

Uno screening per tutti?

10 ottobre 2023

Esperienze nel percorso di transizione e la sfida di una comunicazione più inclusiva

Eva Benelli

Agenzia di editoria scientifica Zadig

Uno strumento utile e importante, a lungo atteso

Il 15 settembre l'Osservatorio sulla medicina di Genere dell'Istituto superiore di sanità ha diffuso le [Linee di indirizzo per la comunicazione del personale sanitario con i/le pazienti LGBT+](#)

Nell'ambito della strategia nazionale LGBT+ 2022-2025

Il potere della narrazione

«Troppi sprechi nella sanità... e c'è chi pensa solo ai trans».

Il Giornale 5/10/23

The screenshot shows the website 'Il Giornale' with the following elements:

- Browser Address Bar:** politicanews.it/quotidiani/il-giornale-come-cambiano-le-tasse-116675
- Advertisements:**
 - acee energia:** Advertisement for eco-friendly energy services with the text 'LUCE E GAS 100% ECO, MOBILITÀ ELETTRICA E SERVIZI DEDICATI' and a 'SCOPRI DI PIÙ' button.
 - AV EX:** Advertisement for American Express credit cards with the text '€400 di sconto* sui tuoi acquisti con Carta'.
- Main Article:**
 - Headline:** **Il Giornale - Come cambiano le tasse**
 - Sub-headline:** **LE MOSSE DEL GOVERNO**
 - Text:** 'Come cambiano le tasse. Sconti, nuovi scaglioni, Irpef e taglio del cuneo: tutte le novità'.
 - Author:** **Nicola Perro**
 - Image:** A photograph of a family walking in a field.
- Other Content:**
 - Edizione:** L'INGANNO DELLE PERCENTUALI
 - Esclusive:** **ESCLUSIVA PN - Tina Anselmi: vivere per la democrazia. Il ricordo della nipote e della biografa**
 - Footer:** **il Giornale** logo, 'DAL 1974 CONTRO IL CORO', and '140 ANNI' anniversary badge.

Ne uccide più la penna...

Le parole non sono un accessorio buono per i "salotti". Sono tutto ciò di cui disponiamo per definire il nostro **rapporto con il mondo** (e per provare a **cambiarlo**).

Paolo Di Paolo
La Repubblica 23/08/22

Quando manca la parola

La riflessione sul linguaggio inclusivo non è una **moda**.

Risponde a una **esigenza** di **riconoscimento**, di **visibilità**, di **partecipazione**, di **presa in carico di bisogni specifici** e, quindi, anche di **salute**.

Non solo LGBTIQ+

Quando si descrivono malattie, condizioni o comportamenti la scelta delle parole può alimentare e perpetuare **stereotipi, stigma e discriminazioni** a carico di alcuni gruppi di persone, con conseguenze pratiche gravi (la *suina*, il vaiolo delle scimmie e gli *omosessuali*, le *devianze...*)

L'impatto delle parole alla luce degli studi

Esiste già un corpus di studi scientifici che dimostrano **l'impatto reale dell'uso del linguaggio** sulle nostre società, incluse le sue possibili conseguenze negative sul piano psicologico, psicosociale e socioculturale.

Per quanto si tratti di studi per lo più recenti e relativamente limitati a fronte della vastità dell'ambito di ricerca (il linguaggio), è un corpus che sta crescendo rapidamente e che ha già raggiunto una **valenza statistica significativa**.

Il misgendering

Il fenomeno del **misgendering** (errata attribuzione dell'identità di genere) è ufficialmente riconosciuto come uno dei determinanti ricorrenti del **minority stress** nella popolazione transgender.

Uno studio promosso dall'American Psychological Association, su 410 persone transgender, ha messo in relazione:

- frequenza del misgendering,
- stigmatizzazione,
- fattori protettivi (senso dell'identità, sostegno sociale)
- disturbi psicologici (depressione, ansia ecc.);

Sia la **frequenza del misgendering**, che il senso di **stigmatizzazione** che ne deriva sono risultati associati al **disagio psicologico** (in particolare, depressione, ansia e alti livelli di stress: rischio suicidiario nella popolazione transgender 40%).

L'impatto sulla salute

«Un ampio corpus di ricerche empiriche dimostra chiaramente che appartenere alla popolazione LGBT+ **non è** di per sé indicativo di **psicopatologia**.

Al tempo stesso, tuttavia, l'**esposizione** a esperienze di **stigmatizzazione, molestie e diseguaglianze** sociali comporta sovente un maggior rischio di disagio psicologico correlato a queste esperienze».

In questa prospettiva, appare tanto più importante implementare al più presto un **aggiornamento professionale** del personale sanitario e di servizio.

Il maschile sovraesteso

Uno studio francese su un campione di 1000 persone (rappresentativo della popolazione francese adulta), ha chiesto a tre sottogruppi di citare esponenti di spicco del mondo della letteratura, dello spettacolo e dello sport, secondo questo modello di formulazione:

“due scrittori celebri” (maschile sovraesteso)

“due scrittori o scrittrici celebri” (genere doppio)

“due persone celebri per i loro scritti” (genere indefinito).

La **media di donne** citate in risposta alla **domanda con maschile sovraesteso** era **sempre inferiore** (fino al 50%) rispetto agli altri due casi.

In psicolinguistica questo fenomeno cognitivo viene chiamato ‘**filtro attenzionale**’.

Dalla neurolinguistica alla sociolinguistica

Gli studi attuali suggeriscono un'estrema **versatilità** e **plasticità** neurolinguistica (il pensiero e le facoltà linguistiche sono flessibili e si adattano).

In virtù di ciò, gli aspetti culturali e la prospettiva interpersonale sul linguaggio, quindi la **rilevanza** della dimensione **socioculturale**, si confermano come chiavi di lettura estremamente valide quando si tratta di studiare e riflettere sull'**apprendimento** e lo **sviluppo** del linguaggio, così come sul suo possibile **condizionamento cognitivo**.

Tra sociolinguistica e scienze cognitive

Studi sociolinguistici recenti stanno provando a indagare più a fondo la relazione triangolare e reciproca tra **linguaggio**, **cognizione** e **contesto socioculturale**.

Incrociando questa prospettiva di ricerca con le conoscenze e le metodologie d'indagine delle scienze cognitive, uno degli ambiti di ricerca che sta raccogliendo nuove indicazioni promettenti riguarda il rapporto tra **bias linguistici** e **stereotipi**.

Bias linguistici come asimmetria sistematica

Un bias linguistico si definisce in genere come un'**asimmetria sistematica** nella scelta delle parole (spesso inconscia), **che riflette le cognizioni socio-categoriali applicate al gruppo o all'individuo descritto.**

NB! Poiché il **rapporto** tra linguaggio e contesto socioculturale è **fluida**, la scelta di una medesima parola (sintagma, costrutto sintattico, ecc.) può essere, o **non** essere, indice di un bias linguistico a seconda delle **circostanze.**

Egregia Ministro...

Analisi diacronica dell'uso sistematico di 'ministro/i': nei giornali del XIX secolo → **nessun** bias linguistico *rilevabile*. In virtù dell'aderenza contestuale tra l'uso del maschile e il gruppo di popolazione di riferimento.

Nei giornali odierni → indice di bias linguistico. A fronte della presenza della popolazione femminile nei ruoli ministeriali e della variante lessicale 'ministra/e'.

La sedimentazione di una determinata **struttura linguistica** (come il titolo professionale marcato al maschile), un tempo contestualmente coerente, **può divenire un bias al variare del contesto**.

Bias e plasticità neurolinguistica

Il cervello umano **non funziona** come un computer. Le strutture linguistiche (morfologiche, sintattiche, ecc.) **non** sono “app” la cui presenza o meno determina in modo universale (in qualsiasi lingua) specifiche funzionalità ed effetti.

Pertanto, i bias linguistici e dei loro possibili effetti cognitivi non sono da ricercare nelle strutture linguistiche in sé, bensì nel rapporto che ogni **particolare linguaggio** ha con uno **specifico contesto socioculturale**.

Bias e buoi dei paesi tuoi

Di solito in italiano i nomi di professione vengono marcati da due generi. L'**uso sistematico di 'ministro/i'** è un bias linguistico che esclude le donne, tanto quanto le persone non binarie (filtro attenzionale).

In giapponese i sostantivi vengono espressi senza articolo, genere, numero. L'assenza del genere nella parola 大臣 [daijin] = ministro **non** determina un condizionamento cognitivo.

Nel contesto socioculturale giapponese però, è molto marcato il cosiddetto “linguaggio femminile”, un insieme di espressioni e costrutti usati tipicamente dalla popolazione femminile.

Di solito nel linguaggio usato **in politica il linguaggio femminile è assente** (bias linguistico) → **condizionamento cognitivo**.

Il giapponese non è “più inclusivo” per l'assenza morfologica del genere nei sostantivi.

Perpetuazione dello stigma attraverso bias e stereotipi

Gli **stereotipi sociali** rappresentano l'**immagine semplificata** di una certa categoria sociale.

Ne definiscono tutte quelle **caratteristiche distintive** che vengono poi **associate automaticamente** (consciamente o meno) a una persona, quando viene etichettata come appartenente a quella specifica categoria.

Decine di studi (svolti su lingue e contesti differenti con risultati equiparabili) hanno dimostrato che i **bias linguistici** giocano un ruolo significativo nella **perpetuazione** degli **stereotipi sociali** e dell'eventuale **stigma associato**.

1. Nel processo di etichettatura/categorizzazione

Quando l'etichetta è espressa attraverso un sostantivo, i destinatari deducono che la caratteristica in questione è essenziale e stabile per quella persona.

→ I **sostantivi** «i mangiacarote, i trans, i neri...» rispetto agli aggettivi «le persone mangiacarote, le persone trans, le persone nere» e, soprattutto, alle descrizioni verbali «chi mangia spesso le carote, chi affronta la transizione di genere, chi possiede la pelle nera» hanno un impatto più potente sulla formazione dell'impressione, trasmettendo quindi un maggior numero di inferenze, le quali **confermano in maniera maggiore gli stereotipi e l'eventuale stigma associato.**

→ Inoltre, i sostantivi **inducono un 'bias di intergruppo' più forte** (cioè relativamente di maggior favoritismo o rifiuto verso quella categoria sociale): noi vs loro.

2 Nel contenuto di ciò che comunichiamo

Una volta che gli individui vengono etichettati come membri di una categoria specifica, le conversazioni al riguardo tendono a **concentrarsi** sulle informazioni **coerenti** con l'etichetta.

Es. La narrazione mediatica, nel suo complesso, tende spesso a citare le persone trans in relazione a casi di prostituzione, vittime di morti violente e scandali politici, sebbene la maggioranza delle persone trans non si prostituisca, non muoia di morte violenta e non frequenti la politica istituzionale.

→ Questa tendenza generale alimenta il contenuto degli stereotipi. **Più spesso** viene percepito un **legame** tra una categoria sociale e un certo attributo, **più forte** diventa **l'associazione**. Questo, a sua volta, **augmenta l'accessibilità e la probabilità di essere attivato** e condiviso nuovamente nelle comunicazioni successive.

3 Nel modo in cui formuliamo le informazioni

Le informazioni comportamentali coerenti con lo stereotipo tendono a essere formulate in modo diverso rispetto alle informazioni incongruenti. Diverse sottili variazioni, come l'uso pronunciato di negazioni sintattiche, possono essere utilizzate per comunicare se un comportamento era atteso o inaspettato per un target categorizzato.

Es. «Una donna trans non operata ha partecipato a...» Lo stereotipo vuole che le persone transgender ricorrano o ambiscano a operazioni chirurgiche, quantunque questo non sia vero in una percentuale significativa di casi.

→ Anche la **negazione di un comportamento coerente con lo stereotipo può alimentare per contrasto lo stereotipo stesso**, inducendo inferenze non veritiere o irrilevanti nell'uno o nell'altro senso.

In conclusione, gli studi...

- 1) confermano che le scelte linguistiche **contano!** Operano sul nostro contesto socioculturale (spesso inconsciamente), **trasformando** le nostre percezioni e la nostra cognizione, **modellando** la nostra visione del mondo, i nostri **comportamenti** e il nostro modo di **convivere** con le altre persone.
- 2) indicano che le scelte linguistiche **non contano** in quanto le parole in sé abbiano **valore** in un qualche iperuranio assoluto, bensì **in virtù della loro relazione fluida**, ma costante, **con un determinato contesto**.

Il bicchiere mezzo vuoto

- Attualmente non possediamo (e forse mai avremo) un catalogo onnicomprensivo dei bias linguistici, degli stereotipi e dei relativi effetti cognitivi di una lingua in un determinato contesto socioculturale.
- Il linguaggio rimane per costituzione un'entità **plurale**, che vive ed **evolve per mano e bocca di tutte le persone** che lo usano **quotidianamente**.

In virtù di queste considerazioni, appare poco realistico lo sforzo di **pianificare a tavolino** un linguaggio totalmente “giusto e egualitario”.

Il bicchiere mezzo pieno

- Al di là delle istanze di bandiera, l'evoluzione linguistica segue: le **imposizioni** dall'alto, le **correzioni** dal basso, le **contaminazioni** da un lato, la **riflessione** e la **creatività** dall'altro.
- Pur non avendo un catalogo preciso, aumentano **giorno per giorno gli studi scientifici** che **arricchiscono la nostra conoscenza** di aspetti influenti sulle problematiche reali della nostra società.

In virtù di queste considerazioni, ci sembra sensato e auspicabile prendere **parte attiva** alla dimensione plurale del linguaggio **con cognizione di causa**.

Ma quindi, il linguaggio inclusivo?

In considerazione di quanto detto finora, la nostra azione per il linguaggio inclusivo si configura, innanzitutto, come un'iniziativa di sensibilizzazione culturale:

stimolo alla riflessione condivisa sul linguaggio.

Certo, non basta agire sul piano linguistico per cambiare una società. Ma «**anche le parole danno una mano alle istanze paritarie**, inclusive, o femministe o quel che è. Non è vero che le parole non hanno rilevanza, hanno il pregio di portare l'attenzione sulla questione" (Vera Gheno).

Fare i conti con la complessità: l'ascolto

Per realizzare **interventi pratici** in favore dell'inclusività possiamo avvalerci poi di tre coordinate:

1) Ascoltare e dialogare con chi esprime richieste di rappresentazione e chi vive condizioni svantaggiate.

Le istanze del linguaggio inclusivo **derivano** proprio dalle **persone marginalizzate e discriminate**. Contribuire a un linguaggio inclusivo presuppone conoscere situazioni e **questioni concrete**: la presenza di persone non binarie, di donne, di persone disabili, di persone fragili, magari anche solo in certi momenti della vita.

Fare i conti con la complessità: studio e sperimentazione

2) Monitorare, approfondire e **divulgare la ricerca scientifica sul linguaggio.**

Da questa si possono trarre indicazioni concrete per andare alla ricerca di soluzioni puntuali ed efficaci.

3) Riflettere, adattarsi al contesto, sperimentare, **lasciarsi correggere.**

«Grazie a tutte e tutti» è più inclusivo, ma esclude le persone non binarie.

«Grazie a tuttə» è totalmente inclusivo riguardo al genere, ma suona strano a chi non è abituato.

«Grazie gente» è totalmente inclusivo riguardo al genere e suona meno alieno per chi non è abituato.

Zadig società benefit: il gruppo di lavoro sul linguaggio inclusivo

- ❖ **Eva Benelli**
- ❖ **Giulia Cauda**
- ❖ **Valeria Confalonieri**
- ❖ **Chiara Di Lucente**
- ❖ **Anna Romano**
- ❖ **Emilie Sartorelli**
- ❖ **Debora Serra**
- ❖ **Monia Torre**

Riferimenti bibliografici

Mclemore 2018, *A minority stress perspective on transgender individuals' experiences with misgendering*, in 'Stigma and Health'

Lévy et al. 2017, *L'écriture inclusive. La population française connaît-elle l'écriture inclusive? Quelle opinion en a-t-elle?*

Gygax, Gabriel & Zufferey 2019, *Le masculin et ses multiples sens: Un problème pour notre cerveau... et notre société* in 'Savoirs en Prisme n.10'

Smith 2011, *Learning Bias, Cultural Evolution of Language, and the Biological Evolution of the Language Faculty* in 'Human Biology'

Haselton, Nettle and Andrews 2005, *The evolution of cognitive bias* in 'The Handbook of Evolutionary Psychology.'

Evans and Levinson 2009, *The myth of language universals: Language diversity and its importance for cognitive science* in 'Behavioral and Brain Sciences'

Levon 2014, *Categories, stereotypes, and the linguistic perception of sexuality* in 'Language in Society'

Bucholtz and Hall 2004, *Language and Identity* in 'A Companion to Linguistic Anthropology'

Riferimenti bibliografici

Beukeboom e Burgers 2017, *Linguistic Bias* in 'The Oxford Encyclopedia of Intergroup Communication'

Sendén, Lindholm and Sikström 2013, *Biases in News Media as Reflected by Personal Pronouns in Evaluative Contexts* in 'Social Psychology'

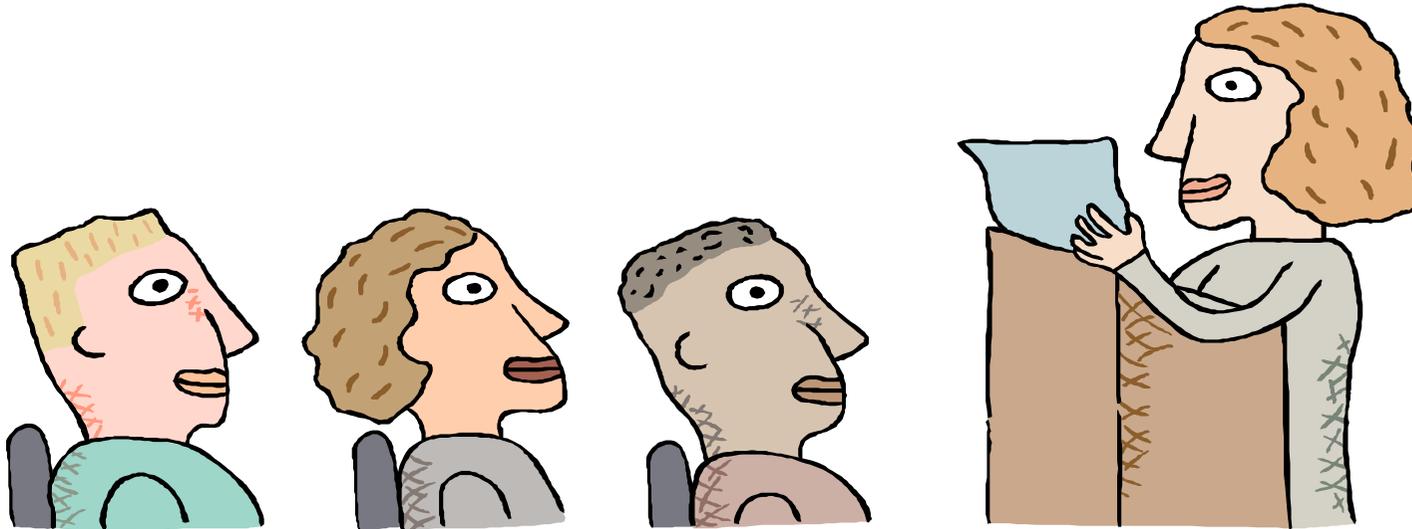
<https://www.valigiablu.it/sceva-scwha-linguaggio-inclusivo/>

<https://www.fabrizioacanfora.eu/>

<https://forward.recentiproggressi.it/it/rivista/numero-23-genere/articoli/una-lingua-piu-inclusiva-di-che-genere-di-lingua-parliamo/>

<https://www.treccani.it/magazine/chiasmo/extra/linguaggioinclusivo.html>

<https://testoesenso.it/index.php/testoesenso/issue/view/24>



**Grazie per l'attenzione,
gente**

benelli@zadig.it