



Comune  
di Medicina

# LINEE GUIDA

DI

# COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

DEL COMUNE DI MEDICINA

Febbraio 2024

# Introduzione

Le linee guida sulla comunicazione istituzionale dell'ente costituiscono documento e strumento strategico con il principale compito di guidare le attività di comunicazione istituzionale, raggiungere gli obiettivi prefissati, attivare i canali e misurare i risultati.

Guida metodologica per il coordinamento delle sempre più numerose e trasversali attività di comunicazione rivolte alla cittadinanza, aziende, associazioni, personale dipendente con cui il Comune interagisce, sia se coinvolti in maniera diretta o indiretta nelle attività di comunicazione.

Particolare attenzione sarà data alla comunicazione, interna ed esterna, quale strumento per promuovere un linguaggio rispettoso delle differenze. Tema importante per ogni amministrazione che vuole assicurare parità di trattamento e fornire strumenti, anche linguistici, per non escludere nessuna persona, cittadine e cittadini e tutti coloro che lavorano per l'organizzazione.

La lingua è una materia viva, in continua evoluzione, da trattare con rispetto e che va vissuta, parlata e ascoltata.

L'obiettivo del documento è quindi quello di promuovere l'uso di un linguaggio al passo con le evoluzioni linguistico-comunicative.

Il documento si propone di essere una leva verso l'innovazione dell'organizzazione, in termini di efficienza ed efficacia e di migliorare il dialogo e le relazioni fino ad arrivare ad una Amministrazione al servizio di tutte e tutti.

# 1. Obiettivi, rete e attività di comunicazione

Sulla base degli obiettivi contenuti nel programma di mandato e declinati nel PIAO<sup>1</sup>, il Comune di Medicina ha deciso di adottare le linee guida per realizzare il suo progetto di comunicazione dotandosi di uno strumento strategico che possa guidare gli uffici verso i risultati attesi.

**Obiettivo** del documento è contribuire alla definizione di un'immagine credibile e autorevole del Comune attraverso:

- l'utilizzo di un **linguaggio chiaro** e comprensibile sia nella comunicazione interna che esterna;
- il rafforzamento della **riconoscibilità grafica** di tutti gli strumenti informativi e di comunicazione;
- la cura e la proposta di una **informazione vicina** e raggiungibile che garantisca la piena accessibilità dei servizi proposti e la gestione puntuale dei processi di risposta alle segnalazioni.

Le presenti linee guida potranno subire integrazioni o variazioni a seguito di mutate esigenze dell'Ente.

## 1.1 Schema organizzativo delle strutture del comune di Medicina che operano nel campo della comunicazione

Il Comune di Medicina ha recepito le indicazioni della legge n. 150 del 7 giugno 2000, "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", istituendo parzialmente le strutture previste:

Gli Uffici previsti dalla 150/2000 sono:

---

<sup>1</sup> [1](#) Il PIAO, Piano integrato di attività e organizzazione, è stato introdotto all'articolo 6 del decreto legge n. 80/2021, "Misure urgenti per il rafforzamento della capacità amministrativa delle pubbliche amministrazioni funzionale all'attuazione del Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) e per l'efficienza della giustizia.

- **Ufficio stampa e portavoce** ai quali è affidata l'attività di informazione verso i media (si differenziano per il carattere istituzionale dell'attività d'informazione del primo mentre al secondo è attribuita quella politico-istituzionale)
- **Ufficio relazioni con il pubblico** a cui è affidata l'attività di comunicazione istituzionale ai fini di garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione della cittadinanza

L'ufficio stampa e il portavoce al momento non sono istituiti.

**L'ufficio relazioni con il pubblico (di seguito Urp)** è inserito strutturalmente nel Settore risorse e servizi per la comunità ed è organizzato in un front office, back office e redazione web.

L'Urp:

- svolge un ruolo informativo ad ampio raggio sulle attività dell'Amministrazione;
- redige la rassegna stampa quotidiana "Intorno a Noi";
- fornisce consulenza nell'attività di comunicazione per gli altri uffici;
- garantisce l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione di cui alla legge n. 241/90 e successive modificazioni, attraverso l'accesso civico;
- agevola l'utilizzazione dei servizi offerti alla cittadinanza mediante attività di sportello e rilascio di apposita modulistica;
- verifica la qualità dei servizi e di gradimento degli stessi, con l'ascolto, la gestione dei suggerimenti e dei reclami e la somministrazione di questionari di gradimento;
- garantisce il raccordo con altri uffici dell'amministrazione, nonché tra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni;
- segnala i disservizi e/o le proposte di semplificazione delle procedure emerse dall'interazione con il pubblico;
- si occupa della progettazione e gestione del sito istituzionale, implementando e sviluppando nuovi canali di comunicazione digitale;
- verifica l'accessibilità delle pagine web in conformità alle linee guida dell'Agenda per l'Italia Digitale (Agid);
- redige annualmente la dichiarazione di accessibilità.

La rete di comunicazione oltre a comprendere le strutture previste dalla 150/2000, è costituita da tutto il personale dipendente che partecipa ai processi comunicativi durante l'attività lavorativa quotidiana.

## 2. Immagine coordinata dell'ente

Nella comunicazione istituzionale, la riconoscibilità dell'Amministrazione è un fattore essenziale per l'efficacia del messaggio. L'ente che comunica deve essere riconoscibile già dal primo impatto visivo.

Utilizzare ogni volta un marchio (stemma) diverso, anche se leggermente variato, significa restituire all'esterno un'immagine disomogenea.

Da qui nasce la necessità di salvaguardare l'identità visiva regolamentando l'uso dello stemma istituzionale.

In questo documento sono richiamate Linee guida d'utilizzo del sistema di identità del Comune di Medicina approvate con deliberazione di Giunta comunale n.210 del 19/12/2023, che stabiliscono le norme fondamentali e le istruzioni per un uso corretto.

In particolare il documento definisce gli elementi di base dello stemma (palette colori, emblema e logotipo, posizionamento nei prodotti di comunicazione, affiancamento ad altri marchi istituzionali). Sono inoltre contenute le regole di utilizzo del marchio dell'area cultura "Medicinacultura".

Le regole di base contenute nel documento devono essere rispettate senza possibilità di alterazioni da chi (uffici interni, professionisti esterni, associazioni, enti, ecc.) realizza materiale promozionale in cui è presente lo stemma del Comune.

A tal fine ogni bozza dei prodotti di comunicazione, sia online che offline, deve essere inviata (prima della diffusione all'esterno e almeno un giorno lavorativo prima) all'ufficio comunicazione per la verifica.

Nel caso di errata applicazione dello stemma, l'ufficio comunicazione corregge il materiale (proveniente dall'interno) o segnala le modifiche per quello esterno (es. materiale promozionale eventi patrocinati).

Per questi ultimi, in caso di inosservanza delle regole tecniche contenute nel documento, non è garantita la promozione tramite i canali di comunicazione istituzionali (sito, social network, bacheche) e l'Amministrazione si riserva di escludere i richiedenti da concessione di futuri patrocini.

### 3. Scrivere per una comunicazione efficace

Ci sono tre buoni motivi per scrivere in modo chiaro: rendere la collaborazione più efficace, ridurre la corrispondenza inutile, instaurare un clima costruttivo.

Non si può scrivere un testo chiaro se non si hanno le idee chiare. Chiediti subito: **chi leggerà il documento?**

I documenti del Comune di Medicina sono destinati essenzialmente a due gruppi:


- il personale dipendente interno
- il pubblico esterno, di gran lunga il gruppo più numeroso (cittadinanza, imprese e istituzioni)

Passa poi alla seconda domanda: **quali sono le informazioni essenziali?**

Rispondi alle sette domande: COSA? Il messaggio essenziale CHI? Le persone interessate QUANDO? Giorni, ore, tempi, scadenze DOVE? Luoghi COME? Circostanze, spiegazioni PERCHÉ? Cause e/o obiettivo QUANTO? Dati calcolabili e misurabili.

Questo sistema vale per tutti i testi anche per quelli amministrativi o interni: comunicati, post social, note di servizio, rapporti, lettere, istruzioni per l'uso ecc.

**Mettiti nei panni di chi legge il documento o l'email**, evita uno stile troppo impersonale:

	
poichè	in considerazione del fatto che
alcuni, qualche	un certo numero di
entro	entro e non oltre
lo scopo è ottenere	lo scopo è quello di ottenere
se	nell'eventualità che
in tal caso	nell'ipotesi che ciò si verifichi
dopo il	successivamente alla data del
per	al fine di

Un messaggio chiaro è fatto di parole concrete ed esplicite. Per trovare un'alternativa più concreta è utile consultare la funzione "Sinonimi" di Word.

Ad esempio il verbo **individuare** può essere sostituito da un verbo meno vago:

**Individuare** una soluzione / **Trovare** una soluzione

**Individuare** i motivi / **Scoprire** i motivi

**Individuare** il significato/ **Stabilire** il significato

L'applicazione di queste regole all'inizio richiede un allenamento che con il tempo rende automatico trovare la soluzione linguistica adatta al contesto.

### 3.1 L'accordo e il genere grammaticale

Per accordo grammaticale si intende l'insieme di norme che regolano la connessione tra le parti variabili del discorso (articolo, nome, aggettivo, pronome, verbo) quando sono sintatticamente collegate tra di loro.

La concordanza può riguardare:

- il genere (maschile / femminile)
- il numero (singolare / plurale)
- la persona (1a, 2a, 3a singolare e 1a, 2a, 3a plurale)

Un esempio sono l'articolo e l'aggettivo che devono concordare in genere e numero con il nome a cui si riferiscono e il verbo che deve concordare nella persona con il soggetto.

La grammatica italiana si distingue in due generi grammaticali: il maschile e il femminile.

**Scultore** (maschile) - **scultrice** (femminile)

**Gatto** (maschile) - **gatta** (femminile)

Per gli oggetti non animati, il genere grammaticale è dovuto a una convenzione linguistica:

**Vertice, cappotto, ricordo** (maschile)

**Poltrona, fiaba, maglietta** (femminile)

Le regole dell'italiano dividono i sostantivi riguardanti animali ed esseri umani in quattro classi, a seconda della relazione tra maschile e femminile di quel determinato termine.

Esistono quindi nomi di:

#### • **GENERE FISSO:**

maschile e femminile non hanno radici comuni e quindi sono completamente diversi: es. **fratello/sorella, marito/moglie.**



- **GENERE COMUNE:**

i termini sono ambigenere, basta cambiare l'articolo per definire ciascun genere:  
es. **il/la pediatra, il/la preside, il/la docente;**

- **GENERE PROMISCUO:**

si tratta di un gruppo di parole ristretto e la definizione si riferisce a nomi di animali che hanno un'unica forma, **come tasso/tigre** e il genere opposto si forma aggiungendo un descrittore, come il **tasso femmina/il maschio della tigre.**

In questa categoria troviamo anche i termini riferiti a esseri umani che hanno generalmente un'unica forma grammaticamente non ambigenere, come **vittima/pedone**, e anche i sostantivi che sono femminili anche se riferiti tradizionalmente a soggetti maschili **la guardia, la vedetta, la spia.**

- **GENERE NOBILE:**

sono gli unici nomi che si declinano in base alle regole morfologiche previste dalle regole di lingua italiana come **direttore/direttrice, ministro/ministra, sindaco/sindaca, infermiere/infermiera, cuoco/cuoca, sarto/sarta.**

In caso di dubbi, verifica la forma più corretta e più usata in un dizionario sufficientemente aggiornato.

### 3.2 Linguaggio inclusivo e non discriminatorio

L'obiettivo del Comune di Medicina è promuovere un linguaggio inclusivo, paritario e rispettoso delle differenze.

Ciò risponde a un'esigenza di inclusività, di innovazione linguistica e di semplificazione, nel tentativo di contrastare gli approcci burocratici e rigidi ancora presenti nella comunicazione e nei testi amministrativi delle istituzioni.

Scrivere per un pubblico ampio richiede un linguaggio ampio, che non escluda le persone.

Per tale ragione occorre prestare attenzione all'utilizzo:

- di sole forme maschili cd. "neutre" o "sovraestese" che escludono le persone di altro genere;
- di forme complesse e involute (cd. burocratese) che lasciano indietro persone con bassa scolarizzazione o di lingua nativa non italiana;
- di forme, caratteri, struttura del testo che possono diventare discriminatorie nei confronti di persone neurodivergenti;
- di termini e formule inappropriate che possono diventare offensive e alimentare stereotipi nei confronti di persone con disabilità.

La lingua italiana, ci aiuta con varie **strategie comunicative**, a rispettare le differenze.

Ad esempio la **strategia della neutralità e ambigenere** che prevede l'utilizzo di parole ed espressioni prive di riferimenti al genere come ad esempio i nomi collettivi neutri in riferimento al ruolo o alla professione:



Oppure, quando facciamo riferimento a più persone, uomini e donne (dei quali non viene specificata l'identità), possiamo utilizzare la **strategia dello "sdoppiamento"**:



**i dottorandi e le dottorande che vogliono presentare un progetto di ricerca (...)**

**studentesse e studenti sono tenuti a presentare il piano di studio prima di sostenere le prove di accertamento (...)**

**i futuri studenti e studentesse (..)**

In riferimento all'ordine da preferire, il femminile-maschile rende più facile l'accordo al maschile con aggettivi e participi che seguono.

Infatti, per non compromettere la leggibilità del testo, è meglio mantenere al maschile l'accordo di aggettivi e participi.

L'ordine maschile-femminile va meglio quando i nomi sono preceduti da un aggettivo, che mantiene l'accordo al maschile.

La lingua italiana offre anche soluzioni alternative dal punto di vista sintattico che ci permettono di creare testi inclusivi e rispettosi.

Ad esempio, nel web, possiamo sempre utilizzare la **strategia della seconda persona singolare** (dare del "tu") con l'obiettivo di "nascondere" il genere e rendere accessibili i testi a persone appartenenti a un ceppo linguistico in cui non esiste la terza persona:



Il Comune di Medicina ha scelto di usare un tono di voce informale con l'uso del "tu" nelle schede di servizio del sito istituzionale.

L'obiettivo è ridurre le distanze tra amministrazione e utenti attraverso un lavoro di semplificazione del linguaggio.

### **Alcuni esempi:**

Per i lettori appassionati di gialli

Per chi legge gialli con passione

Sei pronto per pubblicare?

Tutto pronto per la pubblicazione?

Riceverai gli aggiornamenti all'indirizzo email con il quale ti sei iscritto

Riceverai gli aggiornamenti all'indirizzo email che ci hai dato all'iscrizione

Probabilmente se sei arrivato a leggere fin qui sarai curioso di sapere

A questo punto, avrai la curiosità di sapere

Come ti sei sentito quando hai capito di avercela fatta?

Cosa hai provato quando hai capito di avercela fatta?

Quando ti senti stanco, spesso non c'è niente di meglio di una bella corsa

Quando ti coglie la stanchezza, spesso non c'è niente di meglio di una bella corsa

### 3.2 Titoli professionali e cariche pubbliche

Come detto al sottocapitolo 3.2 la lingua italiana prevede due generi grammaticali: il maschile e il femminile.

La distinzione dovrebbe essere ben chiara a tutte le persone di lingua italiana che hanno studiato le nozioni base di grammatica.

Non si dice **"Il maestro Valentina"** o **"La maestra Riccardo"**

Non si dice **"Il ministro Valentina Rossi"** o **"La ministra Riccardo Rossi"**

Nonostante questo, ancora oggi ci sono molte resistenze nell'applicare questa regola grammaticale quando si tratta di titoli professionali associati a donne.

Inoltre, è ancora normale, soprattutto nel linguaggio burocratico-amministrativo, utilizzare il maschile per rivolgersi a un gruppo di persone di cui non si conosce l'identità di genere.

Questo maschile non è "neutro" né "inclusivo", ma "sovraesteso", usato solo per tradizione.

Il Comune di Medicina, a partire dalle regole della lingua italiana, si impegna a promuovere l'uso corretto dei titoli professionali al femminile se riferiti a una donna.

### 3.3 Uso delle immagini

Quando nella comunicazione scritta si usano le immagini, occorre fare attenzione a non scegliere immagini che possano creare scenari stereotipati.

In particolare occorre prestare attenzione a:

- non associare immagini di donne, esclusivamente a contenuti sul lavoro di cura o domestico;
- non associare esclusivamente immagini di uomini a contenuti relativi alla vita professionale, allo sport, alla sfera pubblica;
- non associare esclusivamente immagini di persone di specifica etnia a contenuti su lavoro manuale;
- dare visibilità a persone di varie età, etnie, genere, abilità motoria impegnate in diversi contesti sociali, domestici o lavorativi.

## 4. Scrivere con consapevolezza: lista delle cose da fare

In questo capitolo puoi trovare ancora qualche consiglio semplice e breve da mettere in pratica per scrivere in modo chiaro ed efficace:

- usa periodi brevi. Una frase non dovrebbe superare le 25 parole;
- nella frase il verbo e il soggetto devono essere vicini;
- limita il più possibile gli incisi, virgole e parentesi. Ogni volta che c'è una parentesi la lettura si interrompe. Un testo fluido limita l'uso delle parentesi e delle virgole lasciando queste informazioni preferibilmente alla fine, quando le cose essenziali sono state lette;
- inizia sempre con le informazioni principali. Le frasi più importanti di un testo sono quelle iniziali e quelle finali;
- tra chiarezza ed eleganza, privilegia la chiarezza;
- evita gli acronimi e il lessico specialistico;
- usa la forma attiva, limita quella passiva. La forma passiva nasconde il soggetto, complica il periodo e richiede più parole;
- limita le congiunzioni e gli avverbi;

- usa il maiuscolo con parsimonia. È obbligatorio per tutti i nomi propri, di persona, di luogo, di ente. Nei nomi di enti, organi e organismi istituzionali composti da più parole, di regola solo l'iniziale della prima parola si scrive in maiuscolo, es. Consiglio comunale, Ufficio di presidenza, Camera dei deputati.

Gli acronimi hanno in maiuscolo solo la prima lettera e le lettere seguenti non sono separate dal punto, es. Unicef, Confindustria, Consip, Miur. Fanno eccezione gli acronimi composti da due sole lettere che si scrivono entrambe in maiuscolo (es. UE); Quando l'acronimo viene sciolto, si scrive in maiuscolo solo il primo nome della serie (es. Unione europea). Quando in un testo usi un acronimo, la prima volta scrivi per intero l'espressione da cui deriva, facendola seguire dall'acronimo fra parentesi tonde.

Hanno l'iniziale minuscola:

- i nomi di religioni, movimenti, ideologie, es. cristianesimo, buddismo, marxismo, proibizionismo;
- i nomi e aggettivi geografici che indicano l'appartenenza geografica, culturale o politica di un territorio e che non fanno parte del nome ufficiale, es. America latina, Italia meridionale;
- i nomi dei mesi e dei giorni della settimana;
- i termini via, piazza, corso, viale;
- le denominazioni geografiche quando non fanno parte integrante del nome proprio, es. fiume Po, Fiume Giallo.

Le regole di base contenute nel presente manuale sono lo strumento per rendere la comunicazione, diffusa nelle ordinarie attività del personale amministrativo e nelle comunicazioni verso l'esterno, efficace, immediata e trasparente nei testi scritti.

A tal fine l'ufficio comunicazione sarà a disposizione per la verifica della coerenza dei testi rispetto agli obiettivi delle presenti linee guida.

I testi veicolati sui canali istituzionali saranno oggetto di verifica/revisione preliminare da parte dell'ufficio comunicazione anche se non gestiti direttamente

dallo stesso, con l'obiettivo di renderli omogenei anche se provenienti da uffici diversi.

Sarà cura dell'ufficio comunicazione redigere un report periodico sulla corretta applicazione delle regole di comunicazione scritta.

## Bibliografia

Carrada L., *Struttura e sintassi, Chiare e trascinanti come l'acqua che scorre*, Bologna, Zanichelli, 2017

Carrada L., *Guida di stile, Scrivere e riscrivere con consapevolezza*, Bologna, Zanichelli, 2017

Rovinetti A., *Professione: comunicatore pubblico*, Fano, Aras Edizioni, 2014

Sabatini A., *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*, 1987

Serianni L., *Prima lezione di grammatica*, Laterza, 2006

Gheno V., *Femminili singolari. Il femminismo è nelle parole*, Effequ, 2019

Capecchi S., *Identità di genere e media*, Carocci, 2011.

Robustelli C., *Donne, grammatica e media. Suggerimenti per l'uso dell'italiano*, GiULiA, 2014. C.

Robustelli C., *Linee guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo. Progetto Genere e Linguaggio. Parole e immagini della Comunicazione*, Progetto Accademia della Crusca e Comune di Firenze, 2012.

Comune di Bologna, *Parole che fanno la differenza, Scrivere e comunicare rispettando le differenze di genere*, 2023

Agenzia delle entrate, *Linee guida per l'uso di un linguaggio rispettoso delle differenze di genere*, 2020



Agenzia per l'Italia Digitale (Agid), Guida al linguaggio della Pubblica Amministrazione, giugno 2022

Alma Mater - Università di Bologna, Linee guida per la visibilità del genere nella comunicazione istituzionale dell'Università di Bologna, Bologna, 2020

MIUR, Linee Guida per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo del MIUR, 2018

Provincia autonoma di Bolzano, Linguaggio di genere nel web

Protocollo metropolitano sulla comunicazione di genere e sul linguaggio non discriminatorio, Bologna, 2019

Documento della Commissione europea "Scrivere chiaro", Lussemburgo, 2015

Direttiva sulla semplificazione del linguaggio dei testi amministrativi del Dipartimento della funzione pubblica, 8 maggio 2002

**DOCUMENTO REALIZZATO DALL'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO E  
COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE.**

**PER QUALSIASI DUBBIO O RICHIESTA PARTICOLARE SUI CONTENUTI  
ESPOSTI SCRIVI UNA EMAIL A: [comunicazione@comune.medicina.bo.it](mailto:comunicazione@comune.medicina.bo.it)**



Comune  
di Medicina

[comune.medicina.bo.it](http://comune.medicina.bo.it)