

# Linee guida per una comunicazione inclusiva

# indice

|  |    |
|--|----|
| <b>Linee guida per una comunicazione inclusiva</b>   | 3  |
| <b>Cosa significa inclusività?</b>   | 4  |
| L'inclusione è una concessione paternalistica?   | 4  |
| <b>I linguaggi inclusivi</b>   | 5  |
| <b>Linee guida pratiche</b>  | 5  |
| Linguaggio di genere   | 5  |
| A proposito di schwa e asterischi  | 6  |
| Esempi pratici   | 7  |
| Disabilità   | 7  |
| Esempi pratici   | 8  |
| Accessibilità  | 9  |
| Consigli per rendere più accessibili i tuoi testi  | 9  |
| Origine, lingua e cultura  | 10 |
| Quando l'italiano non è la prima lingua  | 10 |
| Ageismo  | 10 |
| Linguaggio iconico   | 11 |
| Bibliografia   | 12 |
| <b>Appendice</b>   | 12 |
| Indicazioni pratiche e casi d'uso  | 12 |
| 1. Utilizzo dello schwa nei social media   | 12 |
| 2. Ordine del femminile e maschile in una frase  | 13 |
| 3. Uso di perifrasi attraverso forme passive o impersonali o scelta di parole gender neutral | 13 |
| 4. Uso di termini collettivi   | 14 |
| 5. Uso di pronomi relativi o indefiniti  | 14 |
| Uso della declinazione corretta in presenza di genere femminile                              | 15 |

# Linee guida per una comunicazione inclusiva

*“Il linguaggio è patrimonio di tutte le persone, e tutte le persone hanno il diritto e il dovere di usarlo al meglio.”*

*Valentina Di Michele*

Fondazione Milano riunisce scuole, persone e linguaggi diversi. Ogni giorno, nelle aule, negli uffici e negli spazi comuni, si parla, si scrive, si comunica. Il modo in cui scegliamo le parole e le immagini contribuisce a costruire il clima in cui lavoriamo e diffondiamo cultura.

Questo manuale nasce da un'esigenza semplice: rendere le comunicazioni interne ed esterne di Fondazione Milano più **chiare, rispettose e rappresentative** di tutte le persone che ne fanno parte.

Non vuole imporsi come contenitore di regole rigide o strumento per controllare il linguaggio, ma come cassetta degli attrezzi per riconoscere e superare abitudini espressive che possono escludere, anche senza volerlo.

Utilizzare linguaggi inclusivi non è una moda né una strategia di immagine. **È una pratica che aiuta a vedere meglio la complessità del mondo in cui viviamo e a riconoscere le persone per quello che sono**, non solo per le categorie a cui le associamo.

Utilizzare linguaggi inclusivi significa scegliere parole e immagini che permettano a chi legge o ascolta di sentirsi realmente parte di una comunità, la comunità di Fondazione Milano.

---

Le sezioni di questo documento offrono spunti, esempi e tabelle pratiche su diversi aspetti dell'inclusione linguistica: genere e identità, disabilità e accessibilità, origini culturali, età e uso delle immagini.

Non tutte le indicazioni saranno adatte a ogni contesto: l'obiettivo è fornire criteri per scegliere con consapevolezza, non formule da applicare meccanicamente.

Questo documento è pensato come strumento vivo, destinato a evolversi con la lingua e con la comunità di Fondazione Milano.

# Cosa significa inclusività?

*“Riappropriarci delle parole, usare quelle più significative e rispettose o inventarne di nuove per dare voce ai tempi che cambiano, è un atto di giustizia sociale. È un atto di inclusione”.*

Alice Orrù

Il dizionario Oxford Languages definisce l'inclusività come “la tendenza a estendere a quanti più soggetti possibili il godimento di un diritto o la partecipazione a un sistema o a un'attività”.

Ecco come i linguaggi inclusivi diventano uno strumento concreto per permettere a più persone possibili di accedere a spazi, opportunità e relazioni sociali senza barriere create dalla comunicazione stessa.

Parlare di inclusività non significa soltanto “aggiungere” persone a un insieme. Significa mettere in discussione le condizioni che generano esclusione, interrogarsi su come certe espressioni possano riprodurre squilibri di potere e scegliere forme linguistiche che rispecchino la varietà reale delle identità presenti nella società.

## L'inclusione è una concessione paternalistica?

Alcune riflessioni recenti invitano a guardare con attenzione ai termini “inclusione” e “inclusivo”. Il verbo *includere*, come ricorda la Treccani, significa “far entrare qualcuno o qualcosa in un gruppo o in un insieme”.

Questa immagine può suggerire un movimento unidirezionale: chi appartiene al gruppo dominante concede spazio a chi ne è rimasto fuori, rischiando di rinforzare una dinamica paternalistica.

Per questo motivo molte persone preferiscono ricorrere ad altri aggettivi per descrivere un linguaggio rispettoso di tutte le identità, come aperto, *ampio*, esteso.

Fabrizio Acanfora, nel saggio “In altre parole. Dizionario minimo di diversità”, propone l'espressione “**convivenza delle differenze**”, che sposta l'attenzione dall'accogliere qualcuno al riconoscere la pluralità come condizione naturale.

Queste alternative ampliano il nostro vocabolario e offrono modi diversi di raccontare la diversità.

La parola “inclusivo”, però, continua a essere utile perché mette in luce la struttura stessa della società in cui viviamo, una società che ancora produce esclusioni. Fingere che questo non accada sarebbe poco realistico: usare “inclusivo”, con consapevolezza critica, permette invece di evidenziare il problema e lavorare per superarlo.

# I linguaggi inclusivi

*“I linguaggi inclusivi sono liberi da parole, toni o immagini che riflettono opinioni pregiudizievole, stereotipate o discriminatorie verso determinati gruppi di persone”.*  
Alice Orrù

**Le scelte linguistiche non sono mai neutre:** possono contribuire a mantenere o rafforzare sistemi di disuguaglianza come razzismo, sessismo, abilismo, eterosessismo, classismo, discriminazioni religiose e ageismo. Tutti questi costrutti sociali si basano sull'idea che alcune caratteristiche rendano le persone più meritevoli di altre, producendo gerarchie e trattamenti differenti.

Ecco perché i linguaggi inclusivi svolgono un ruolo importante. **Non riguardano solo le parole, ma anche gli elementi visivi e simbolici che utilizziamo ogni giorno:** immagini, icone, emoji, hashtag. Tutti questi strumenti contribuiscono a modellare la percezione della realtà e possono rendere la comunicazione più equa e rispettosa.

## Cinque principi generali di comunicazione inclusiva

- ❶ **Rispetto:** nomina le persone nel modo in cui vogliono essere nominate.
- ❷ **Rappresentazione:** rendi visibili identità, ruoli e corpi diversi.
- ❸ **Chiarezza:** un linguaggio comprensibile è la prima forma di accessibilità.
- ❹ **Consapevolezza:** ogni parola ha un peso; scegliere è meglio che copiare.
- ❺ **Flessibilità:** nessuna regola vale sempre, ma ogni scelta va motivata.

## Linee guida pratiche

### Linguaggio di genere

Il linguaggio di genere è uno degli ambiti in cui emergono più facilmente abitudini linguistiche che possono escludere o rendere invisibili alcune persone. Nella comunicazione quotidiana è ancora molto diffuso l'**uso del maschile come forma “neutra”**, anche quando ci si riferisce a gruppi misti o a persone la cui identità di genere non è nota. Questo può far percepire il discorso come rivolto solo a una parte della comunità, anche involontariamente.

Un'altra criticità frequente riguarda la tendenza ad **associare determinati ruoli professionali o funzioni a un genere specifico**, rinforzando stereotipi ormai superati. Scegliere forme professionali declinate al femminile e al maschile, usare termini collettivi inclusivi e adottare perifrasi neutre quando opportuno permette di rappresentare con più precisione la realtà di Fondazione Milano e delle sue scuole.

## A proposito di schwa e asterischi

Negli ultimi anni, nella ricerca di soluzioni inclusive, si sono diffuse forme come schwa (ə) o asterisco (\*) per evitare di marcare il genere. Si tratta di **strumenti nati con l'intento di includere identità non binarie e di superare l'uso sistematico del maschile sovraesteso**.

Queste soluzioni, però, presentano anche **limiti significativi**.

Dal punto di vista dell'accessibilità, lo schwa e l'asterisco possono creare difficoltà nella lettura ad alta voce, nei software di sintesi vocale, nei lettori di schermo e in tutte le situazioni in cui il testo deve essere fruibile anche da persone non vedenti, ipovedenti o con difficoltà linguistiche.

Per questo motivo, quando si scelgono queste forme è importante farlo con consapevolezza, considerare il contesto d'uso e valutare se esistono alternative inclusive più accessibili, come perifrasi, plurali collettivi o formulazioni neutre.

Alla luce di queste criticità, Fondazione Milano propone di limitare l'uso dello schwa solamente ai contesti informali e ai social media, dove le dinamiche di lettura e le aspettative del pubblico sono diverse. Anche in questi casi, è consigliato ricorrervi solo quando strettamente necessario e dopo aver valutato l'impatto sull'accessibilità.

*Per esempi pratici e alternative linguistiche più accessibili, si rimanda all'appendice finale del documento.*

## Esempi pratici

### Invece di

Gli studenti interessati devono consegnare il modulo in segreteria.

I candidati devono presentare domanda entro.

Il candidato ideale è un madrelingua inglese.

Il docente deve assicurarsi che ogni studente abbia il materiale.

Benvenuti al workshop!

I prof. Omar Barbieri e Monica Albini.

Per iscriversi, gli studenti devono inviare la documentazione via e-mail.

Gli studenti devono presentare il lavoro finale individualmente

### Usa

Le persone interessate devono consegnare il modulo in segreteria.

È obbligatorio presentare domanda entro/candidarsi entro.

La persona ideale è madrelingua inglese/ha un'ottima padronanza della lingua inglese.

Il personale docente deve assicurarsi che tutte e tutti abbiano il materiale / che le studentesse e gli studenti abbiano il materiale.

Il workshop inizia adesso! / Vi diamo il benvenuto al workshop!

Il prof. Omar Barbieri e la prof.ssa Monica Albini.

Per iscriverti, invia la documentazione via e-mail.

Il lavoro finale deve essere presentato individualmente.

## Disabilità

Parlare di disabilità in modo accurato e rispettoso significa prima di tutto riconoscere che non esiste un'unica esperienza né un unico punto di vista. La lingua può contribuire a rendere visibili le persone con disabilità oppure a rafforzare stereotipi che limitano la loro autonomia.

Per questo è importante adottare un lessico consapevole e aggiornato, capace di rappresentare le persone nella loro interezza, non solo nella loro condizione.

Una delle questioni più discusse riguarda la distinzione tra **linguaggio person-first** (“persona con disabilità”) e **linguaggio identity-first** (“persona autistica”, “persona cieca”). Il person-first mette l'accento sulla persona prima della condizione, mentre l'identity-first riconosce la disabilità come parte integrante dell'identità.

Non esiste una soluzione unica: alcune comunità, come quella delle persone autistiche, spesso preferiscono identity-first; in altri contesti è più appropriato person-first. La scelta migliore, quando possibile, è utilizzare il linguaggio preferito dalle persone direttamente coinvolte.

Un altro tema rilevante è quello dell'inspiration porn, cioè la rappresentazione delle persone con disabilità come "eroiche" solo per il fatto di vivere la propria quotidianità. Questo tipo di narrazione può sembrare positiva, ma in realtà riduce la persona a un simbolo motivazionale, privandola di complessità e contribuendo a una visione stereotipata della disabilità.

Altro aspetto che vale la pena considerare è la distinzione tra abilismo ostile e abilismo benevolo.

L'abilismo ostile comprende atteggiamenti discriminatori espliciti, come esclusione, derisione o svalutazione delle capacità. L'abilismo benevolo, più sottile, si manifesta invece quando si presume che le persone con disabilità siano sempre vulnerabili, dipendenti o bisognose di protezione. In entrambi i casi, l'effetto è quello di limitare la loro autodeterminazione.

Usare un linguaggio attento e privo di stereotipi significa contribuire a un ambiente in cui le persone con disabilità possano essere riconosciute senza pregiudizi, né negativi né "troppo positivi".

## **Esempi pratici**

### **Invece di**

Diversamente abile, inabile, portatore/portatrice di handicap, handicappato/handicappata, invalido/invalida.

Costretto o costretta sulla carrozzina.

Disabile.

Parcheggio handicappati, bagni per disabili.

Down.

Sordomuto/sordomuta, sordo/sorda.

Cieco/Cieca.

Depresso/depressa.

Anoressico/anoressica, bulimico/bulimica.

Autistico/autistica, Asperger.

Dislessico/dislessica.

Schizofrenico/schizofrenica, psicotico/psicotica, bipolare

### **Usa**

Persona con disabilità.

Persona che usa la carrozzina.

Persona con disabilità.

Parcheggio accessibile.  
Bagni accessibili.

Persona con sindrome di down.

Persona sorda, persona con sordità, persona ipoacusica, persona ipoudente.

Ipovedente, persona con ipovisione, persona cieca.

Persona con depressione.

Persona con anoressia/bulimia.

Persona autistica.

Persona con dislessia / Persona con DSA.

Persona con schizofrenia, persona con disturbo bipolare.

# Accessibilità

L'attenzione al linguaggio inclusivo per la disabilità non riguarda solo le parole: coinvolge anche il modo in cui i contenuti vengono progettati, presentati e resi fruibili. L'accessibilità digitale è una parte essenziale di questo impegno, perché permette alle persone con disabilità sensoriali, motorie, cognitive o linguistiche di accedere alle informazioni di Fondazione Milano senza ostacoli.

I riferimenti principali a livello internazionale sono le **WCAG - Web Content Accessibility Guidelines**, che definiscono gli standard per rendere siti, documenti e materiali digitali realmente accessibili. Le WCAG si basano su quattro principi fondamentali, applicabili non solo al web ma a qualsiasi contenuto digitale.

Secondo le WCAG, i contenuti devono essere:

- **percepibili**: le informazioni devono essere presentate in modi accessibili anche tramite tecnologie assistive (testi alternativi, contrasto adeguato, sottotitoli);
- **utilizzabili**: la navigazione deve essere semplice e garantita con diversi strumenti (tastiera, screen reader, interfacce semplificate);
- **comprensibili**: il linguaggio e l'organizzazione dei contenuti devono essere chiari e coerenti, per facilitare la comprensione da parte di tutte le persone;
- **robusti**: i contenuti devono funzionare correttamente con tecnologie differenti e rimanere compatibili nel tempo.

## Consigli per rendere più accessibili i tuoi testi

### Carattere

- evita di utilizzare caratteri che riproducono la scrittura a mano
- preferisci lo stile normale al corsivo (di solito utilizzato per le parole in altre lingue che non possono essere tradotte);
- evita di usare il maiuscolo per lunghe parti di testo.

### Struttura

- inserisci in alto i contenuti più importanti della pagina;
- differenzia in maniera chiara titoli e sottotitoli;
- struttura il testo in paragrafi, frasi, liste;
- impagina i testi a bandiera a sinistra evitando il giustificato.

### Contenuti

- scrivi testi chiari per l'ancoraggio dei link, evitando "clicca qui", "leggi qui"; \*
- evita il gergo e i tecnicismi, e prediligi le parole di uso comune;
- scrivi frasi brevi, mantenendo il più possibile il soggetto vicino al verbo;
- usa una sintassi semplice (preferisci la forma positiva a quella negativa e la forma attiva a quella passiva).

\* Link come "clicca qui" non sono accessibili perché un lettore di schermo li legge fuori contesto: la persona non capisce dove porteranno. Un testo linkato descrittivo (per esempio "scarica il regolamento" o "leggi la guida") permette invece di capire subito la destinazione anche senza vedere la pagina. Inoltre sono soluzioni poco seo-friendly: testi linkati descrittivi aiutano i motori di ricerca a capire meglio il contenuto della pagina di destinazione. "Clicca qui" non comunica nulla, mentre un link come "linee guida sull'accessibilità" dà contesto semantico.

## Origine, lingua e cultura

Nominare correttamente le origini, le lingue e le appartenenze culturali è fondamentale per riconoscere le persone senza ricorrere a categorie vaghe o a prospettive eurocentriche.

Alcune espressioni ancora presenti nel linguaggio comune derivano da visioni coloniali del mondo, in cui i gruppi umani venivano classificati in modo semplificato o gerarchico. Termini come “di colore”, “orientale”, “terzo mondo”, “etnico” usati senza contesto sono esempi di **formule che riducono realtà complesse a etichette imprecise o cariche di stereotipi**.

Un altro aspetto rilevante riguarda la cura nel **riportare nomi, accenti e appartenenze linguistiche**. Pronunciare o scrivere correttamente un nome, evitare di italianizzarlo arbitrariamente e riconoscere il valore del multilinguismo contribuisce a creare un ambiente rispettoso. Allo stesso modo, descrivere l'origine geografica o culturale solo quando è pertinente evita di trasformarla in un marchio identitario imposto dall'esterno. Scegliere un linguaggio preciso e accurato aiuta a rappresentare le persone nella loro complessità, riduce il rischio di generalizzazioni e sostiene descrizioni più fedeli e rispettose.

## Quando l'italiano non è la prima lingua

Se devi rivolgerti a persone che parlano l'italiano come seconda lingua:

- migliora la leggibilità con frasi brevi, taglia le parole superflue e accorcia i paragrafi;
- migliora la comprensione utilizzando parole di uso più comune e scrivendo per un livello di lettura più basso;
- evita ogni tipo di inglesismo, latinismo o gergo tecnico;
- inserisci un glossario se devi usare molte parole tecniche;
- se spieghi una procedura, fornisci istruzioni passo dopo passo, mantieni semplice ogni passaggio e aggiungi immagini con guida.

## Ageismo

L'ageismo è la discriminazione basata sull'età e può colpire sia le persone giovani sia quelle anziane. Nel linguaggio si manifesta attraverso **espressioni che infantilizzano, ridicolizzano o rendono invisibili intere fasce d'età**.

Fraasi come “i giovani non hanno esperienza” e “gli anziani non capiscono la tecnologia” contribuiscono a costruire stereotipi che limitano l'autonomia e il valore delle persone.

Un linguaggio attento evita di associare automaticamente determinate competenze, preferenze o caratteristiche all'età e si concentra invece sul ruolo, sulle abilità e sul contesto.

Riconoscere la diversità generazionale senza attribuire giudizi o aspettative permette una comunicazione più rispettosa e rappresentativa della complessità delle persone.

## Linguaggio iconico

Il linguaggio iconico comprende immagini, illustrazioni, simboli, grafica e tutti gli elementi visivi che accompagnano la comunicazione.

Anche queste scelte influenzano la percezione della realtà: un'immagine può includere oppure escludere, rappresentare oppure semplificare, valorizzare oppure stereotipare. Per questo è importante adottare criteri consapevoli quando si selezionano elementi visivi nelle comunicazioni.

Un primo aspetto riguarda la **rappresentazione equilibrata delle diversità**: persone di età, origini, corpi, generi e abilità differenti dovrebbero comparire in modo naturale, non come eccezioni o presenze simboliche. È utile evitare immagini che rinforzano ruoli stereotipati (ad esempio, un solo tipo di corpo associato all'attività sportiva, figure femminili mostrate principalmente in ruoli di cura, figure maschili mostrate per ruoli aziendali).

Un altro elemento chiave è la **pertinenza**. Le immagini non dovrebbero essere scelte solo perché "inclusive", ma perché coerenti con il contenuto e rispettose delle persone rappresentate. Fotografie e illustrazioni che enfatizzano la vulnerabilità o che trasformano l'identità culturale o la disabilità in un tratto caratterizzante possono risultare riduttive.

### Risorse utili per utilizzare immagini stock inclusive

<https://affecttheverb.com/disabledandhere/>

<https://fotonicastock.it/>

<https://disabilityin.org/resource/corporate-disability-stock-photography>

<https://www.shutterstock.com/it/search/diverse-abilities>

<https://stock.adobe.com/search/images?k=inclusion+disability>

## Bibliografia

- “Scrivi e lascia vivere”, di Valentina Di Michele, Andrea Fiacchi e Alice Orrù  
Linguaggio inclusivo in italiano: una guida pratica, Ruben Vitiello  
“Il sessismo nella lingua italiana”, a cura di Alma Sabatini per la Presidenza del Consiglio dei Ministri e Commissione Nazionale per la Parità e le Pari Opportunità tra uomo e donna, 1987  
“In altre parole. Dizionario minimo di diversità”, Fabrizio Acanfora

[www.valigiablu.it/disabilita](http://www.valigiablu.it/disabilita)

[www.aliceorru.me/newsletter](http://www.aliceorru.me/newsletter)

[Risposta al quesito sulla scrittura rispettosa della parità di genere negli atti giudiziari posto all'Accademia della Crusca dal Comitato Pari opportunità del Consiglio direttivo della Corte di Cassazione](#)

## Appendice

### Indicazioni pratiche e casi d'uso

Questa appendice raccoglie esempi operativi e criteri condivisi per tradurre le linee guida del manuale in scelte concrete. È pensata come uno strumento di supporto alla scrittura quotidiana nei diversi touchpoint di Fondazione Milano: email, locandine, social, pagine web, newsletter e documenti.

Non sostituisce le indicazioni generali, ma le rende applicabili nelle situazioni pratiche in cui si producono testi ogni giorno.

### 1. Utilizzo dello schwa nei social media

Come indicato nel capitolo sul linguaggio di genere, lo schwa può presentare problemi di leggibilità e accessibilità. Per questo Fondazione Milano ne suggerisce un uso limitato ai social media, e solo quando non sia possibile riformulare la frase in modo inclusivo attraverso perifrasi, plurali collettivi o formulazioni neutre.

Se, dopo queste valutazioni, si sceglie comunque di utilizzare lo schwa, è importante attenersi ad alcune convenzioni condivise per garantire coerenza e chiarezza:

- ə per il singolare
- ɜ per il plurale
- per il plurale adottare la forma: lɜ students
- evitare l'uso del maiuscolo per comodità
- privilegiare frasi brevi e semplici

Esempi:

- Pronte a iniziare il laboratorio?
- Incontro riservato all3 student3 del primo anno.
- Buone vacanze a tutt3!
- L3 iscritt3 riceveranno il programma completo via mail.

## 2. Ordine del femminile e maschile in una frase

Quando si nominano esplicitamente forme femminili e maschili, Fondazione Milano adotta come criterio quello di inserire prima il femminile e poi il maschile, declinando il verbo al maschile, che in italiano concorda con l'ultimo genere citato.

Questo criterio si applica a tutte le comunicazioni della Fondazione: siti web, brochure, materiali informativi, documenti interni, vademecum, social media ed email.

Esempi:

- le studentesse e gli studenti hanno realizzato il documentario
- le coordinatrici e i coordinatori sono convocati in aula magna per la riunione
- le attrici e gli attori si esibiranno in teatro questa sera
- buongiorno a tutte e a tutti

## 3. Uso di perifrasi attraverso forme passive o impersonali o scelta di parole gender neutral

Quando non è necessario specificare il genere, è spesso possibile riformulare la frase in modo neutro. L'uso di perifrasi, costruzioni impersonali o parole non marcate permette di evitare il maschile sovraesteso e di rendere la comunicazione più inclusiva senza appesantire il testo.

### Invece di

Il ruolo del talent agent come mediatore tra artista e media business.

Gli studenti possono registrarsi all'esame presso la segreteria

### Usa

Il ruolo del talent agent come figura di collegamento tra artista e media business.

È possibile registrarsi all'esame presso la segreteria

## 4. Uso di termini collettivi

I termini collettivi aiutano a riferirsi a gruppi di persone senza attribuire loro un genere specifico. Sono particolarmente utili nelle comunicazioni istituzionali, perché rendono il discorso più inclusivo e spesso anche più preciso.

### Invece di

i professionisti del settore.

i docenti.

gli studenti.

i genitori.

gli utenti.

i dirigenti.

i lavoratori.

gli impiegati.

i tecnici.

gli artisti.

i candidati.

tutti.

### Usa

le professionalità del settore.

il corpo docente, il personale docente.

la comunità studentesca,  
il corpo studentesco, chi studia.

il nucleo familiare, le famiglie.

l'utenza/chi usufruisce del servizio.

la dirigenza.

lo staff, il personale, le persone che lavorano.

il personale amministrativo.

il personale tecnico.

il mondo dell'arte, la comunità artistica.

le persone candidate.

tutte le persone.

## 5. Uso di pronomi relativi o indefiniti

In molti casi è possibile sostituire un sostantivo marcato con costruzioni come “chi”, “chiunque”, “coloro che”. Queste forme spostano l'attenzione dall'identità al ruolo o all'azione, evitando riferimenti di genere non necessari.

Uso della declinazione corretta in presenza di genere femminile

### Invece di

il content creator.

i partecipanti.

gli interessati.

### Usa

chi crea i contenuti.

coloro che partecipano, chi partecipa.

chiunque abbia interesse.

## Uso della declinazione corretta in presenza di genere femminile

Quando il genere di una persona è noto, è importante utilizzare le forme professionali e i titoli declinati correttamente al femminile. Questo contribuisce a rendere visibili ruoli e competenze che per lungo tempo sono stati nominati solo al maschile.

- avvocata
- sindaca
- maestra d'orchestra
- coordinatrice
- direttice
- scenografa
- montatrice

La realizzazione delle linee guida per una comunicazione inclusiva è a cura dell'Area Sviluppo e Comunicazione di Fondazione Milano.

La redazione dei testi è di Francesca Giagulli.

© 2026 Fondazione Milano Scuole Civiche