

Linguaggio di genere (Cinzia Romano)

Non solo i fatti, ma anche le parole e le immagini che le accompagnano sono importanti per la costruzione delle notizie. E le parole diventano fondamentali quando raccontiamo all'opinione pubblica quello che accade nella società. Dobbiamo essere sempre più consapevoli del rapporto stretto fra linguaggio e rappresentazione della realtà, perché sono le parole che usiamo a favorire i pregiudizi, a consolidarli, a rinforzarli. Se è eccessivo indicare nel linguaggio e nelle parole la causa dei comportamenti sociali, sicuramente possono diventare la concausa nel momento in cui, attraverso i media, questi comportamenti vengono accreditati e legittimati. Purtroppo, spesso, quando a fare notizia sono le donne assistiamo ad un uso delle parole approssimativo o addirittura improprio.

Credo che senza invocare codici deontologici o altro, sia importante che nel giornalismo e in generale nel mondo dei media, si colmi la lacuna di cultura e linguaggio di genere.

Inizierei partendo dall'uso corretto della lingua e grammatica italiana che come sapete prevede, a differenza del latino che ha il genere neutro, due soli generi, maschile e femminile.

Alle elementari ce lo hanno insegnato i maestri e le maestre. Se eravamo turbolente o turbolenti finivamo dal direttore o dalla direttrice.

Ora, qui, a nessuno e nessuna di voi verrebbe in mente di chiedermi se voglio essere chiamata signora o signora. Perché allora oggi facciamo tanta fatica a usare la parola ministra, sindaca, avvocatessa, magistrata, architetta o chirurga?

Non credo che la causa vada ricercata in una dimenticanza delle più elementari regole grammaticali, ma in un linguaggio che non *ricosce* le donne, che non riconosce loro il cammino di studi, di lavoro, di autorevolezza, di talento che hanno conquistato e che le porta a svolgere ruoli un tempo loro preclusi. Attraverso il linguaggio si tende a cristallizzarle in una posizione di inferiorità o, peggio, di sudditanza, togliendo loro dignità e rispetto.

Voglio qui ricordare il lavoro di Alma Sabatini, linguista e femminista che nel 1986 per conto della Commissione Nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna, istituita presso la Presidenza del Consiglio dei ministri, realizzò il volume *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*. Alma Sabatini metteva in risalto la prevalenza del genere maschile, usato in italiano anche con doppia valenza (il cosiddetto maschile neutro) che cancella dai discorsi la presenza del soggetto femminile. Sottolineava il mancato uso di termini istituzionali e di potere declinati al femminile (ministra, sindaca etc) e il prestigio accordato a un termine maschile, ma non al corrispettivo femminile.

Importante il lavoro fatto dalle giornaliste dell'associazione Giulia che ha stampato un piccolo manuale realizzato dalla linguista Cecilia Robustelli che collabora con

l'Accademia della Crusca. Il volume è “Donne, grammatica e media. Suggerimenti per l'uso dell'italiano”

Qui trovate dei link che possono esservi utili e scritti da istituzioni e donne di grande autorevolezza come l'Accademia della Crusca:

http://giulia.globalist.it/Detail_News_Display?ID=58405&typeb=0&Lepri-le-scorrettezze-culturali-del-linguaggio-

<http://www.accademiadellacrusca.it/it/tema-del-mese/infermiera-s-ingegnera>

<http://www.accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/consulenza-linguistica/domande-risposte/femminile-questore-prefetto>

<http://www.lanazione.it/cultura/2013/11/14/981841-crusca-discriminazione-maraschio.shtml>

A questo proposito interessante il caso di un articolo del Corriere della Sera, a firma di un suo prestigioso giornalista, Gianantonio Stella, proprio sulle indicazioni della Crusca dal titolo eloquente: “ Sì a inciucio, no a ministra”. Articolo ritenuto inesatto dall'Accademia che ha diramato un comunicato di precisazione. Eccolo:

Accademia della Crusca

Comunicato Stampa

La Crusca risponde:

il ministro o la ministra?

Firenze, 5 dicembre 2013

“La Presidente dell'Accademia della Crusca, Nicoletta Maraschio, lieta dell'accoglienza positiva riservata dal pubblico e dalla stampa al recente volume La Crusca risponde (a cura di M. Biffi e R. Setti, Le Lettere – Accademia della Crusca, 2013), per evitare alcuni possibili equivoci nelle sintesi che si vanno diffondendo in rete, tiene a ribadire l'opportunità di usare il genere grammaticale femminile per indicare ruoli istituzionali (la ministra, la presidente, l'assessora, la senatrice, la deputata ecc.) e professioni alle quali l'accesso è normale per le donne solo da qualche decennio (chirurga, avvocatessa, architetta, magistrata ecc.) così come del resto è avvenuto per mestieri e professioni tradizionali (infermiera, maestra, operaia, attrice ecc.).

La posizione dell'Accademia è documentata da iniziative diverse: il Progetto genere e linguaggio svolto in collaborazione col Comune di Firenze; la Guida agli atti amministrativi, pubblicata dalla Crusca e dall'Istituto di Teoria e Tecnica dell'Informazione Giuridica del Consiglio Nazionale delle Ricerche ITTIG-CNR (<http://www.ittig.cnr.it/Ricerca/Testi/GuidaAttiAmministrativi.pdf>); il Tema del mese a cura di Cecilia Robustelli, pubblicato nel marzo 2013 sul sito dell'Accademia(<http://www.accademiadellacrusca.it/it/tema-del-mese/infermiera-s-ingegnera>) e varie interviste rilasciate da accademici.

Insomma, non è il ruolo che fa il genere, e dunque: la ministra. Si chiami Maria Elena Boschi, Fornero o Giannini”.

E' importante che siano soprattutto le donne che ricoprono ruoli un tempo prettamente maschili a rivendicare l'appartenenza di genere anche nel linguaggio. In Francia le regole del Parlamento francese impongono il rispetto del genere.

Il deputato Julien Aubert che insiste a chiamare la Presidente dell'assemblea Sandrine Mazetier, “signora il Presidente” è stato recentemente multato per 1378 euro.

<https://www.youtube.com/watch?v=yLMJSZWW0y8&feature=youtu.be>

Prima ho ricordato il volume di Alma Sabatini, era il 1986. Come vedete oggi, 2014 stiamo ancora a discuterne.

Il linguaggio non è solo grammatica, ma serve a raccontare un fatto, a trasformare un avvenimento in notizia.

Noi sappiamo che un giornalista deve raccontarlo in modo oggettivo, senza prendere parte per l' uno o l'altro soggetto coinvolto. L'impressione è che quando le donne sono coinvolte nella notizia, a qualsiasi titolo, c'è un racconto “maschile”.

Alcuni esempi. Le donne vittime di violenza, di molestie, o uccise dai partner. Nel racconto giornalistico alla base del delitto c'è un “dramma della gelosia”, un “delitto passionale”, un “raptus di follia”. Possibile che i giornalisti ignorino che nel 1981 sono state abolite le attenuanti contenute nel Codice Rocco per il delitto d'onore? Che la violenza sessuale è stata riconosciuta nel 1996 come reato contro la persona; che dal 2009 lo stalking è definito come atto persecutorio; che la legge contro la violenza alle donne del 2013 prevede un aggravante quando l'autore della violenza ha un rapporto con la vittima?

Oggi le sentenze ci mostrano che gli inquirenti e i giudici negano attenuanti ed emettono sentenze severe. Gli unici a ricercare attenuanti, oltre naturalmente al difensore dell'imputato (unico legittimato a farlo) sembrano essere i giornalisti.

E' insorta anche la Società italiana di psichiatria, invitando a non concedere alcuna attenuante di pazzia. Qui trovate i link dell'intervento del presidente della Società di psichiatria

http://www.ilfarmacistaonline.it/lavoro-e-professioni/articolo.php?articolo_id=18343

<http://www.noidonne.org/blog.php?ID=04952>

Vi verrebbe in mente di raccontare una rapina, un attentato con gli occhi del rapinatore o dell'attentatore, terrorista, dinamitardo?

Alcuni esempi di cronaca avvenuti estate 2012

Anche la tristissima vicenda delle ragazzine finite in un giro di prostituzione a Roma, ha messo sul banco degli imputati nell'ordine: le minorenni chiamate Baby squillo, la mamma cattiva (dimenticando che tutta l'inchiesta è partita da una mamma, quindi per una cattiva ce ne sono moltissime altre vigili e attente) e infine la moglie famosa

di un cliente. I veri criminali, gli sfruttatori e i clienti sempre sullo sfondo, quasi fossero loro le vittime delle ragazzine.

Ora, se è giusto e doveroso interrogarci su modelli e miti (ricchezza, abiti firmati etc) di queste ragazzine, siamo sicuri che la notizia era : baby squillo a Roma o non Uomini che sfruttano e pagano per fare sesso con ragazzine o ragazze?

La situazione non migliora se guardiamo il mondo delle istituzioni e della politica. Qui osserviamo meglio il legame tra parole e immagini. Il giuramento del primo governo paritario, formato da 8 uomini e 8 donne, è stato trasformato dai media in un inaspettato e improbabile appuntamento di moda.

Dal Corriere della sera a Repubblica, senza eccezioni, tutti a raccontare le mise delle ministre. Lasciando sbigottiti anche i colleghi della stampa estere.

Qui il link del quotidiano inglese The Guardian, ripreso e tradotto anche in italiano

<http://www.theguardian.com/world/2014/feb/25/reaction-matteo-renzi-cabinet-equality-women-italy>

<http://italiadallestero.info/archives/19691>

Sotto un brevissimo commento di Donne e informazioni

<http://politicafemminile-italia.blogspot.it/2014/02/i-giornali-mandano-in-passerella-il.html>

Il fatto poi che si trattasse di donne giovani e belle ha spinto alcuni media al tormentone del “merito” “esperienza”, “capacità”, dimenticando di porre gli stessi interrogativi sul giovanissimo ministro dell’Agricoltura o su quello dell’Ambiente o della Giustizia.

E il corpo delle ministre ha attirato l’attenzione morbosa e sessista delle tv. Il caso eclatante del servizio delle Iene :

<http://blog.iodonna.it/marina-terragni/2014/03/01/solo-in-italia-la-ministra-molestata/>

Non è andata meglio per la discussione sulla nuova legge elettorale, con la richiesta di norme che garantissero una presenza paritaria delle donne in Parlamento.

E’ stata una gara a svilire e a irridere. La richiesta di democrazia paritaria, pure garantita dagli articoli 3 e 51 della Costituzione nel lessico dei media è stata erroneamente tradotta in una richiesta di “quote”, naturalmente “rosa”.

Le differenze di genere, che sono solo due, maschile e femminile appunto, trasformata in differenze somatiche –bionde e brune- e anagrafiche –celibi e coniugati.

Dentro e fuori del Parlamento si è parlato di anticostituzionalità di queste richieste, dimenticando invece come grazie alla modifica dell’articolo 51 della Costituzione, le stesse identiche obiezioni, ora contro la legge della Regione Campania, quella che ha

introdotto la doppia preferenza di genere, ora per difendere le giunte monosex (maschili, vogliamo parlare di “Quote celesti”?) siano state tutte respinte sia dalla Cassazione che dalla Corte Costituzionali.

Alcuni link utili per analizzare insieme le deformazioni giornalistiche

<http://politicafemminile-italia.blogspot.it/2014/03/donne-e-informazione-se-la-cifra-e-il.html>

<http://politicafemminile-italia.blogspot.it/2014/03/parita-di-genere-il-grande-imbroglio.html>

<http://politicafemminile-italia.blogspot.it/2014/03/legge-elettorale-inaccettabile.html>

Anche nel racconto delle passate elezioni amministrative in Francia, dove le donne impegnate in politica sono state le protagoniste, (Marine Le Pen segretaria del Fronte nazionale e le due donne candidate a sindaco di Parigi), sui media italiani si è trasformata in un monocromatico e ossessivo “rosa”. Alcuni titoli: La ville lumière si tinge di rosa ; scontro al femminile nella capitale e banalità simili.

Parole e immagini che cristallizzano situazioni anacronistiche. A cui le donne non intendono più sottostare.

Guardate come Cate Blanchett, vincitrice dell’Oscar come miglior Attrice protagonista, riprende il cameramen che fruga in modo ossessivo il suo corpo :

<https://www.youtube.com/watch?v=k6hz7WoO6Bo>

Inutile dire che il tgcom 24 dedica a Cate Blanchet un titolo eloquente : “Cate Blanchett, seno da oscar sul red carpet

http://www.tgcom24.mediaset.it/spettacolo/2014/notizia/cate-blanchett-seno-da-oscar-sul-red-carpet_2024379.shtml

Interessante il lavoro compiuti dai pubblicitari che appunto mostra come stereotipi e discriminazioni di genere si alimentano e cristallizzano situazioni, allontanandosi da quella che è invece l’immagine reale della donna oggi.

<http://www.slideshare.net/nuovoutile/donne-e-pubblicit-immaginare-per-cambiare>

<http://www.slideshare.net/nuovoutile/upa-def>

<http://blog.adci.it/adci/fermiamo-la-pubblicita-sessista/>

Ecco infine alcuni link utili per meglio comprendere e magari approfondire ciò di cui abbiamo parlato

Testo Convenzione di Istanbul

http://www.publicpolicy.it/wp-content/uploads/2013/05/Convenzione_Istanbul_violenza_donne.pdf

Intervento del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano 8 marzo 2014
<http://www.quirinale.it/elementi/Continua.aspx?tipo=Discorso&key=2842>

Intervento vice presidente del Senato Valeria Fedeli: <http://politicafemminile-italia.blogspot.it/2014/03/sulla-parita-di-genere-si-gioca-la.html>

La Costituzione

Principi fondamentali

Articolo 3

Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali.

E' compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.

La Costituzione

Parte I

Diritti e doveri dei cittadini

Titolo IV

Rapporti politici

Articolo 51

Tutti i cittadini dell'uno o dell'altro sesso possono accedere agli uffici pubblici e alle cariche elettive in condizioni di eguaglianza, secondo i requisiti stabiliti dalla legge.

A tale fine la Repubblica promuove con appositi provvedimenti le pari opportunità tra donne e uomini.



La pubblicità sessista ha idee chiare sull'occupazione femminile.

L'abuso degli stereotipi femminili in pubblicità ignora il talento delle donne, consolida le discriminazioni, impedisce all'Italia di trarre pieno vantaggio dall'energia e dall'intelligenza di metà dei suoi cittadini. Se vuoi una pubblicità che rispetta le donne, firma la petizione dell'Art Directors Club Italiano. Su www.adci.it.


ART DIRECTORS CLUB
ITALIANO



La pubblicità sessista ha idee chiare sull'occupazione femminile.

L'abuso degli stereotipi femminili in pubblicità ignora il talento delle donne, consolida le discriminazioni, impedisce all'Italia di trarre pieno vantaggio dall'energia e dall'intelligenza di metà dei suoi cittadini. Se vuoi una pubblicità che rispetta le donne, firma la petizione dell'Art Directors Club Italiano. Su www.adci.it.


ART DIRECTORS CLUB
ITALIANO



La pubblicità sessista ha idee chiare sull'occupazione femminile.

L'abuso degli stereotipi femminili in pubblicità ignora il talento delle donne, consolida le discriminazioni, impedisce all'Italia di trarre pieno vantaggio dall'energia e dall'intelligenza di metà dei suoi cittadini. Se vuoi una pubblicità che rispetta le donne, firma la petizione dell'Art Directors Club Italiano. Su www.adci.it.



La pubblicità sessista ha idee chiare sull'occupazione femminile.

L'abuso degli stereotipi femminili in pubblicità ignora il talento delle donne, consolida le discriminazioni, impedisce all'Italia di trarre pieno vantaggio dall'energia e dall'intelligenza di metà dei suoi cittadini. Se vuoi una pubblicità che rispetta le donne, firma la petizione dell'Art Directors Club Italiano. Su www.adci.it.



LA NUOVA LEGGE ELETTORALE DOVEVA
PREVEDERE L'OBBLIGO DI METTERE
IN LISTA UGUALE NUMERO DI DONNE
E UOMINI, PER GARANTIRE PARI OPPORTUNITÀ?

SÌ 69%

NO 27%

COMMENTA MAIL TO PREFERITI CORRELATI EMBED

Quali sono i problemi più gravi ed urgenti da affrontare in Italia?

Home Pubblico Affari&Finanza Sport Spettacoli&Cultura Motori Viaggi Moda Casa Salute Lavoro Annunci Meteo

la Repubblica.it

Sondaggio

Inserisci il testo per la ricerca

Cerca

Quote rosa, cosa ne pensi?



PANE e MIMOSE

La POLITICA delle DONNE

Torna allo speciale

Eguaglianza nei posti di lavoro e nelle istituzioni significa anche uguale rappresentanza. Ritieni che l'introduzione delle 'quote rosa' oggi possa realmente essere utile alle donne e far sì che l'alternanza di genere diventi domani un'abitudine senza che sia necessaria l'autorità della legge per far spazio alle donne?

Sì, perché senza la legge le donne non riuscirebbero mai ad avere l'opportunità di ricoprire gli stessi incarichi finora ricoperti dagli uomini (7688 voti) **42%**

No, perché si tratta di un metodo impositivo che non fa onore alle donne (10384 voti) **56%**

Non so (330 voti) **2%**

E' vero che un maggior numero di donne aumenta l'efficienza?

Sì, perché le donne hanno capacità di relazione sul lavoro che gli uomini non hanno (6910 voti) **38%**

No, perché le competenze non sono una questione di genere (10704 voti) **58%**

Non so (786 voti) **4%**

In vista della riforma elettorale, le parlamentari italiane hanno presentato un emendamento bipartisan che prevede alternanza di lista tra uomini e donne e il 50% di capilista in rosa. Sei d'accordo?

Sì, perché non c'è democrazia senza democrazia di genere (7253 voti) **39%**

No, perché sarebbe una forzatura: se una donna ha capacità politico-amministrative scadenti, non ha titolo per essere candidata (10790 voti) **59%**

Non so (357 voti) **2%**

Vanno prima create le condizioni adatte affinché le donne possano occupare posizioni di rilievo (asili nido, orari compatibili etc) o invece è l'uomo che deve avvicinarsi alla famiglia?

E' meglio cambiare i costumi con le leggi altrimenti non si ribalta mai la situazione (7653 voti) **42%**

E' meglio agire sui contenuti, in una battaglia continua di sensibilizzazione (9674 voti) **53%**

Non so (1073 voti) **6%**

18402 voti alle 15:51. Sondaggio aperto alle 22:26 del 06.03.2014

2 LEGGE ELETTORALE. LE QUOTE ROSA



ITALIANI
in %

MEGLIO PARITA' DI GENERE, LISTE A META' TRA DONNE E UOMINI	46
MEGLIO GARANTIRE PRESENZA DONNE, MA NON NECESSARIAMENTE AL 50%	40
INUTILE GARANTIRE SOGLIE MINIME ALLE DONNE NELLE LISTE ELETTORALI	9
Senza Opinione	5
Totale	100

Scegli Tu! ▶

- ▶ [Sondaggi politici](#)
- ▶ [Termometro sonda](#)
- ▶ [Rai uno](#)