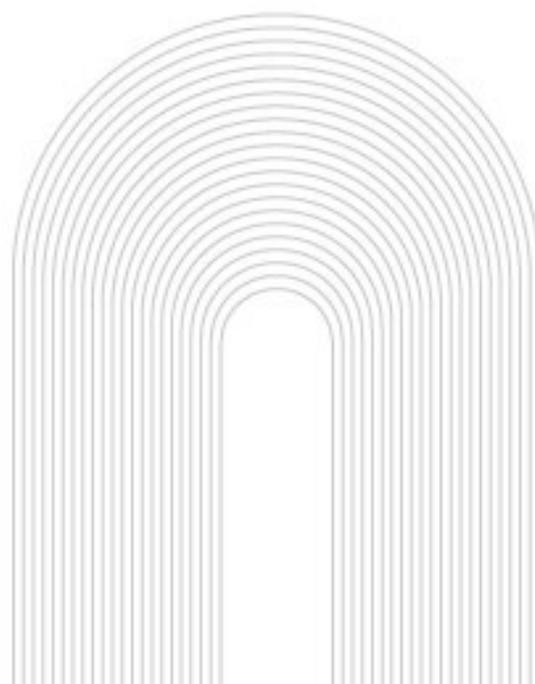




Linee guida
per un giornalismo
sensibile
alla ***diversità***,
equità
e ***inclusione***



ADVANCING
DIVERSITY & INCLUSION
IN JOURNALISM



Questo documento, insieme all'allegato "Diversità, equità e inclusione nel giornalismo: una checklist pratica", è stato sviluppato nell'ambito del progetto "Advancing Diversity & Inclusion in Journalism" (AD&IJ).

Il progetto AD&IJ è stato cofinanziato dall'Unione Europea attraverso il programma Erasmus +, azione di partenariato su scala ridotta per l'istruzione e la formazione professionale (codice progetto: 2023-2-IT01-KA210-VET-000170763).

Il progetto è stato realizzato da un partenariato di cinque organizzazioni: C.A.R.E.S. s.c.r.l. Osservatorio di Pavia (Italia), che ha coordinato il progetto, Conférence Permanente de l'Audiovisuel Méditerranéen - COPEAM (Italia), Fondazione Diversity ETS (Italia), Fundación para la Diversidad (Spagna), International Federation of Journalists (Belgio).

Il presente documento e l'allegato sono forniti in quattro lingue: inglese, francese, italiano, spagnolo, tutti gratuitamente accessibili online, e scaricabili, ai seguenti indirizzi:

Inglese: <https://diversityinjournalism.eu/>

Italiano: <https://diversityinjournalism.eu/it/>

Francese: <https://diversityinjournalism.eu/fr/>

Spagnolo: <https://diversityinjournalism.eu/es/>.

Questo documento è stato pubblicato nel 2024.

I diritti di copyright appartengono a C.A.R.E.S. s.c.r.l Osservatorio di Pavia, Conférence Permanente de l'Audiovisuel Méditerranéen, Fondazione Diversity ETS, Fundación para la Diversidad, International Federation of Journalists (IFJ).

Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Qualunque parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata in un sistema di recupero dati o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo, elettronico o meccanico, senza autorizzazione, a condizione che se ne citi la fonte, come di seguito:
Advancing Diversity&Inclusion in Journalism, Linee guida per un giornalismo sensibile alla diversità, equità e inclusione, 2024.

N.d.A. linguaggio di genere

Nel redigere questo documento abbiamo scelto di utilizzare un linguaggio di genere il più possibile inclusivo, consapevoli del potere delle parole. Abbiamo tuttavia evitato l'uso della schwa per tutelare l'accessibilità del documento stesso, visto che ancora oggi molti *screen reader* non sono in grado di riconoscere il simbolo schwa.



INDICE

Introduzione	5
Il ruolo dei media nella società	5
Perché abbiamo bisogno di promuovere la DE&I nel giornalismo	6
Metodologia.....	6
La nostra checklist e guida alle migliori pratiche.....	7
Capitolo 1. Raccomandazioni e alert per giornalisti e giornaliste	8
Capitolo 2. Raccomandazioni e alert per la gestione delle risorse umane e della cultura professionale nel settore dei media	12
Fonti bibliografiche e sitografiche	17
Fonti in lingua italiana	18
Fonti in lingua inglese	20
Fonti in lingua francese	23
Fonti in lingua spagnola	24
I partner del progetto	26
Ringraziamenti	30

Introduzione

Il ruolo dei media nella società

I mezzi di informazione svolgono un ruolo fondamentale nella vita democratica, anzitutto come fonte di conoscenza. Tuttavia “una società che non conosce pienamente se stessa non può rispondere alle aspirazioni della sua cittadinanza. Chi e cosa è presente nelle notizie e come le notizie e le persone sono rappresentate è importante. Chi e cosa non ha visibilità è altrettanto importante” (Azzalini & Padovani, 2020, p. 8¹). Inoltre, negli anni recenti, è diventato sempre più chiaro che una redazione non riesce a fornire un'informazione accurata e imparziale se non ha essa stessa una squadra di lavoro diversificata e inclusiva. “Inevitabilmente, perderà punti di vista, prospettive e voci cruciali”. (WEF, 2021, p.3²).

Per delineare processi di implementazione della "diversità, equità e inclusione" (DE&I) sono necessari strumenti concreti, che tengano in debito conto delle caratteristiche uniche di ogni settore. Ciò vale in particolare per i media e il giornalismo, poiché producono contenuti simbolici, piuttosto che beni o servizi generici.

I media plasmano la percezione pubblica della società. In quanto tali, trasmettono norme e valori sociali e possono sfidare le discriminazioni storiche basate su età, disabilità, etnia, religione e credo, genere, appartenenza alla comunità LGBT+, background sociale e aspetto fisico. Di più, i media possono accompagnare i cambiamenti sociali in atto, come per esempio la progressiva diversificazione delle identità e delle culture che vivono all'interno dei confini europei, anche grazie ai flussi migratori, e possono trasmettere valori e pratiche di diversità, equità e inclusione.

1 M. AZZALINI; C. PADOVANI, Global Media Monitoring Project Report, Italy, 2020

Link: <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Italy-Report-GMMPrev2.pdf>.

2 WEF (World Economic Forum), Tackling Diversity and Inclusion in newsrooms, 2021.

Link: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Tackling_Diversity_and_Inclusion_in_the_Newsroom_2021.pdf.

Perché abbiamo bisogno di promuovere la DE&I nel giornalismo

Per lavorare davvero su contenuti giornalistici inclusivi, è essenziale creare redazioni che siano pienamente rappresentative del pubblico, compresi i gruppi storicamente sotto-rappresentati. Per questo motivo, queste linee guida sono divise in due sezioni: la prima sezione mette in luce le principali sfide che il giornalismo deve affrontare quando si tratta di raccontare storie e dare notizie che rappresentino accuratamente ogni parte della società, mentre la seconda sezione affronta la diversità nelle redazioni, fornendo indicazioni su come creare ambienti di lavoro diversificati, accessibili e sicuri per chiunque lavori nel settore dei media.

Metodologia

Queste “Linee guida per un giornalismo sensibile alla diversità, equità e inclusione” sono il risultato di un approccio dal basso verso l'alto, basato su due punti di forza: 1) il coinvolgimento diretto dei gruppi target, ovvero giornalisti e giornaliste, professionisti e professioniste della comunicazione, organizzazioni dei media, broadcaster, aziende specializzate in comunicazione e studenti di media; 2) il trasferimento di buone pratiche.

Per garantire il coinvolgimento diretto dei gruppi target, abbiamo condiviso un percorso di formazione attraverso workshop (online e in presenza) che hanno riunito professionisti e professioniste dei media di tutta Europa, che sono stati partecipativi e basati sull'analisi di casi concreti sia di copertura giornalistica che di organizzazione delle redazioni.

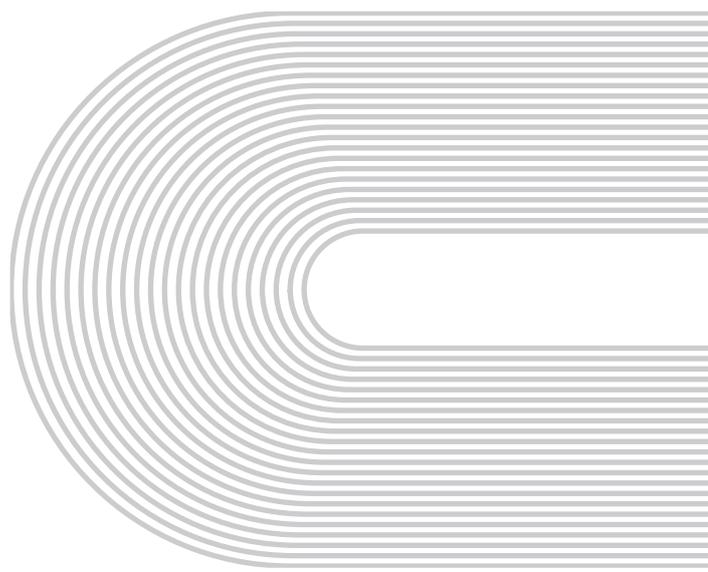
La partnership si è concentrata sulle migliori pratiche di DE&I implementate nel settore dei media, con una prospettiva intersezionale.

La nostra checklist e guida alle migliori pratiche

Per affrontare le sfide nell'implementazione dei valori e delle pratiche DE&I nel giornalismo e offrire uno strumento pratico, le linee guida sono accompagnate dal documento "Diversità, equità e inclusione nel giornalismo: una checklist pratica". Questo documento allegato offre una serie di "Alert" per ogni fase del processo di produzione delle notizie, ovvero alcuni "campanelli d'allarme" che ci permettono di individuare un possibile rischio rispetto a un tema sensibile e non sempre evidente. Per ogni Alert c'è un "Focus", ovvero un breve contesto per spiegare la sua rilevanza rispetto a eventuali questioni critiche e impatti sulle persone, sui processi operativi e sulla produzione di contenuti. Infine, suggerisce alcune "best practice" su come produrre le notizie in modo coerente con i principi della DE&I.



Capitolo 1.
**Raccomandazioni e alert
per giornalisti e giornaliste**



Quando si parla di diversità, ci sono alcune questioni da considerare, per garantire una rappresentazione mediale accurata. Il modo in cui i temi legati alle diversità vengono trattati e inquadrati e, più in generale, il modo in cui vengono scritte le notizie hanno un enorme impatto sulla realtà e possono facilmente rafforzare i sistemi di discriminazione già esistenti nella nostra società: ecco perché è essenziale acquisire consapevolezza sul modo in cui le narrazioni possono influenzare la vita delle persone marginalizzate, quali sono alcuni gruppi sociali storicamente sotto-rappresentati dai media, come per esempio le donne o le persone con disabilità.

1. Rendere più visibili i gruppi marginalizzati

Ci sono diverse barriere che impediscono a questi gruppi sociali di entrare in molte aree occupazionali, come i pregiudizi nei processi di selezione, il minore accesso all'istruzione a causa di problemi di accessibilità e redditi più bassi, i divari salariali e la mancanza di accessibilità nel campo lavorativo. Il giornalismo non fa eccezione e, di conseguenza, questi gruppi sono in gran parte esclusi da questo ambiente. Inoltre, è più difficile trovare persone appartenenti a questi gruppi come fonti, poiché alcuni fattori, come per esempio l'esclusione dalle reti mainstream e la paura di essere discriminate, le rendono più difficili da trovare e raggiungere.

Tutto questo culmina in un significativo problema di sotto-rappresentazione di alcuni gruppi nei media. Questi gruppi sono spesso esclusi da un contributo attivo alle narrazioni mediali, a loro è spesso negata l'opportunità di far sentire la propria voce o di presentare le proprie prospettive, sia in generale che su questioni che li riguardano direttamente, e questa esclusione priva il giornalismo di punti di vista critici ed essenziali.

2. Rendere più visibili le questioni che riguardano i gruppi marginalizzati.

A causa della mancanza di persone marginalizzate nelle redazioni e della scarsa consapevolezza tra chi lavora nel settore del giornalismo su come queste persone sperimentano l'esclusione sistemica, le questioni che riguardano le comunità marginalizzate vengono spesso tralasciate dalle notizie.

3. Usare un linguaggio e delle immagini inclusive.

Le parole e le immagini che usiamo modificano il modo in cui interpretiamo la realtà, modellando i percorsi neurali dei nostri pensieri e influenzando il modo in cui percepiamo le altre persone, noi e il mondo. L'uso di un linguaggio, di immagini e di didascalie che non rappresentano accuratamente le persone contribuisce alla diffusione di stereotipi e alimenta una percezione negativa di individui, gruppi sociali o comunità.

Oggi, i media continuano a rappresentare in modo fuorviante le donne, le persone LGBTQ+, quelle con disabilità, e chiunque appartenga a gruppi discriminati, sia attraverso l'uso di narrazioni e immagini stereotipate e negative, sia attraverso l'uso di terminologia imprecisa. Cambiare queste narrazioni e liberarle da stereotipi e pregiudizi è essenziale per sfidare la discriminazione.

4. Rappresentare gli individui marginalizzati anzitutto come persone

Fornire informazioni accurate è il modo migliore per combattere stereotipi e pregiudizi dannosi. Quando le persone che sono state storicamente sotto-rappresentate nei media vengono finalmente rappresentate, questo avviene spesso in un modo stereotipato, che contribuisce a rafforzare uno squilibrio sociale a loro sfavore. Questo avviene attraverso narrazioni negative ricorrenti come il pietismo, che ritrae persone sottorappresentate esclusivamente come vittime, cercando di evocare compassione per loro senza mai rappresentarle se non legate alla loro sofferenza. Invece di contrastare le differenze sociali, questo tipo di rappresentazione evoca un sentimento di pietà nei loro confronti, che fa sì che le persone al di fuori dei loro gruppi provino sollievo nel "non essere come loro", e riduce le identità marginalizzate alla discriminazione che subiscono, piuttosto che evidenziare il loro valore e gli aspetti valorizzanti delle loro identità.

L'eroismo è un'altra retorica comunemente ricorrente, che eleva le persone marginalizzate a uno status eroico per azioni che, per qualunque altra persona, non sarebbero considerate straordinarie. Si pensi per esempio alle notizie su atlete e atleti paralimpici.

Questo atteggiamento culmina in quella che viene chiamata "Inspiration Porn", ovvero una forma di rappresentazione delle persone storicamente marginalizzate dai media che le rappresenta come fonti di ispirazione per la società, lodandole per la loro sopravvivenza

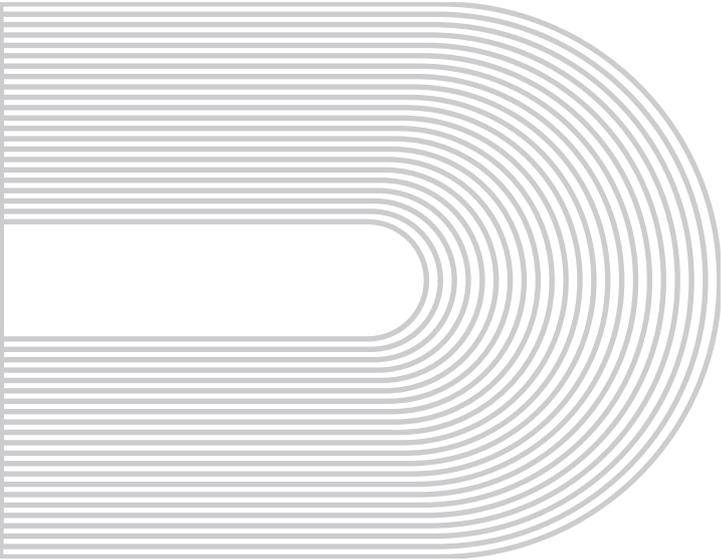
in una società che lavora attivamente contro di loro, invece di spostare l'attenzione sui sistemi di discriminazione che rendono la loro esistenza così difficile.

5. Rappresentare le persone marginalizzate attraverso una lente intersezionale

Il termine "intersezionalità", coniato negli anni '80 dall'avvocata e attivista Kimberlé Crenshaw, sottolinea l'intreccio tra diverse forme di discriminazione legate a fattori diversi, come il genere, l'etnia, l'orientamento sessuale, il background sociale e la disabilità, intrecciati fra loro, in quanto caratteristiche diverse di una medesima persona.

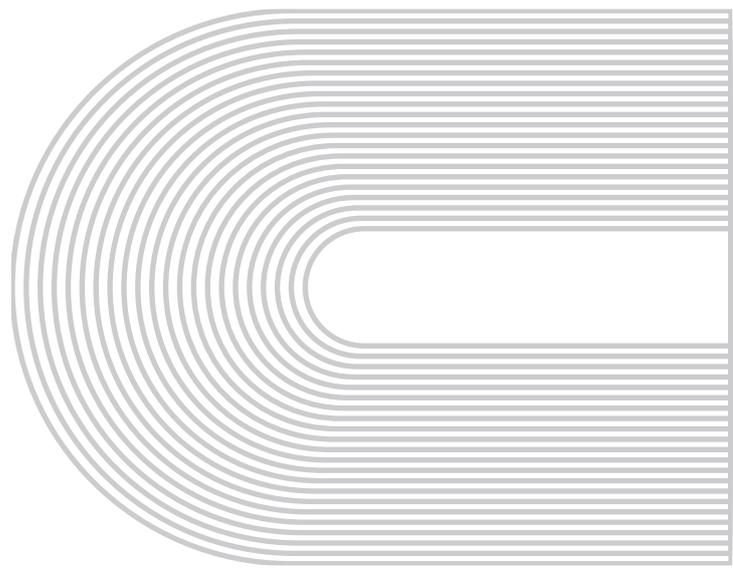
Quando consideriamo l'intersezionalità nella vita delle persone, dobbiamo tenere conto di come le loro esperienze possano essere modellate e complicate da molteplici aspetti sovrapposti della loro identità, come genere, etnia, disabilità e così via. Una donna nera, ad esempio, dovrà affrontare non solo discriminazioni legate al suo genere, ma anche alla sua etnia; allo stesso modo, un uomo transgender con disabilità potrebbe dover affrontare discriminazioni riguardanti sia la sua disabilità che la sua identità di genere.

È essenziale considerare questo aspetto quando si riportano notizie e si scrivono storie.



Capitolo 2.

**Raccomandazioni e alert
per la gestione delle risorse umane
e della cultura professionale
nel settore dei media**



Diversità, equità e inclusione (DE&I) sono tre aspetti fondamentali negli ambienti di lavoro. Le aziende e le organizzazioni che promuovono la DE&I non solo favoriscono un ambiente di lavoro equo e giusto, ma ottengono anche significativi benefici in termini di innovazione, produttività e soddisfazione del personale impiegato.

Promuovere la DE&I sul posto di lavoro nel settore dei media richiede un approccio proattivo e impegnato da parte dell'organizzazione e di tutto il suo staff. Di seguito sono riportate alcune strategie efficaci per promuovere la DE&I sul posto di lavoro.

1. Assumere un impegno a livello decisionale

Le organizzazioni dei media dovrebbero assumere un chiaro impegno per progettare una strategia DE&I a lungo termine. Per raggiungere questo obiettivo, è essenziale allocare un budget e nominare una persona o un team per progettare la strategia e servire da ponte tra il personale e la direzione. Ciò contribuirà a garantire coerenza tra le politiche interne e le notizie prodotte, che dovrebbero essere imparziali, verificate e prive di stereotipi. Questo impegno deve essere comunicato a tutto il personale interno all'azienda.

2. Valutazione dell'ambiente di lavoro

Qualsiasi strategia richiede la comprensione del punto di partenza. È essenziale effettuare una analisi della composizione della forza lavoro (ad esempio, per età, genere, nazionalità) e per ruolo ricoperto in azienda, dei gap salariali, delle politiche di diversità e inclusione esistenti, dei processi di assunzione e promozione e delle percezioni di tutto il personale riguardo alla diversità e all'inclusione all'interno dell'organizzazione.

3. Pianificare un'azione DE&I

Una volta completata l'analisi, l'organizzazione può stabilire priorità, obiettivi e azioni specifiche per implementare, o migliorare, a seconda del punto di partenza; ad esempio, politiche e strategie in materia di assunzione, gestione, formazione e altro, inclusi indicatori per monitorare e valutare l'impatto su base annuale.

Il piano dovrebbe essere comunicato a tutto il personale, incluse eventuali persone esterne che collaborano con l'azienda (per esempio, freelance).

4. Promuovere una leadership inclusiva

L'implementazione di un Piano d'Azione DE&I richiede una leadership inclusiva che incoraggi la partecipazione e la diversità di opinioni e rappresentazioni.

Richiede inoltre una cultura aziendale in cui tutti gli individui si sentano valorizzati e ascoltati, indipendentemente da genere, orientamento sessuale, età, disabilità, origine, religione o altre caratteristiche personali o sociali. Questo tipo di leadership implica consapevolezza dei propri pregiudizi inconsci, empatia, collaborazione, capacità di ascolto e conoscenza della diversità e dell'inclusione.

5. Garantire un ciclo vita lavorativo giusto e inclusivo

La gestione delle diversità copre l'intero "ciclo di vita" del personale che lavora, o collabora, in azienda: dall'attrattiva rappresentata da un'azienda per potenziali talenti, al reclutamento, dall'assunzione, all'avanzamento di carriera. Tutti i processi che riguardano il ciclo di vita del personale dovrebbero essere standardizzati, rivisti periodicamente e adattati se necessario per garantire pari opportunità per tutte e tutti, incluse collaboratrici e collaboratori freelance. Devono inoltre essere comunicati e trasparenti. Le buone pratiche consigliate includono, ad esempio:

- a. Applicazione della regola Rooney nella fase di selezione del personale:** questa regola stabilisce che ci debba essere almeno una persona appartenente a gruppi sociali storicamente sotto-rappresentati in tutti gli elenchi di candidati e candidate per un'offerta di lavoro.
- b. Liste di selezione del personale diversificate:** questo aiuta a rendere i colloqui di lavoro più oggettivi e riduce l'impatto dei pregiudizi inconsci individuali sul processo di selezione.
- c. Formazione e linee guida per le risorse umane sulla diversità e l'inclusione:** queste sono essenziali per eliminare pregiudizi e stereotipi

nei colloqui e nei processi di reclutamento, nonché per garantire una valutazione e una crescita professionale imparziale e priva di pregiudizi.

- d. Dati sulle risorse umane:** analizzare periodicamente i dati relativi alle risorse umane per capire quanto diversificata sia la forza lavoro e se ci sono alcuni gruppi specifici sotto-rappresentati.

6. Fare attenzione a come si formulano le offerte di lavoro e dove si cercano le persone candidate

Le posizioni aperte in redazione dovrebbero essere pubblicizzate apertamente e in modo trasparente. Le pubblicazioni dovrebbero utilizzare un linguaggio inclusivo ed evitare pregiudizi impliciti o stereotipi per attrarre talenti diversi. Inoltre, le descrizioni delle offerte di lavoro potrebbero includere una dichiarazione esplicita dell'impegno dell'organizzazione per la diversità, l'equità e le pari opportunità per tutti e tutte. Per attrarre una varietà ampia di candidati e candidate diverse, è essenziale utilizzare diverse fonti di reclutamento. Ciò implica la ricerca di talenti su diverse piattaforme, attraverso diverse associazioni professionali, eventi e comunità specifiche. Inoltre, è utile collaborare con organizzazioni esterne dedicate alla promozione della diversità sul posto di lavoro. Ampliando le fonti di reclutamento, si aumentano le possibilità di trovare candidate e candidati diversi e di talento.

7. Organizzare attività di sensibilizzazione e formazione

La DE&I dovrebbe essere promossa all'interno dell'azienda, attraverso azioni come workshop, corsi di formazione, campagne di sensibilizzazione e una comunicazione interna coerente. Per promuovere una cultura inclusiva, è essenziale implementare strategie che coinvolgano tutto il personale delle redazioni, compreso il personale freelance che collabora con la redazione, per garantire l'allineamento agli obiettivi di DE&I.

8. Garantire l'equilibrio fra lavoro e vita privata e il lavoro flessibile

Nel settore dei media, l'equilibrio tra lavoro e vita privata, gli orari flessibili e il telelavoro non sono ampiamente disponibili. Oltre all'insicurezza lavorativa e alla precarietà, molti professionisti e professioniste dei media, soprattutto le giornaliste, lavorano con contratti freelance, spesso con condizioni meno favorevoli rispetto a chi ha una posizione strutturata, come dipendente, nell'azienda. È essenziale stabilire una metodologia chiara per gestire i flussi di lavoro, i turni e le responsabilità durante i periodi di picco delle notizie, per evitare di interrompere la vita personale o familiare di chi partecipa al lavoro di produzione delle notizie, a tutti i livelli.

9. Usare un linguaggio inclusive nella comunicazione

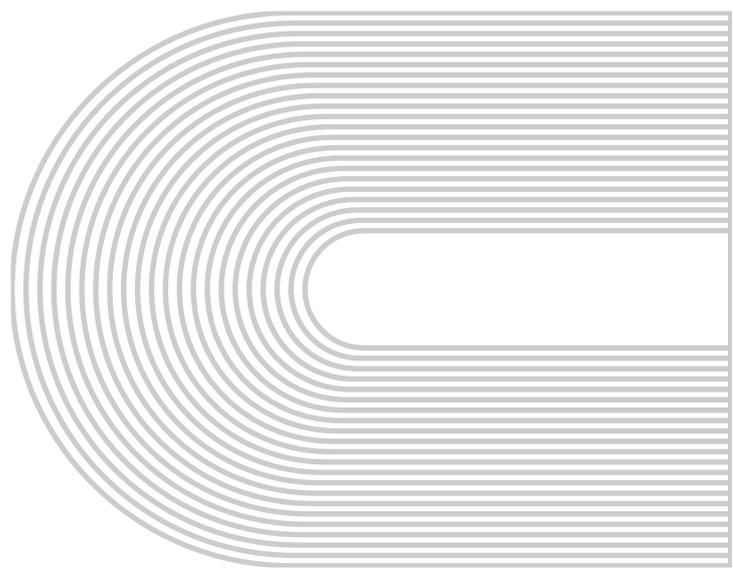
Qualsiasi strategia aziendale DE&I deve essere supportata da una comunicazione proattiva e continua. Si dovrebbe prestare particolare attenzione a garantire che le nuove persone assunte, e nuove collaboratrici e collaboratori freelance, siano pienamente consapevoli della cultura DE&I della redazione. Inoltre, il linguaggio utilizzato dovrebbe essere privo di stereotipi e pregiudizi. La maggior parte dei paesi del mondo ha linee guida specifiche per un linguaggio inclusivo, adattate alle caratteristiche della lingua, o delle lingue, parlate nel paese e ai loro specifici contesti socio-culturali.

10. Garantire l'accessibilità

L'accessibilità universale consente alle persone con disabilità di vivere in modo uguale, libero e indipendente e di partecipare pienamente a tutti gli aspetti della vita, compreso il lavoro. Affinché le persone con disabilità possano lavorare efficacemente in redazione, è essenziale che gli uffici e i luoghi di lavoro siano accessibili e che siano fornite tutte le tecnologie di assistenza necessarie per supportare le loro attività.



Fonti bibliografiche e sitografiche



Fonti in lingua italiana

C. N. ADICHIE, *Dovremmo essere tutti femministi*, Einaudi, 2021.

C. N. ADICHIE, *Il pericolo di un'unica storia*, Einaudi, 2020.

M. AZZALINI, *Rappresentazioni di genere nel linguaggio dei TG Italiani*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari. Link: <https://edizionicafoscari.unive.it/it/edizioni/libri/978-88-6969-728-9/>.

M. AZZALINI, ML. BIONDA, F. BONFANTI, D. CONTI, M. CUOLLO, G. NERO, G. PAGANELLI, F. VECCHIONI. *Diversity Media Research Report 2024*. Milano, Fondazione Diversity ETS, 2024. Link: <https://www.diversitymediaawards.it/wp-content/uploads/2024/04/Diversity-Media-Research-Report-2024.pdf>.

M. BALOCCHI, *Intersex*. Antologia multidisciplinare, Edizione Ets, 2018.

M.G. BARKER, J. SCHEELE, *Queer*. Una storia per immagini, Fandango, 2021.

M.G. BERNARDINI, *Oltre il modello sociale (segue): il paradigma intermedio*, In M.G. BERNARDINI, *Disabilità, giustizia, diritto. Itinerari tra filosofia del diritto e disability studies*, G. Giappichelli Editore, 2016.

L. BERNINI, *Le teorie queer. Un'introduzione*, Mimesis, 2017.

I. BIEMMI, *Educazione sessista. Stereotipi di genere nei libri delle elementari*, Torino, Rosenberg & Sellier, 2017.

J. BUTLER, *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Laterza, 2023.

CAMERA DEI DEPUTATI, COMMISSIONE "JO COX", *La piramide dell'odio in Italia*.

Commissione "Jo Cox" su fenomeni di odio, intolleranza, xenofobia, e razzismo. Relazione Finale, 2016. Link:

https://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/shadow_primapagina/file_pdfs/000/007/099/Jo_Cox_Piramide_odio.pdf.

A. CHEN, ACE. *Cosa ci rivela l'asessualità del desiderio, la società e il significato del sesso*, Mondadori, 2023.

C. CORSINI, I.D.M. SCIERRI, *Differenze di genere nell'editoria scolastica. Indagine empirica sui sussidiari dei linguaggi per la scuola primaria*, Roma, Nuova Cultura, 2016.

C. CRIADO PEREZ, *Invisibili. Come il nostro mondo ignora le donne in ogni campo. Dati alla mano*, Einaudi, 2022.

A. DAVIS, *Donne, razza e classe*, Allegre, 2018.

J. DAWSON, *Questo libro è gay*, Sonda, 2018.

J. DAWSON, *Questo libro è trans*, Sonda, 2021.

M. DE LEO, *Queer. Storia culturale della comunità LGBTQ+*, Einaudi, 2021.

Decreto legislativo n.198/2006, meglio noto come codice delle pari opportunità tra uomo e donna, a norma dell'art. 6 della legge 28 novembre 2005, n.246.

R. EDDO-LODGE, *Perché non parlo più di razzismo con le persone bianche*, E/O, 2021.

FONDAZIONE DIVERSITY, FOCUS MANAGEMENT, *Diversity Brand Index 2024*, Milano, Fondazione Diversity ETS, 2024. Link: https://www.diversitybrands Summit.it/wp-content/uploads/2024/02/DBI2024_ABSTRACT.Ricerca.WEB_.pdf.

FONDAZIONE DIVERSITY *Linee guida linguaggio inclusivo*. Fondazione Diversity ETS, Milano, 2024. Link: <https://www.diversitylab.it/linguaggio-inclusivo-linee-guida/>.

V. GHENO, *Femminili singolari - Il femminismo è nelle parole*, Effequ Editore, 2019.

G. GIUSTI, *Linguaggio, identità di genere e lingua italiana*, corso MOOC Università Ca' Foscari, 2019.

B. HOOKS, *Non sono una donna, io. Donne nere e femminismo*, Tamu, 2023.

D. KAHNEMAN, *Pensieri lenti e veloci*, traduzione di Laura Serra, Milano, Mondadori, 2012.

V. LINGIARDI, *Citizen Gay. Affetti e Diritti*, Il Saggiatore, 2016.

MINISTERO DEL LAVORO, DELLA SALUTE E DELLE POLITICHE SOCIALI, *La convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità*, 2006, ratificata dall'Italia con la l. 18:2009. Link: <https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/disabilita-e-non-autosufficienza/focus-on/Convenzione-ONU/Documents/Convenzione%20ONU.pdf>.

MIUR, *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo del MIUR*, 2018.

D. RIBEIRO, *Piccolo manuale antirazzista e femminista*, Capovolte, 2022

- C. ROBUSTELLI., Donne, grammatica e media. Suggerimenti per l'uso dell'italiano, Gi.U.Li.A. Giornaliste, INPGI, 2014.
- C. ROBUSTELLI, Pari trattamento linguistico di uomo e donna, coerenza terminologica e linguaggio giuridico, in La buona scrittura delle leggi, a cura di Roberto Zaccaria, Presidente pro tempore del Comitato per la legislazione della Camera dei deputati, Camera dei Deputati, Roma, 2012.
- C. ROBUSTELLI, Sindaco e sindaca. Il linguaggio di genere, Gruppo editoriale L'Espresso-Accademia della Crusca, 2016.
- A. SABATINI (a cura di), Il sessismo nella lingua italiana, Commissione nazionale per la parità e le pari opportunità tra uomo e donna, Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per l'Informazione e l'editoria, 1987.
- A. SAINI, Inferiori. Come la scienza ha penalizzato le donne, Milano, HarperCollins, 2019.
- J. SEAGER, Atlante delle donne, ADD Editore, 2020.
- F. VECCHIONI, Pregiudizi inconsapevoli. Perché i luoghi comuni sono sempre così affollati. Mondadori, 2020.

Fonti in lingua inglese

ACCOUNTABLE JOURNALISM, Database. Link: [Accountable Journalism](#)

ANTI DEFAMATION LEAGUE, Pyramid of Hate, 2018. Link:

<https://www.adl.org/sites/default/files/documents/pyramid-of-hate.pdf>.

M. AZZALINI; C. PADOVANI, Global Media Monitoring Project Report, Italy, 2020 Link:

<https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/07/Italy-Report-GMMPrev2.pdf>.

L. BORODITSKY, L. A. SCHMIDT, W. PHILLIPS, Sex, Syntax, and Semantics, Stanford

University, 2003. Link: https://web.stanford.edu/class/linguist156/Boroditsky_ea_2003.pdf.

CAIXABANK, Egalitarian Communication Guide, 2021. Link:

https://www.caixabank.com/deployedfiles/caixabank_com/Estaticos/PDFs/Espacio_accionista/Egalitarian_communication_guide_CaixaBank.pdf.

J.I. CHARLTON, *Nothing About Us Without Us: Disability Oppression and Empowerment*, 1st ed. University of California Press, 1998.

K. CRENSHAW, *Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics*, University of Chicago Legal Forum: Vol. 1989: Iss. 1, Article 8.

F. DURANTE, *Testing and extending the stereotype content model*, Unpublished doctoral dissertation, University of Padova, Italy, 2008.

S.T FISKE, *Stereotype Content: Warmth and Competence Endure*. *Current Directions in Psychological Science*, 2018.

S.T. FISKE, A. CUDDY, P. GLICK, J. XU, *A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition*, Correction to Fiske et al., in «*Journal of Personality and Social Psychology*», 2002.

P. GLICK e S.T. FISKE, *Ambivalent stereotypes as legitimizing ideologies: Differentiating paternalistic and envious prejudice*, in J.T. Jost e B. Major (a cura di), *The Psychology of Legitimacy. Emerging Perspectives on Ideology, Justice, and Intergroup Relations*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001, pp. 278-306.

GLOBAL PROTECTION CLUSTER (GPC), *GBV Area of Responsibility: Media Guidelines for reporting on Gender-Based Violence in Humanitarian Contexts*, 2014, Link: <https://repository.iom.int/handle/20.500.11788/2316>.

McKinsey & Company, *Diversity matters even more: The case for holistic impact*, 2023. Link: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-matters-even-more-the-case-for-holistic-impact>.

P. HUNT, *A Critical Condition In Hunt*. P. HUNT, *Stigma: The Experience of Disability*, London, Geoffrey Chapman, 1966.

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS, *Rewriting the Story: Tackling Media Gender Stereotypes in Political and Public Life*, 2024. Link: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/final_toolkit_rewriting_7_june.pdf

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS, IFJ Global Charter of Ethics for Journalists, 2019. Link: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>.

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS, Policy on Sexual Harassment. Link: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/policy-on-sexual-harassment>.

INTERNATIONAL FEDERATION OF JOURNALISTS, Guidelines for Unions and Media to Combat Online Harassment of Women Journalists, 2019. Link: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/guidelines_EN_final.pdf.

T. KONISHI, The semantics of grammatical gender: a cross-cultural study, J Psycholinguist Res. 1993. Link: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/8246207/>.

I. H. MEYER, Minority Stress and Mental Health in Gay Men, Journal of Health and Social Behavior, Vol 36, n. 1, 1995.

M. OLIVER, Social Work with Disabled People, Basingstoke: Macmillan, 1983.

RTVE, Equality Guide, 2020. Link: <https://www.rtve.es/contenidos/instituto/Guia-Igualdad-ingles.pdf>.

R. TAUSSIG, Sitting Pretty: The View From My Ordinary Resilient Disabled Body, 1st Ed., HarperOne, 2020.

THE UNION OF THE PHYSICALLY IMPAIRED AGAINST SEGREGATION, THE DISABILITY ALLIANCE, Fundamental Principles of Disability, 22 Novembre 1975.

Link: <https://disabledpeoplesarchive.com/wp-content/uploads/sites/39/2021/01/001-FundamentalPrinciplesOfDisability-UPIAS-DA-22Nov1975.pdf>.

THE WORLD BANK, Gendered Languages May Play a Role in Limiting Women's Opportunities, New Research Finds, 2019. Link: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/01/24/gendered-languages-may-play-a-role-in-limiting-womens-opportunities-new-research-finds>.

S. TURPIN, Media Coverage of Migration: A Practical Guide for Journalists, International Organization for Migration, 2018. Link: [ILO Guide](#).

UNHCR, Reporting on Migration and Refugees: A Guide for Journalists. 2018. Link: https://migrantnarratives.org/fileadmin/user_upload/IFJ/Reporting_on_migration_and_refugees_%E2%80%93_Guidelines_for_journalists.pdf

WEF (World Economic Forum), Tackling Diversity and Inclusion in newsrooms, 2021. Link: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Tackling_Diversity_and_Inclusion_in_the_Newsroom_2021.pdf.

G. WOLBRING, Expanding ableism: taking down the ghettoization of impact of disability studies scholars, Vol 2 (3), pp.75–83, Societies, 2012.

K. YOSHINO, Covering: the Hidden Assault on our Civil Rights, Random House Trade Paperbacks, 2007.

S. YOUNG, I'm not your inspiration, thank you very much, TED Talk, 2014. Link: https://www.ted.com/talks/stella_young_i_m_not_your_inspiration_thank_you_very_much.

Fonti in lingua francese

AJAR, Kit outre-mer. Lien: <https://ajaracisees.fr/kit-antiraciste-outre-mer/>.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES JOURNALISTES, Charte mondiale d'éthique des journalistes, 2019. <https://www.ifj.org/fr/qui/regles-et-politique/charte-mondiale-dethique-des-journalistes>.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES JOURNALISTES, Politique de la FIJ sur le harcèlement sexuel. Lien: <https://www.ifj.org/fr/qui/regles-et-politique/politique-de-la-fij-sur-le-harcèlement-sexuel>.

FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES JOURNALISTES, Que faire contre le harcèlement en ligne des femmes journalistes. Guide à l'intention des médias et des syndicats, 2019. Lien: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/guidelines_FR.final_2.pdf.

MÉDIA ANIMATION, Peut-on rire de tous ? Humour, stéréotypes et racisme : l'outil d'animation, 2020. Lien: <https://media-animation.be/Peut-on-rire-de-tous-Humour-stereotypes-et-racisme-l-outil-d-animation>.

MÉDIA ANIMATION, Eduquer aux représentations médiatiques de genre, 2023. Lien: <https://media-animation.be/Eduquer-aux-representations-mediaticues-de-genre>

P. GYGAX, S. ZUFFEREY, U. GABRIEL, Le cerveau pense-t-il au masculin ?, Le Robert, 2021.

RTBF, FÉDÉRATION WALLONNE, LGBTQIA+ ET MÉDIA ANIMATION, LGBTphobies, médias et société, 2022. Lien: <https://media-animation.be/LGBTphobies-medias-et-societe>.

RTBF ET MÉDIA ANIMATION, Sexisme, médias et société, 2019. Lien: <https://media-animation.be/Sexisme-medias-et-societe>.

RTBF ET MÉDIA ANIMATION, Validisme, médias et société, 2024. Lien: <https://media-animation.be/Quand-les-medias-racontent-le-handicap>.

Fonti in lingua spagnola

ACNUR, Manual para comunicar sobre movilidad humana, 2023. Enlace: <https://www.acnur.org/noticias/comunicados-de-prensa/acnur-y-periodistas-lanzan-manual-para-comunicar-sobre-movilidad>

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA, Guía de comunicación inclusiva, 2021. Enlace: <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-inclusiva/pdf/guiaInclusiva-es.pdf>

CAIXABANK, Guía de comunicación igualitaria, 2021. Enlace: https://www.caixabank.com/deployedfiles/caixabank_com/Estaticos/PDFs/Espacio_accionista/Guia_comunicacion_igualitaria_CaixaBank.pdf

CCOO, FELGTB, Guía de buenas prácticas para el tratamiento de la diversidad sexual, de género y familiar en los medios, 2021. Enlace: <https://fsc.ccoo.es/d049101d1a87483b97155ecf7302c028000050.pdf>

EL BANCO MUNDIAL, Nuevos estudios indican que los idiomas con consideraciones de género podrían limitar las oportunidades de las mujeres, 2019. Enlace: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/01/24/gendered-languages-may-play-a-role-in-limiting-womens-opportunities-new-research-finds>

FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, Carta Mundial de Ética para Periodistas, 2019. Enlace: <https://www.ifj.org/es/quien/reglas-y-politica/carta-mundial-de-etica-para-periodistas>

FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, Política de la FIP sobre acoso sexual, 2020. Enlace: <https://www.ifj.org/es/quien/reglas-y-politica/politica-de-la-fip-sobre-acoso-sexual>

FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS, Guía para sindicatos y medios de comunicación para combatir el acoso online a mujeres periodistas, 2019. Enlace: https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/guidelines_ES_final.pdf

FUHEM, Decálogo del lenguaje inclusivo, 2020. Enlace: <https://colegiohipatia.fuhem.es/noticias/1494-decalogo-de-lenguaje-inclusivo.html>

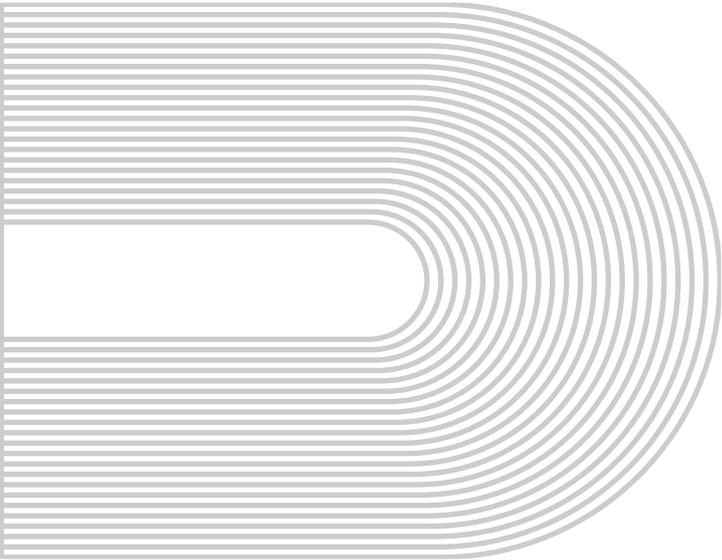
M. BAENA, L. DE GRADO (MOVIMIENTO POR LA PAZ), Guía de comunicación feminista, 2023. Enlace: <https://www.mpdl.org/sites/default/files/231212-guia-comunicacion-feminista-mpdl.pdf>

McKinsey&Company, La diversidad importa aún más: Los argumentos a favor del impacto holístico, 2023. Enlace: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/la-diversidad-importa-aun-mas-los-argumentos-a-favor-del-impacto-holistico/es>

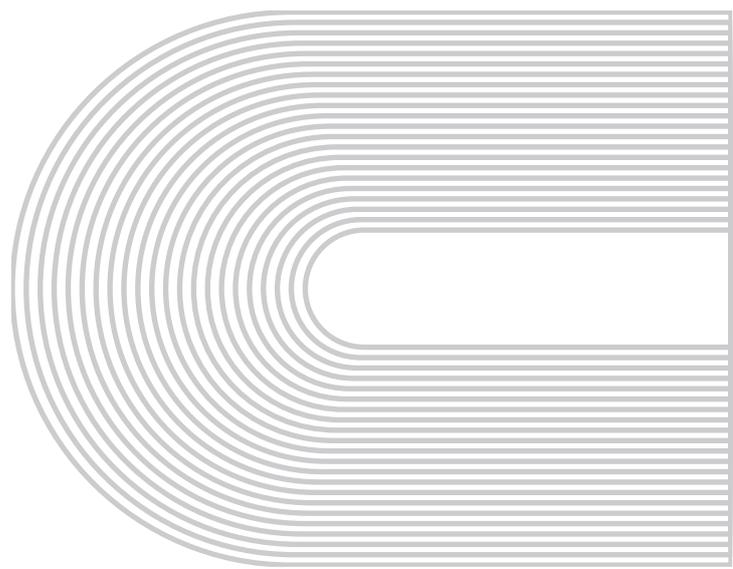
OIM, Guía para el Abordaje de la Trata de Personas para Comunicadores y Periodistas, 2020. <https://repository.iom.int/handle/20.500.11788/2316>

RTVE, Guía de Igualdad, 2020. Enlace: <https://www.rtve.es/contenidos/instituto/Guia-Igualdad-castellano.pdf>

UNICEF, Directrices para un Lenguaje Inclusivo en el ámbito de la discapacidad, 2021. Enlace: <https://www.unicef.org/peru/sites/unicef.org.peru/files/2021-10/DIRECTRICES%20PARA%20UN%20LENGUAJE%20INCLUSIVO%20EN%20EL%20%20C3%81MBITO%20DE%20LA%20DISCAPACIDAD.pdf>



I partner del progetto



Queste Linee Guida sono state sviluppate nell'ambito del progetto “Advancing Diversity & Inclusion In Journalism” (AD&IJ) e sono disponibili in quattro lingue: inglese, francese, italiano e spagnolo. Il progetto AD&IJ è stato realizzato da cinque organizzazioni partner: C.A.R.E.S. srl Osservatorio di Pavia (Italia), che ha coordinato il progetto, COPEAM (Italia), Fondazione Diversity ETS (Italia), Fundación para la Diversidad (Spagna), IFJ (Belgio).

C.A.R.E.S. s.c.r.l. Osservatorio di Pavia è un'organizzazione indipendente no-profit specializzata nella ricerca e analisi dei media. Dal 1994 ha sviluppato diverse metodologie di analisi dei media, avviando una collaborazione a lungo termine con la RAI-Radiotelevisione Italiana. Ha anche un ampio portafoglio di attività legate alla comunicazione mediale, incluso il monitoraggio dei media su diversi contenuti, analisi legali e ricerche. Dal 1997 collabora con diverse organizzazioni internazionali (ad esempio, Nazioni Unite, Commissione Europea, Consiglio d'Europa) nell'ambito delle loro attività di rafforzamento delle capacità e assistenza tecnica per lo sviluppo democratico e i diritti umani, nonché per le loro missioni di osservazione elettorale. L'organizzazione è anche impegnata in attività educative e formative. Sito web: www.osservatorio.it.

COPEAM – Conferenza Permanente dell'Audiovisivo nel Mediterraneo è un'associazione no-profit dedita alla promozione del dialogo interculturale nella regione del Mediterraneo attraverso il coinvolgimento di importanti attori privati, pubblici e istituzionali del settore audiovisivo. Riunisce tra i suoi membri gli enti radiotelevisivi pubblici di 26 Paesi dell'area, organizzazioni professionali e culturali, imprese dei media, istituti di istruzione superiore e autorità locali provenienti da Europa, Balcani, Nord Africa e Medio Oriente. COPEAM, la cui sede operativa è a Roma - presso la RAI-Radiotelevisione Italiana, che ne assicura il Segretariato Generale dalla fondazione nel 1996 - concentra la sua azione sulla cooperazione multilaterale volta a valorizzare e scambiare competenze all'interno della sua ampia rete. I principali campi di azione sono: coproduzione televisiva, radiofonica; formazione e rafforzamento delle capacità; promozione e uso creativo degli archivi audiovisivi. Svolge iniziative su temi trasversali di rilevanza globale come ambiente, immigrazione, parità di genere e diversità. Sito web: <http://www.copeam.org>.

Fondazione Diversity ETS è impegnata dal 2013 nella diffusione di una cultura dell'inclusione attraverso la comunicazione, la ricerca, attività di monitoraggio, formazione e advocacy. Obiettivo della sua attività è il contrasto alla discriminazione basata su genere, disabilità, LGBT+, razza, età, aspetto fisico, condizione socioeconomica e religione. Guidata da questo obiettivo, la Fondazione Diversity ha sviluppato - ed è esperta in - attività di ricerca, raccolta dati, analisi e divulgazione, monitoraggio dei media, formazione, networking, eventi (ad es. i nostri progetti "Diversity Media Awards" e "Diversity Brand Summit"), campagne di comunicazione, debiasing, analisi comportamentale, trasformazioni inclusive di gestione e accessibilità, lavorando in modo intersezionale come organizzazione no-profit. Fondazione Diversity si occupa anche di rappresentazione inclusiva, attraverso analisi, consulenza e formazione per i media, occupandosi della rappresentazione sia on-screen che off-screen. Sito web: www.diversitylab.it.

Fundación para la Diversidad è una fondazione no-profit che ha l'obiettivo di promuovere la diversità e l'inclusione in aziende e istituzioni. La missione della fondazione è quella di creare ambienti di lavoro inclusivi per tutte le persone, indipendentemente da sesso, orientamento sessuale, età, origine etnica, origine, cultura, religione, stato, orientamento sessuale, disabilità o origine sociale. Fundación Diversidad promuove la Carta della Diversità in Spagna, un'iniziativa sostenuta dalla Commissione Europea a favore della diversità e dell'inclusione nel posto di lavoro. La Carta della Diversità è stata lanciata nel 2009 in Spagna, con il supporto del Ministero per l'Uguaglianza e della Commissione Europea. Oltre 1.600 organizzazioni, di tutti i settori e dimensioni, hanno firmato la Carta della Diversità in Spagna. Website: www.fundaciondiversidad.com

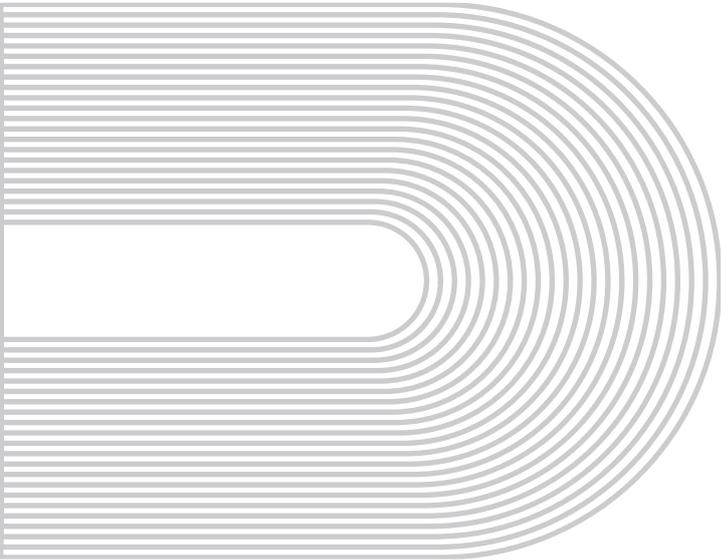
IFJ è la Federazione Internazionale dei Giornalisti/e. È la più grande organizzazione mondiale di giornalisti e giornaliste, rappresenta oltre 600.000 professionisti e professioniste dei media in 190 sindacati e associazioni nazionali in 146 paesi. L'IFJ sostiene la libertà di espressione e il giornalismo di qualità, attraverso attività di rete volte a promuovere e attuare riforme in tutti i settori dei media, al fine di . il giornalismo indipendente al centro delle strategie per costruire media di qualità al servizio del pubblico. L'IFJ è redattrice della Carta di Bordeaux e della Carta Globale di Etica

per i Giornalisti di Tunisi (2019 <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>)

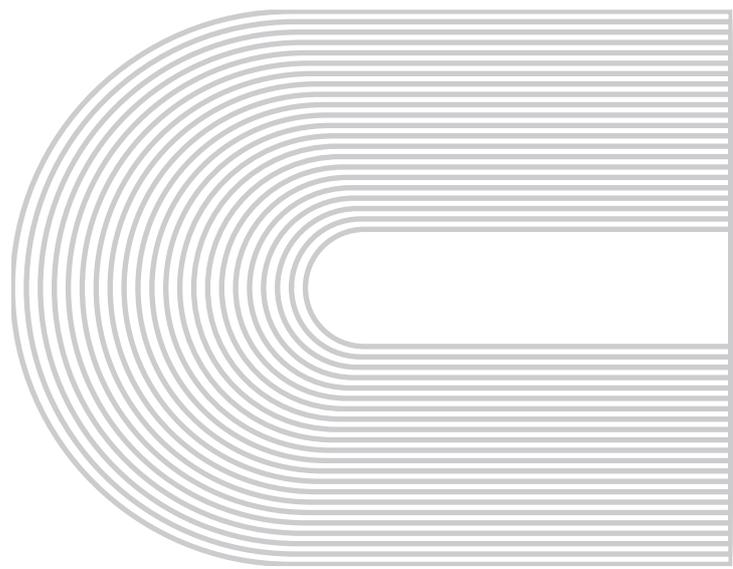
Il progetto AD&IJ è stato cofinanziato dall'Unione Europea attraverso il programma Erasmus+, Azione "Partenariato su scala ridotta per l'istruzione e la formazione professionale" (codice progetto: 2023-2-IT01-KA210-VET-000170763).

Le opinioni e i pareri espressi sono tuttavia solo degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea. Né l'Unione Europea né l'autorità erogante possono esserne ritenute responsabili.

Ulteriori informazioni sul progetto AD&IJ sono disponibili online all'indirizzo:
<https://diversityinjournalism.eu>.



Ringraziamenti



Ringraziamo tutte le persone che hanno reso possibile la stesura di queste Linee guida, in particolare tutte coloro che hanno partecipato agli eventi che si sono tenuti a Madrid il 30 settembre e a Milano il 18 ottobre, 2024. Il loro inestimabile contributo ha avuto un ruolo centrale nella condivisione di queste linee guida. In particolare, esprimiamo un ringraziamento speciale a (in ordine alfabetico): Adriana Gallegos, Alice Giusti, Anna Maria Ghezzi, Anna Maria Hurtado Lopo, Barbara Grassi, Beatriz Aparicio Vinacua, Beatriz de la Fuente Triana, Carla Ravelo Díaz, Cecilia Muzquiz, Claudio Arrigoni, Corinna De Cesare, Cristina Villella, Emanuela Griglié, Eva María Calle Garrido, Federico Castaño García-Donas, Federico Giuliano, Francesca Panzarin, Giorgia Moschini, Ilaria Maria Dondi, Jaime Barrionuevo Pineda, Karen Feier Ricci, Lara Lago, Maite Sevilla del Pozo, Marina Così, Martina Castigliani, María Teresa Gómez Roldán, Mayra Alejandra Margffoy Tuay, Mimma Caligaris, Miren Nekane Acha Martínez, Nuria Fernández Roma, Silvia Bombino, Veronica Costanza Ward, Violeta Molina Gallardo, Víctor Pérez Henríquez.

Il nostro riconoscimento va anche ai relatori e alle relatrici che hanno partecipato ai diversi workshop e a tutte le persone coinvolte nella stesura e traduzione di queste linee guida (in ordine alfabetico per nome): Agustín Yanel Núñez, Anna Pozzi, Cristina Moreno Moya, Dario Conti, Elena Chiaberge, Francesca Vecchioni, Gabe Silvan Nero, Gabriella Crafa, Isabel Valdés, Jesús Araque, Juanfran Velasco, Leila Belhadj Mohamed, Lucía Quiroga, Marc Cebrián Sánchez, Marina Cuollo, Mohamed Gerehou Gerewu, Monia Azzalini, Pamela Morinière, Paola Pedraza, Pasquale Quaranta, Rosa María Calaf, Sara Martín Olmo, Sonia Río Freije, Sonsoles Morales, Teresa Sanz, Verónica Paulete.

Un profondo ringraziamento va agli enti che hanno ospitato i nostri eventi a Madrid e a Milano: l'RTVE Istituto e la Rappresentanza della Commissione Europea in Italia (ufficio di Milano).

Da ultimo, vogliamo esprimere la nostra gratitudine a Atresmedia, Corresponsables, Federazione delle Associazioni dei Giornalisti di Spagna (FAPE), La Stampa, RTVE, Unione dei Giornalisti di Cipro, per il loro supporto al progetto.



ADVANCING
DIVERSITY & INCLUSION
IN JOURNALISM

