



IL LINGUAGGIO DELLA FINANZA

"Non siamo noi a parlare la lingua, ma è la lingua stessa che ci parla"

Alma Sabatini, Il sessismo nella lingua italiana, 1987

Dedichiamo questo numero di Femminile Plurale alle compagne della Fisac del Piemonte, che ringraziamo per l'invito a intervenire nel Convegno *Contro gli stereotipi di genere... usa la lingua!* organizzato a Torino il 26 novembre scorso, insieme alla Camera del Lavoro territoriale, in occasione della Giornata Internazionale contro la violenza sulle donne. Il Convegno, arricchito dagli interventi di esperte di diverse provenienze, si è svolto in un'aula del Campus universitario e ci ha dato l'occasione, singolare e stimolante insieme, di interloquire con un pubblico giovanile, che incontriamo di rado.

Abbiamo esordito con quest'indovinello. *Padre e figlio stanno andando ad una partita di calcio in auto, quando l'auto si ferma sui binari della ferrovia. Si sente il fischio di un treno in lontananza. Il padre prova a far ripartire l'auto, ma è preso dal panico, non riesce a girare la chiave e l'auto viene travolta dal treno. Un'ambulanza arriva sul luogo dell'incidente e carica padre e figlio. Mentre l'ambulanza si dirige verso l'ospedale, il padre muore. Il figlio invece arriva in gravi condizioni ed è necessario operarlo con urgenza. Quindi viene portato immediatamente nella sala operatoria. Entra il chirurgo, che si aspetta un intervento di routine, ma appena vede il ragazzo, sbianca in volto e mormora: "Non posso operare questo ragazzo... è mio figlio".*

Il ruolo di pregiudizi e stereotipi

Alla soglia del 2020 riusciamo a trovare la soluzione dell'enigma, eppure ancora oggi la risposta non è immediata. Perché?!...

Questa è la domanda che si è posto anche Douglas R. Hofstadter (esperto in scienze cognitive e intelligenza artificiale, *Premio Pulitzer e Book Award* nel 1980) quando agli inizi degli anni '70 si è imbattuto in questo indovinello, che mette in evidenza **il ruolo giocato da pregiudizi e stereotipi, altrimenti detti presupposti riduttivi, nella costruzione del pensiero.**

Nel nostro caso il pregiudizio è che il chirurgo sia un uomo, perché le esperienze vissute e l'abitudine ci portano a pensare che sia così, perché così è sempre stato. **I pregiudizi ci aiutano a orientarci** tra i miliardi di stimoli che riceviamo nella vita di tutti i giorni, in cui dobbiamo agire con rapidità e abbiamo bisogno di dare alcune cose per scontate. Tuttavia, **siccome sono automatici ed inconsapevoli, tendono a sfuggire al nostro controllo razionale e a cristallizzarsi nel tempo,** mentre la realtà cambia. Nel caso specifico, ad esempio, la probabilità che oggi sia una chirurga a operare è più alta del contrario (in Italia abbiamo 6 chirurghe contro 4 chirurghi sotto i 50 anni).

Quindi che il chirurgo sia di sesso maschile è uno stereotipo radicato nella nostra mente, che il linguaggio non ci ha aiutato a svelare, ma al contrario ha rafforzato. **Il linguaggio ci è utile per rappresentare la realtà e in questo caso non ha assolto in modo efficace alla sua funzione primaria, noi dobbiamo fare del nostro meglio per liberare il linguaggio da usi che possano indurre o rafforzare presupposti riduttivi nella nostra mente.** [...] *In precedenza si poteva scrivere un'intera storia senza rivelare una sola volta il sesso dei personaggi: ora l'intenzione di essere ambiguo è essa stessa ambigua.*

Da quest'ambiguità, complice degli stereotipi, si esce soltanto utilizzando il linguaggio di genere.

La neutralità del linguaggio è una pura illusione: il maschile rappresenta soltanto una parzialità, non è più l'unico soggetto attorno al quale ruota il mondo intero. Il linguaggio deve cambiare di conseguenza, se vuole mantenere la sua funzione di rappresentazione di una realtà in continua mutazione.

Il linguaggio non sessista

Nel 1986 Alma Sabatini, linguista, saggista e attivista femminista, pubblica le **Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana** con la finalità di proporre strutture (morfologiche e semantiche) che non siano portatrici di discriminazione di genere.

Noi guardiamo alla lingua come se fosse un mezzo oggettivo e neutro per trasmettere dei contenuti, ma non è così, avverte Alma Sabatini. Ci sembra di poterla controllare e manipolare a nostro uso e **non ci rendiamo conto di quanto sia la lingua a controllare noi e la nostra mente.**

Non siamo sempre noi a parlare la lingua, ma è la lingua stessa che ci parla. Le forme linguistiche portatrici di ideologie e pregiudizi contro le donne sono così profondamente radicate nel nostro sentire che difficilmente le riconosciamo.

E infatti usiamo spesso parole, espressioni, forme grammaticali, che sono in palese contraddizione con le nostre più profonde convinzioni. Perciò **dobbiamo prestare attenzione a quello che diciamo e controllare che sia coerente con quello che pensiamo e con il messaggio che intendiamo trasmettere.**

In contrapposizione al linguaggio proposto dai media e dai testi didattici, Alma Sabatini suggerisce alternative compatibili con il sistema della lingua italiana, che diano visibilità linguistica alle donne e pari valore linguistico ai termini femminili.

Le raccomandazioni per un uso non sessista della lingua in sintesi sono queste:

- evitare di utilizzare il maschile come se fosse neutro;
- evitare di utilizzare l'articolo con i cognomi femminili (peggio ancora soltanto il nome proprio);
- accordare il genere degli aggettivi con il genere dell'ultimo nome (o con il genere in

maggioranza);

- usare il femminile per indicare i titoli professionali nel caso di donne.

Sono poche regole semplici e chiare, eppure sono rimaste da allora inascoltate anche nella comunicazione istituzionale e nell'informazione curata dal servizio pubblico, che continua a dare una rappresentazione maschilista e maschiocentrica, invece di impegnarsi attivamente per il superamento di pregiudizi e stereotipi sessisti.

Un esempio tra tanti, la puntata di *Mezz'ora in più*, andata in onda alla vigilia della giornata internazionale contro la violenza sulle donne e curata da una giornalista del calibro di Lucia Annunziata, che chiede alla sua interlocutrice, la Ministra dell'interno Luciana Lamorgese: *Lei come vuole essere chiamata: ministra o ministro?* Una domanda che certo non si sognerebbe mai di rivolgere ad un ministro e conclude la terribile gag, ribadendo l'irrelevanza del tema proposto. Viene ragionevolmente da chiedersi: ma se l'argomento è davvero così irrilevante, perché non liquidarlo semplicemente



utilizzando da subito il termine al femminile, visto che si tratta di una donna a rivestire quel ruolo?!... e perché la stessa giornalista non ha rivolto la stessa domanda alle operaie ospiti della puntata del 12 novembre?...

Esattamente un anno fa nel nostro intervento al Congresso di Categoria, dal titolo **“La violenza è” abbiamo considerato le diverse forme in cui si articola la violenza contro le donne, come un continuum, che inizia dal linguaggio**. I gradi(ni) della violenza di genere hanno infatti diverse intensità, ma dobbiamo riconoscerne l'unica matrice culturale.

Il primo gradino della violenza è l'uso di un linguaggio sessista, che purtroppo è ancora molto diffuso, come anche il senso del ridicolo che suscita – tra uomini e donne – il declinare alcune parole al femminile, in particolare se indicano professioni di prestigio o di potere (ministra, magistrata, segretaria generale, ...).

Il linguaggio di genere in banca

Nel nostro settore l'occupazione femminile si attesta intorno al 46% (in particolare, il 45,9% di donne nel Rapporto ABI 2018 e il 46,7% per i dati ANIA 2018) e **per il futuro si prevede una continua femminilizzazione del settore**.

Nel giugno di quest'anno l'Associazione Bancaria Italiana ha promosso la *Carta Donne in Banca*, invitando tutte le imprese associate ad aderire, allo scopo di valorizzare la parità di trattamento e di opportunità tra i generi all'interno dell'organizzazione aziendale:

- promuovendo un ambiente di lavoro inclusivo;
- rafforzando modalità di selezione e sviluppo idonee a far emergere le candidature femminili qualificate, *nel caso in cui siano carenti*;
- diffondendo la piena ed effettiva partecipazione femminile con particolare riferimento alle posizioni più elevate;
- impegnandosi per la promozione della parità di genere, anche al di fuori della banca e a beneficio delle comunità di riferimento;
- realizzando iniziative per indirizzare e valorizzare le politiche aziendali verso la parità di genere.

Alla Carta hanno formalmente aderito finora 28 tra i maggiori istituti bancari, che comprendono complessivamente l'84% delle lavoratrici e dei lavoratori del credito.

Certo dobbiamo riconoscere che mettere nero su bianco questi principi costituisce una premessa importante per

lavorare sulle pari opportunità, tuttavia **questi principi come si traducono nella pratica?**

Ci siamo chieste, per esempio, se il linguaggio utilizzato negli istituti del credito per indicare i ruoli aziendali, riesca a dare la giusta visibilità alle colleghe bancarie o invece **la loro presenza viene nascosta in modo riduttivo e scontato dietro un linguaggio maschile?**

Da questo punto di vista è interessante osservare che **ABI sembra essersi posto il problema, cercando in qualche modo di aggirarlo**, utilizzando una formula neutra. Nella sua struttura organizzativa parla infatti di Direzioni e Servizi *affidati a ...* segue nome e cognome della persona incaricata. Però quando si va a consultare lo schema dell'organigramma, l'identità di genere è occultata dietro all'iniziale del nome proprio seguita dal cognome.

Per quanto riguarda le sue associate, invece, bisogna concedergli del tempo per tradurre i principi enunciati nella Carta in pratiche coerenti, oppure decidere di incalzarle, perché se ne scorriamo gli organigrammi il panorama che si presenta ai nostri occhi non è certo edificante.



Innanzitutto, **i ruoli di prestigio attribuiti alle donne sono davvero di una rarità sconcertante**. In secondo luogo, **le poche donne spariscono alla nostra vista dietro forme lessicali declinate esclusivamente e tradizionalmente al maschile** (Presidenti, Consiglieri, Direttori, Responsabili, Amministratori ecc.).

Se mancano le parole per connotare le figure professionali al femminile, tenderemo a

immaginarle sempre incarnate da uomini e le disegneremo con caratteristiche maschili. Non solo, in qualità di rappresentanti sindacali, costruiremo azioni di tutela tagliate su misura per i colleghi, a cui le lavoratrici cercheranno di adattarsi con fatica e disagio.

Un'altra differenza tra ABI e i maggiori istituti bancari, che non riguarda in particolare il genere, ma che può favorire o al contrario ostacolare la chiarezza di ruoli, compiti e prodotti dipende dall'**uso contenuto o spasmodico della lingua inglese**.

L'imbarbarimento della lingua italiana con il ricorso a parole straniere comporta rischi elevati in termini di chiarezza e trasparenza. Questo l'allarme lanciato dal Presidente dell'ABI nel corso del Convegno *Il linguaggio dell'economia. L'italiano delle banche e della finanza*, che si è svolto nel 2015 nella Sede dell'Accademia della Crusca a Firenze, per riflettere sull'evoluzione della lingua e sugli stili di comunicazione utilizzati dalle banche per promuovere i propri prodotti.

L'educazione finanziaria

Nel campo dell'educazione finanziaria l'Italia è in una posizione molto arretrata; figura infatti negli ultimi posti della classifica dei paesi industrializzati, secondo l'indagine PISA, il Programma Internazionale per la Valutazione degli Studenti, messo a punto dall'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione Sviluppo Economico) nel 2015.

Quello che più preoccupa è la rilevante **differenza di genere nelle competenze finanziarie**: il nostro è l'unico Paese (e questa è l'unica materia) in cui gli studenti ottengono punteggi migliori delle studentesse. Uno scarto che si rafforza nell'età adulta: il 45% degli uomini sono alfabetizzati contro il 30% delle donne. Eppure, non emergono differenze significative tra bambini e bambine.

Ma allora **da dove hanno origine queste differenze, che emergono durante l'adolescenza?** Diversi sono i fattori correlati a questo scarto di competenze finanziarie:

- **Il valore attribuito al denaro dipende dal genere;** per i ragazzi è simbolo di potere, prestigio, rispetto, successo ecc. per le ragazze il denaro è associato a invidia, cupidigia, egoismo ecc.;
- **L'abitudine a gestire il denaro dipende dal genere;** i ragazzi tra i 14 e i 17 anni che ricevono dai genitori la paghetta sono il 53%, contro soltanto il 42% di ragazze, che ricevono una paghetta in media più leggera; inoltre per le ragazze si tratta più spesso (il 36% vs il 27%) di un premio (oppure un regalo) in denaro. Quindi i ragazzi cominciano prima a gestire il denaro con continuità e anche a utilizzare i pagamenti elettronici, per un uso maggiore di videogiochi e app);
- **Il percorso di studi mostra in Italia indici rilevanti di segregazione di genere;** le studentesse sono indirizzate e accedono raramente alle STEM (*Science, Technology, Engineering, Mathematics*) comprese le discipline economiche.
- **Le aspettative di genitori e insegnanti sono diverse rispetto al genere** e giocano un ruolo significativo nella costruzione dell'identità personale e sociale.



Tutti questi stereotipi, radicati profondamente nella nostra cultura, finiscono per tenere le donne nell'ignoranza degli strumenti finanziari, mentre gli uomini vi si accostano prima e con minori difficoltà.

Secondo l'ultimo rapporto CONSOB sulle scelte di investimento delle famiglie italiane, in linea con le rilevazioni

precedenti, circa i **¾ dei decisori finanziari sono uomini**, anche se nel 60% dei casi dichiarano di condividere le scelte economiche finanziarie con il proprio partner.

Nel 2017 il Governo Gentiloni ha istituito il Comitato per l'Educazione Finanziaria, diretto dall'economista Annamaria Lusardi, con il compito di elaborare e attuare una strategia nazionale per l'educazione finanziaria, che possa coinvolgere tutte le cittadine e i cittadini italiani.

In particolare, **si è sviluppata una nuova consapevolezza dell'importanza che le donne accedano all'educazione finanziaria**, considerato che la crisi economica le ha duramente colpite, esponendole a maggiori rischi di povertà (in particolare nel caso di madri single, donne divorziate, vedove e anziane); considerato che le donne hanno un'aspettativa di vita più lunga; considerato che continuano a ricevere salari e pensioni minori rispetto agli uomini, peraltro ulteriormente ridotte per le sospensioni dell'attività lavorativa a favore delle attività di cura. Infine, è necessario considerare che il grado di autonomia economica e finanziaria è correlato al rischio di subire violenza economica e soprattutto alla possibilità di intraprendere dei percorsi di fuoriuscita dalla violenza familiare.

Il Comitato per Educazione Finanziaria ha realizzato un sito per promuovere una cultura finanziaria di base www.quellocheconta.it, in cui è stata pubblicata anche una guida, realizzata in collaborazione con Donna Moderna, rivista con un target quasi esclusivamente femminile, utilizzata per darne un'ampia diffusione.

L'obiettivo di questo speciale sembra duplice: non soltanto si cerca di **fornire un'informazione sui termini finanziari di base e sulle regole per gestire i risparmi**, ma anche di **modificare i comportamenti, cercando di dare alle lettrici le ragioni e la forza di superare certi stereotipi**.

Donne e Finanza non sono un binomio impossibile, dichiarano le autrici, che cercano di infondere fiducia alle donne sulle proprie capacità di gestire il denaro, **sia con il supporto di dati statistici** (le donne rispettano i budget fissati al 60% contro il 40% degli uomini), **che proponendo dei modelli positivi**, come Christine Lagarde, la Presidente del Fondo Mondiale Internazionale, o la stessa Annamaria Lusardi, esperta di economia e Direttrice del Comitato per l'alfabetizzazione finanziaria.

Ma che ruolo gioca il linguaggio finanziario in questo processo di alfabetizzazione?

Nel sito non abbiamo trovato approfondimenti al tema del linguaggio finanziario, né riferimenti espliciti al linguaggio di genere, tuttavia colpisce in particolare il titolo introduttivo al

contenuto della Guida *“Imparare l’ABC della finanza ci aiuta a essere felici”*, un titolo evidentemente adatto ad un pubblico femminile e piuttosto insolito per una guida finanziaria.

Un approccio interdisciplinare, che intreccia competenze linguistiche, finanziarie e di psicologia sociale, ha indagato la comunicazione finanziaria, scoprendo che il linguaggio utilizzato non è affatto neutrale.

Nella lingua inglese come in quella italiana le parole e le metafore usate nella comunicazione finanziaria appartengono a domini comunicativi familiari agli uomini, ma estranei alle donne, che quindi non si riconoscono.

La comunicazione finanziaria usa infatti molto spesso termini tratti da attività fisiche (come salire e scendere, oscillazioni-fluttuazioni, impennate ecc.), da guerre e conflitti (centrare-mancare, azione-reazione, crollo, scoppio della bolla speculativa) e dal gioco (correre rischi, giocare in borsa), che non appartengono alle donne. Altri termini utilizzati nel linguaggio finanziario sono invece legati al mondo della salute (male e bene, nervoso-tranquillo, fibrillazione), l’unico tra quelli citati che non sia caratterizzato rispetto al genere e in cui possono riconoscersi indifferentemente sia gli uomini che le donne.

L’uso di questo linguaggio in prevalenza machista contribuisce al senso di estraneità che le donne in generale provano verso il mondo finanziario e finisce per amplificare quella sensazione di distanza e di estraneità rispetto alla gestione del risparmio già costruita a livello culturale a partire dall’adolescenza.

A questo punto, in conclusione, possiamo ragionevolmente dire che per evitare la violenza contro le donne, bisogna rispettarle, evitando di rinchiuderle negli stereotipi, e perciò

dobbiamo utilizzare **un linguaggio in grado di parlare delle donne**, nominandole e riconoscendone la loro femminilità, ma poi dobbiamo anche impegnarci a trovare **un linguaggio in grado di parlare alle donne**.

Questi obiettivi dobbiamo perseguirli in primo luogo noi donne impegnate nel sindacato all’interno della nostra organizzazione e poi dobbiamo riuscire a coinvolgere le parti datoriali nello stesso percorso virtuoso, che dia alle donne pari dignità sul lavoro, **partendo dalle parole fino ad arrivare ai fatti**.

Come Esecutivo Donne Fisac adottiamo da subito le **Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana** e ci impegniamo a sensibilizzare l’intera categoria.

È necessario infatti **un lavoro di ricostruzione profonda del linguaggio**, per liberarlo da stereotipi consolidati, che condizionano tutti e tutte, nessuna esclusa anche tra noi. A questo proposito invitiamo tutte le nostre Segretarie ad **adottare la desinenza femminile per indicare il proprio ruolo nell’organizzazione**, perché i termini *Segretario* e *Segretaria* acquisiscano nell’uso comune la stessa dignità.

Per superare la cultura sessista, non importa stabilire se contano di più le parole che i fatti, **quello che conta davvero è la coerenza dell’insieme**, affrontare la questione da tutti i punti di vista e senza sconti servirà a misurare la nostra determinazione a raggiungere la parità di genere.

