresidente della Rete Cug Snpa (la rete che include tutti i Comitati unici di garanzia per le pari opportunità, la valorizzazione del benessere di chi lavora e contro le discriminazioni istituiti da Ispra e dalle Arpa/Appa), illustrando le principali attività sviluppate dal Comitato nel corso del 2024-2025 nell'ambito del Piano delle Azioni Positive, strettamente integrate con gli obiettivi del Piao dell'Agenzia.

Una su tutte costituisce un vero e proprio fiore all'occhiello per l'Agenzia campana: le campagne di screening per la prevenzione del tumore al seno e alla prostata (rivolte anche al personale della partecipata Multiservizi); un appuntamento fisso oramai consolidato, organizzato in collaborazione con l'ufficio del Datore di lavoro in ottica di benessere organizzativo.