

CHIARA GHIRARDELLI

# PLURALI



NARRARE LE IDENTITÀ E LE ESPRESSIONI DI GENERE ATTRAVERSO LA VISUALIZZAZIONE DATI



# PLURALI

## DAI FORMA ALLA COMPLESSITÀ

NARRARE LE IDENTITÀ E LE ESPRESSIONI DI GENERE  
ATTRAVERSO LA VISUALIZZAZIONE DATI



**POLITECNICO DI TORINO**  
Corso di Laurea Triennale in  
Design e comunicazione visiva  
A.a. 2021/2022  
Sessione di Laurea luglio 2022

Candidata: Ghirardelli Chiara  
Relatrice: Remondino Chiara Lorenza

# Indice

## **01** Introduzione 006

Obiettivi  
Note per le lettrici

## **02** Genere nella storia 014

Modello sessuale unico  
Gerarchia naturale  
Diritti "universali"  
Eccezioni  
Movimenti per il cambiamento

## **03** Genere nel mondo 030

Mappatura  
Two spirits  
Hajra  
Sistergirl e Brotherboys

## **04** Il genere oggi in Occidente 042

Studi di genere  
I protagonisti  
Gli ostacoli  
Conclusioni

## **05** Il ruolo del design 060

Evoluzione  
Casi studio  
Analisi casi studio

**06** **Personas** **088**

Analisi personas

**07** **Concept** **114**

Concept  
Linee guida

**08** **Questionario** **122**

Progettazione  
Analisi risultati

**09** **Progetto Plurali** **150**

Piattaforma web  
Strategia  
  
Applicativi  
Brand manual  
Evoluzioni

**10** **Bibliografia** **208**

# INTRODUZIONE

# Obiettivi

Le teorie e le nozioni attorno al concetto di genere, che sono storicamente considerate la norma in Occidente, oggi sono messe in discussione da una realtà che si avvicina all'identità individuale con maggiori possibilità e fluidità. L'indagine nasce dalla necessità di rispondere ai bisogni emersi da questa evoluzione con gli strumenti offerti dal design.

La necessità è di districare i legami tradizionali tra genere assegnato alla nascita, identità, espressioni e ruoli di genere, evitando di perpetuare un'idea ristretta di ciò che è considerato "naturale". I preconcetti di genere tradizionali sono iscritti e influenzano tutti gli ambiti della nostra vita e il mondo del design non ne è esente. Dalla propagazione degli stereotipi nel marketing e nella pubblicità, alla forma e il linguaggio stessi della progettazione, la contemporaneità richiede un allontanamento dalla generalizzazione dei codici binari dogmatici, verso una maggiore libertà.

## Progetto Plurali

Plurali si inserisce in questa innovazione.

Nasce per colmare il problema della mancanza di dati aggiornati in Italia sulla tematica e dal desiderio di restituire la pluralità di un ampio ventaglio di vissuti, tramite l'esplorazione degli strumenti della visualizzazione dati. Il progetto si rivolge in primo luogo a persone che nella loro quotidianità sfidano i limiti del binarismo, offrendo uno spazio sicuro per l'espressione, dove trovare rappresentazione, visibilità e comunità. In secondo luogo offre testimonianze e informazioni sulla pluralità e il bisogno di cambiamento, fondamentali per chiunque si avvicina alla tematica, anche partendo da diversi livelli di approfondimento personale dell'argomento.

## La componente digitale

Il cuore del progetto è la piattaforma online che si concentra sulla raccolta di dati sulle diverse sfumature individuali e uniche dell'esperienza di genere e la loro rappresentazione. L'obiettivo è far emergere un universo di svariate esperienze e offrire la possibilità a ciascun utente di farne parte, indagarlo e metabolizzarlo. Ognuno è chiamato a dare forma a questo spazio attraverso la condivisione della propria realtà. La strategia che ruota attorno al sito web desidera incentivare la conversazione e la condivisione. Il progetto diventa infatti particolarmente significativo soprattutto nel momento in cui si ottiene una risposta molto ampia e variegata, che possa rappresentare efficacemente la realtà in evoluzione. La presenza online sui social di Plurali diventa per questo aspetto fondamentale, integrando una forte componente di dialogo e community.

# Note per le lettorⓉ

Al fine di aiutare a comprendere meglio determinate scelte terminologiche o stilistiche fatte, questa sezione contiene alcune note con lo scopo di permettere di seguire con più chiarezza lo sviluppo della tesi. La motivazione di queste scelte viene fornita nel testo. La mia speranza è che le lettorⓉ mantengano una mente aperta alle nozioni presentate in questo capitolo e ulteriormente discusse nei prossimi.

## La terminologia specifica

Trovo importante e utile come premessa descrivere esplicitamente cosa verrà inteso nella dissertazione con i termini “identità di genere”, “genere” e “espressione di genere”, in modo che si possano comprendere meglio le argomentazioni e le affermazioni fatte in seguito all’interno della tesi. La definizione di “identità di genere” a cui faccio riferimento si basa sulle teorie presentate da Bornstein [1] e Stryker [2].

In particolare all’interno di questo studio l’identità di genere è intesa con la seguente definizione: un senso interiore di sé, l’esperienza soggettiva, intima e profonda del percepire e sentire se stessi. Il termine “genere” invece verrà utilizzato per riferirsi alla sfera psicologico-sociale e l’insieme di comportamenti, di situazioni, di immaginario che la società ha delle diverse categorie di genere. Sebbene i lettori possano trovare in alcune risorse un approccio di unione e fusione tra il senso interiore del sé e l’espressione esteriore dell’individuo, in questa tesi la presentazione degli individui sarà definita come “espressione di genere”. Consapevole dell’interazione delle tre componenti, ritengo che per i fini dello studio sia importante non utilizzare i termini come omologhi per evidenziare le varietà di combinazioni nelle esperienze individuali. La mia speranza è che le lettorⓉ mantengano una mente aperta alle nozioni presentate in questo capitolo e ulteriormente discusse nei prossimi.

## L’uso della schwa

All’interno dell’intero testo ho deciso di utilizzare la schwa (ə) per il singolare e la schwa lunga (ɛ) per il plurale, si tratta di due suoni vocalici neutri trascritti con i rispettivi simboli dell’alfabeto fonetico internazionale. Le regole per l’utilizzo di questi elementi fanno riferimento alle linee guida proposte da Boschetto [3]. L’obiettivo è utilizzare un linguaggio che possa rappresentare chiunque all’interno di una lingua di genere e flessiva come l’italiano, concetto che sarà ulteriormente approfondito nel quarto capitolo.

A prescindere dalle opinioni in merito e dalla polarizzazione del dibattito sull’opportunità o meno di avvalersi di simboli alternativi in sostituzione al maschile sovraesteso nella lingua italiana, trovo importante porre l’accento sulla possibilità di utilizzare forme diverse da quelle ormai consolidate. Il desiderio è infatti quello di riportare l’attenzione sulle norme linguistiche che quotidianamente mettiamo in pratica e diamo per scontate. Consapevole che ci sono ancora degli ostacoli nell’uso quotidiano, parlato e scritto dell’elemento della schwa, che manca ancora della fluidità e della precisione che l’uso e il tempo potranno eventualmente dare, ritengo più importante far emergere e comunicare la consapevolezza della possibilità e la voglia di mettere in discussione le norme che non tengono conto delle necessità della realtà.

# IL GENERE NELLA STORIA

## Premessa

La premessa alla lettura di questo capitolo è la considerazione che la storia del genere, intesa come tutte le forme di interpretazione, trattazione e trasmissione, ci è stata riportata in parte attraverso il filtro della norma culturale del binarismo come suggerisce l'articolo di Scott per *American Historical Review* di Oxford [4].

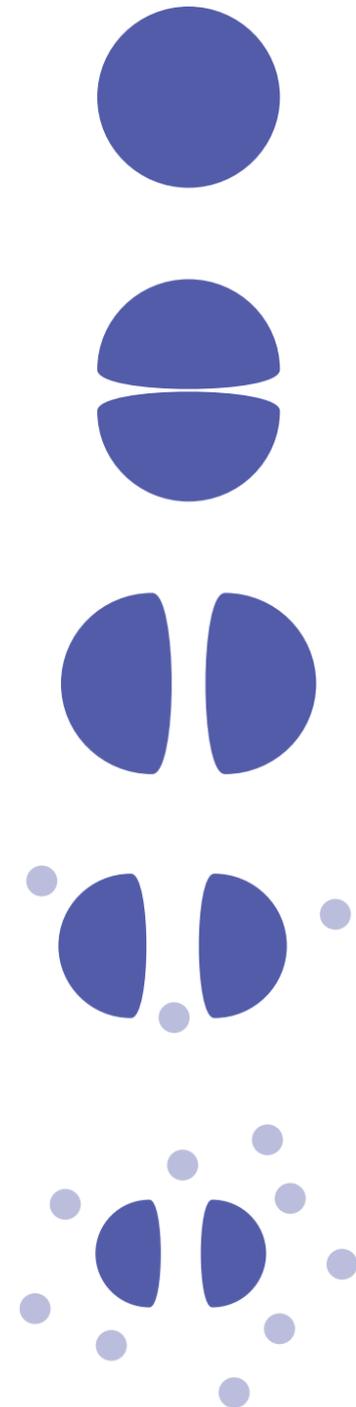
Le persone che vivono una visione del genere non normativa (così come i membri di altri gruppi emarginati) sono sempre esistite, ma spesso sono assenti da racconti e analisi storiche. La motivazione è in parte nel modo in cui viene registrata la storia e in chi la registra. L'evoluzione del concetto di genere è infatti giunta a noi attraverso una visione uniprospektiva e dicotomica almeno fino all'introduzione dell'approccio storico intersezionale negli anni 90, ancora oggi frutto di dibattito.

Nonostante questa tendenza a silenziare qualsiasi esperienza al di fuori del dualismo di genere, alcuni riferimenti [5] riportano testimonianze di come alcune teorie di pensiero occidentali contemplassero interazioni tra genere assegnato alla nascita, identità di genere, ruoli di genere ed espressioni di genere diversi dalla norma binaria contemporanea, che sono cambiati in base alla cultura e al pensiero dei diversi periodi storici della civiltà.



L'obiettivo di questo capitolo è evidenziare come i concetti di genere assegnato alla nascita, identità, espressione e ruolo di genere siano stati scambiati e abbiano interagito tra di loro in una concezione più fluida nel tempo in base alle organizzazioni sociali caratteristiche dei diversi periodi, portando alla luce il contrasto tra corpo e genere e tra corpo e cultura.

Fig. 2.1 - Fanny e Stella (Frederick Park ed Ernest Boulton) in abiti femminili, crimine per il quale furono arrestati con l'accusa di "cospirazione e incitamento a commettere un reato innaturale". Frederick Spalding, Londra, 1870. <http://tinyurl.com/gmzm4mb>



Alto Medioevo

Modello sessuale unico

Basso Medioevo

Gerarchia naturale

Illuminismo

I diritti "universali"

1850-1930

Eccezioni al binarismo

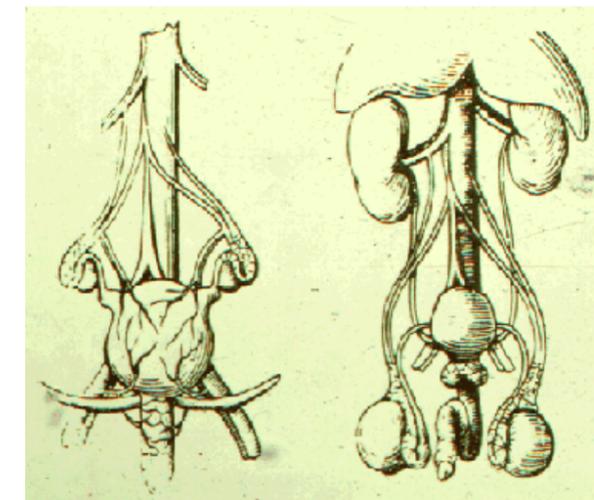
Anni 70

Movimenti per il cambiamento

## Modello sessuale unico

Prima dell'avvento dell'Illuminismo, la concezione predominante in Occidente, che rimarrà indiscussa fino al 1800, contemplava l'esistenza di un unico sesso biologico, nonostante fossero riconosciuti due diversi ruoli di genere nella società [6].

Tutti gli individui erano considerati variazioni di un singolo sesso, caratterizzato da organi sessuali disposti esternamente al corpo (organi genitali maschili). Gli organi genitali femminili erano considerati degli organi non completamente né correttamente sviluppati per mancanza di sufficiente "calore vitale" e disposti così internamente al corpo. Quello che sarà definito da Thomas Laqueur "modello sessuale unico" [5] è caratterizzato da una contiguità tra i caratteri sessuali che si traduce in un continuum tra i corpi. Questa concezione mette in discussione la dicotomia del sesso biologico, in una visione di maggiore fluidità e varietà.



### La relazione con la contemporaneità

Diversi filosofi e i principali medici antichi, che hanno segnato l'evoluzione della medicina contemporanea, sostenevano la teoria. Ad esempio Galeno (129-201 d.C.), vertice della medicina Occidentale il cui lavoro rimase indiscusso per quasi tredici secoli fino al Rinascimento, sostiene che "tutte le parti che hanno gli uomini le hanno anche le donne all'interno" [7], ma in una versione imperfetta, e nei suoi scritti conierà il termine *orchis* per riferirsi all'unico organo che erano considerate le ovaie e i testicoli. Aristotele benché convinto dell'esistenza di due sessi come filosofo-naturalista, è persuaso dall'immaterialità del carattere maschile, e si adopera dunque a demolire le distinzioni organiche tra i sessi. Gli organi sessuali fisici sono considerati contingenti, non opposti e viene spesso usato nei suoi testi l'unico termine *Kaulos* indistintamente per riferirsi a pene, vagina e clitoride, a sostegno della mancata esigenza da parte degli studiosi del tempo di sviluppare un corretto vocabolario anatomico.

Fig. 2.2 - Organi riproduttivi maschili e femminili disegnati da Andreas van Wesel in *Tabulae Sex* per sottolinearne la similarità. Venezia, 1538.

# Gerarchia naturale

Sebbene le teorie più antiche riconoscessero l'esistenza ed un'accezione fondamentale tanto all'orgasmo femminile quanto a quello maschile per una riproduzione riuscita, la similarità anatomica non si rifletteva in una similarità gerarchica.

I genitali esterni erano infatti ritenuti più importanti e determinanti per la procreazione, mentre quelli interni erano percepiti semplicemente come degli organi imperfetti. Questo divario andrà ad aumentare in maniera esponenziale durante il Medioevo [8]. Durante il quale rimangono in auge teorie secondo cui i fluidi corporei e gli organi erano tutti in comunicazione tra loro e ciascun individuo poteva muoversi sullo spettro del sesso in base a diversi processi fisiologici, ma il processo di cristianizzazione, che caratterizza la fase storica, andrà a definire con più chiarezza l'ordine gerarchico tra di essi.

## L'influenza della religione

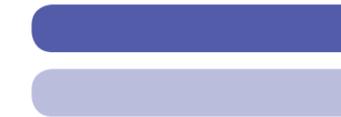
Con il primo cristianesimo viene introdotta la proposta di una potenziale riorganizzazione radicale delle strutture sociali e sessuali del mondo antico in quanto i credenti riconoscevano un'anima immortale a tutte le persone e quindi una vita nell'aldilà per tutti, indipendentemente dalle distinzioni sessuali, di genere e di ruolo di genere. Ben presto però la nuova religione si legò alla profonda misoginia condivisa con altre fedi e tradizioni di tutto il Mediterraneo ed aggiunse i concetti di infamia e peccaminosità del corpo. Le persone che possedevano organi femminili erano destinate ad essere peccaminose e imperfette. La cavità vaginale infatti era la dimostrazione che il corpo femminile fosse permeabile e quindi lo fossero anche le loro menti ed anime.

## La visione intersezionale

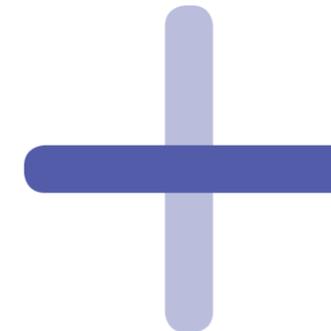
Il sistema sociale, politico ed economico che caratterizza questo periodo in Europa Occidentale influenzò la classificazione valoriale che si sta solidificando. Il feudalesimo infatti presuppone che le persone nascano ineguali. I re erano migliori dei signori, i quali erano migliori dei contadini e questo ciclo di superiorità si estendeva ai loro corpi fisici. Ci sono testimonianze di una costruzione gerarchica per la prima volta intersezionale [8], che concordando con Kent [6] ritengo la base per l'organizzazione che ancora oggi, seppur in maniera più complessa (Fig xxxxxx), gestisce l'ordine tra gli individui, in cui a definire la posizione di un individuo nella piramide sociale concorrono tra di loro lo status, il sesso, il ruolo di genere, il colore della pelle e l'abilità degli individui, in cima a questa organizzazione si posizionano le persone bianche, di classi più abbienti e che esibiscono caratteristiche e comportamenti considerati maschili.

Fondamentale per riconoscere l'evoluzione delle giustificazioni dei diversi approcci nei diversi periodi storici e contesti culturali è sottolineare come durante il Medioevo il pensiero comune fosse che questa complessa gerarchia fosse la conseguenza di una gerarchia in cielo, dettata dalla purezza delle anime e quindi incontestabile. La religione e la dottrina ad essa legata incidono fortemente sulla concezione del corpo e dell'identità dettando regole e preconcetti comunemente accettati.

## [9] Visione ad asse singolo



## Visione intersezionale



## Visione intersezionale complessa



## Diritti “universali”

L'idea di un ordine trascendentale inizia ad essere contestata dai pensatori dell'Illuminismo e dalle Rivoluzioni in atto.

Per la prima volta si sente parlare di diritti dell'uomo e di come tutti gli uomini siano stati creati uguali. Ma con uomini non si intende la concezione universale che comprende tutti gli esseri umani, ma solo una ristretta categoria. “Dato che i teorici politici invocavano sempre più un linguaggio potenzialmente egualitario dei diritti naturali nel XVIII secolo, la “donna” doveva essere definita come qualitativamente diversa dagli uomini in modo che il potere politico fosse tenuto fuori dalla loro portata” scrive Karen Harvey nel *Press's Historical Journal* dell'Università di Cambridge [9], sottolineando come nel contesto di riferimento sia diventato necessario concepire differenze biologiche innate per giustificare la ripartizione del potere. La differenza sessuale diventa molto più esplicita nei testi medici, in cui si iniziano a coniare termini specifici per definire l'organismo femminile, arrivando a definire sostanziali differenze non solo negli organi sessuali, ma anche nei diversi apparati nervoso e osseo. Tutto ciò che prima era considerato abbastanza simile da essere definito uguale, ora viene etichettato come completamente distinto.

La tendenza è quella di imporre il senso dell'opposizione (bianco o nero, acceso o spento, maschio o femmina) ad un mondo invece caratterizzato da gradazioni continue di differenze e somiglianze [10]. Se fino ad ora la femminilità era storicamente associata alla lussuria e alla tentazione, in un periodo, in cui diventa fondamentale ricondurre ogni elemento ad un binario ben definito, l'ideale di donna viene reinventato come appartenente ad una categoria di essere nuovo: amorevole, ma senza desideri sessuali in contrapposizione alla natura di ciò che invece è virile e passionale. Un'ulteriore codificazione di questo binario indiscutibile avviene all'inizio del Ventesimo secolo con la scoperta dei cromosomi e ne associano l'intera definizione dell'individuo tra le due uniche possibilità di XX e XY.

## Eccezioni

In una società in cui gli approcci alle sfere del sesso, del genere, dell'identità di genere e dell'espressione genere stanno diventando sempre più rigidi e basati sulla necessità di compartimentare e categorizzare ogni esperienza umana, trovo fondamentale riportare che ci sono anche testimonianze di vissuti non conformi occidentali che si sviluppano verso la fine del XVIII secolo e fino alla prima metà del XIX secolo. Questi esempi precedono gli sviluppi progressisti che saranno analizzati nel paragrafo seguente, e per questo saranno fortemente puniti e discriminati nella società. Le persone che si esprimevano e vivevano delle esperienze non binarie hanno infatti iniziato a subire i pesanti effetti di omofobia e transfobia proveniente sia dall'interno che dall'esterno della comunità omosessuale. one che si esprimevano e vivevano delle esperienze non binarie hanno infatti iniziato a subire i pesanti effetti di omofobia e transfobia .



Fig. 2.3 - Hannah Snell, che si arruolò sotto il nome di James Gray. Londra, 1789, Wellcome Library.



Fig. 2.4 - Chevalier D'Eon in 'Carola Genovefa Louisa Augusta Andrea Timothea D'Eon de Beaumont', come Minerva. 1773, British Museum.

## The fairy

### America, New York 1800 - 1920

In America le componenti del gruppo Fairy, considerate popolarmente membri di un terzo genere, sono caratterizzate da elementi maschili e femminili [12]. Utilizzavano elementi del proprio aspetto come acconciature, make-up e outfit per comunicare la loro non appartenenza alla norma sociale sessuale e di genere. Combattono per la libertà dagli stereotipi di genere, ma saranno discriminati fortemente proprio da chi si presentava con un'espressione di genere strettamente legata alla norma binaria.

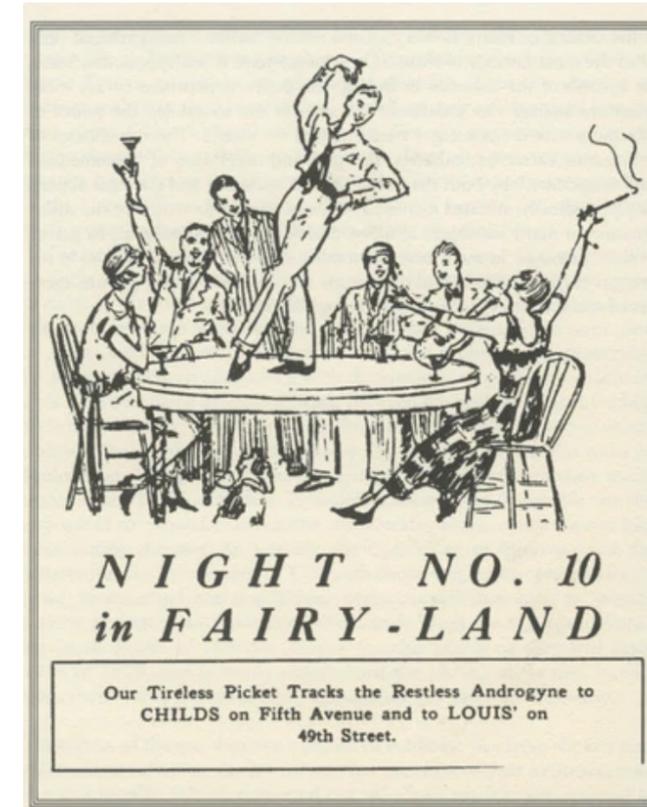


Fig. 2.5 - Edizione illustrata con fumetti "Night n' 10 in Fairy Land", USA, 1815.

## I femminielli

Italia, Napoli  
1800 - 1920

I femminielli sono persone a cui è stato assegnato il genere maschile alla nascita, ma che si presentano in maniera tipicamente femminile e assumono ruoli di genere femminile nella società, assumendo una posizione privilegiata e quasi sacra nella società. Sono figure tradizionali della cultura partenopea e rappresentano un'identità culturale e sociale molto peculiare e storicamente ancorata nel tessuto urbano napoletano. Erano figure chiave di diverse manifestazioni folkloristiche come la Tombolata e erano spesso considerati portatori di fortuna.



Fig. 2.6 - Dagerigo L., Fotografia di due femminielli.  
Italia, 1896.



Fig. 2.7 - Fotografia storica del femminiello Ninassunta. Napoli, 1899.

# Chevalier D'Eon

Francia, Parigi  
1728 - 1810

Un esempio di non conformità di genere del XVIII secolo è Chevalier d'Eon. D'Eon. Era una spia e diplomatica francese. Si presentò fluidamente come un uomo e una donna in vari momenti della vita, fino all'età di circa 50 anni quando scelse di vivere stabilmente come una donna. Il Cavaliere si vestiva con abiti femminili e spesso firmava documenti con il titolo di Mademoiselle d'Eon (Fig. 2.8).



Fig. 2.8 - Biglietto da visita di Chevalier d'Eon, Londra 1773, British Museum.



Fig. 2.9 - Ritratto di 'Charlotte-Genevieve-Louise-Auguste-Andree-Timothee D'Eon de Beaumont', Francia, 1787, British Museum.



Fig. 2.10 - Incontro di scherma tra Monsieur de Saint-George et Mademoiselle La chevalière d'Éon de Beaumont a Carlton House il 9 aprile 1787. Incisione di Victor Marie Picot, basata sul dipinto originale di Charles Jean Robineau.

# IL GENERE NEL MONDO

# Mappatura

Quando si cerca di capire la storia e la portata delle identità di genere, è importante comprendere come almeno 35 culture in tutto il mondo [15] hanno una concezione del genere non binaria. Sia con un approccio di fluidità di genere che con il riconoscimento di categorie che esistono al di fuori del dualismo.

Analizzando questi diversi approcci troviamo la testimonianza di come la nozione che il genere sia composto esclusivamente dalla componente maschile e femminile ed a queste due corrispondano ruoli ed espressioni ben definite, sia prevalentemente un costrutto della società Occidentale. Il confronto con altre culture indica con chiarezza quanto i generi siano culturalmente e non biologicamente determinati.

## L'omologazione imposta

Un fenomeno che ha enormemente influito sulla concezione di genere e il suo sviluppo nel mondo è la colonizzazione. I colonizzatori europei cercarono intenzionalmente di imporre il proprio modello binario e sradicare ciò a cui l'accademico e ricercatore Scott Morgensen si riferisce come "indigenous possibilities" che sfidavano i confini della mascolinità europea considerata l'apice dell'esistenza umana [16].

I primi colonizzatori nelle Americhe guardavano all'esistente varianza sessuale e di genere dei popoli indigeni come un mezzo per contrassegnarli come razzialmente inferiori e incivili e una giustificazione per sottometterli. Coloro che non si adattavano al canone occidentale, sono diventati obiettivi di sforzi violenti per riconfigurare la società indigena in termini binari. Questo approccio ha portato in gran parte alla scomparsa di queste tradizioni e le poche culture che sono riuscite a conservare una visione non normativa del genere ancora oggi subiscono forti discriminazioni in una contemporaneità dominata dalla normativa binaria.

Il capitolo presenta una mappa delle società con una concezione di genere non binaria nel mondo e si concentra su un approfondimento sulle tre più ampie comunità nel mondo che ancora oggi sfidano la sfera costruita attorno al genere. È interessante notare come questi gruppi si siano evoluti in seguito al contatto con l'Occidente in una direzione di semplificazione delle esperienze, omologazione delle peculiarità delle diverse regioni in un tentativo di tradurre le diverse tradizioni in un linguaggio più accettabile e normativo.

# Mappa delle società con una concezione di genere non conforme

Legenda:

COLORE - periodo in cui la società è stata eliminata/ ha subito ingenti riduzioni numeriche.

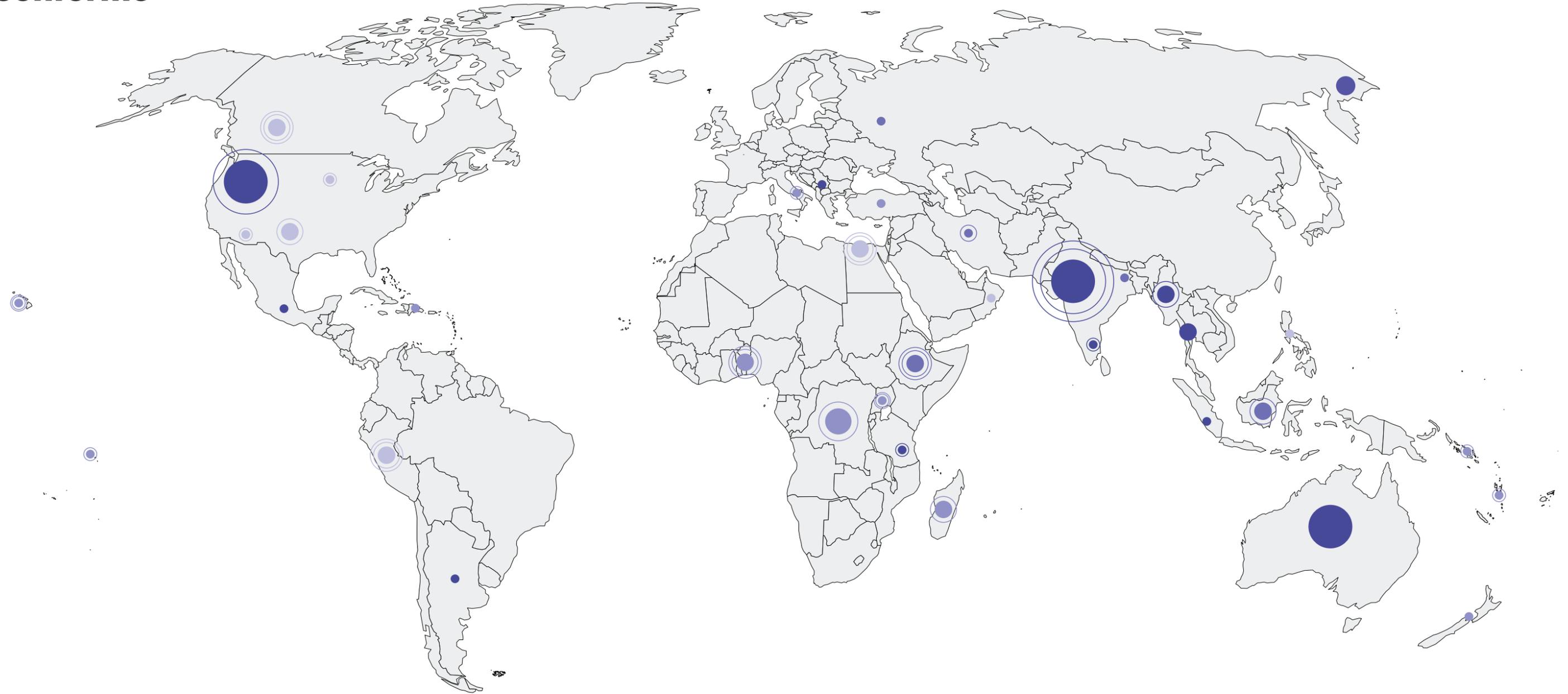
- prima del 1700
- prima fase colonialista
- seconda fase colonialista
- società presente ancora oggi

DIMENSIONE - numero di membri.

- prima del 1500
- prima fase colonialista
- seconda fase colonialista
- società presente ancora oggi

ANELLI - rilevanza sociale

- bassa considerazione
- privilegi religiosi
- forme di riconoscimento legale



## Hijra

Nelle culture dell'Asia meridionale gli Hijra sono persone che non rientrano nel binarismo per identità, espressione e ruoli di genere.

Gli hijra hanno una storia registrata nel subcontinente indiano sin dall'antichità. La mitologia indiana infatti porta con sé una concezione di genere estremamente fluida e la concezione popolare ritiene le persone di genere non conforme sacre e rispettabili, in quanto legate a figure religiose. Molte persone non binarie hanno ruoli sacri all'interno di celebrazioni o eventi dedicati.

In molte regioni corrispondono a persone a cui è stato assegnato il genere maschile alla nascita e adottano l'identità di genere femminile, l'abbigliamento femminile e altri ruoli di genere femminile, ma il termine ha significati diversi in base alle tradizioni locali. In passato ad esempio il termine si riferiva a eunuchi o nati intersessuali o con genitali indeterminati.

La maggior parte degli Hijra oggi non si considera uomo o donna o transgender, ma un terzo genere distinto e nel 2014 la Corte Suprema indiana ha riconosciuto il Terzo genere legalmente. Terzo genere è un termine ombrello che comprende sia Hijra che altre figure di genere non conforme con caratteristiche e terminologie diverse per ogni comunità.

Fig. 3.1. - Festeggiamenti di un gruppo Hijra durante "The Rainbow Rally". Dhakka, 2019



## Two spirits

Two spirits è un termine ombrello che avvicina la concezione di genere e sessualità Occidentale e quella Nativa Americana.

Nonostante questa terminologia sia stata introdotta negli anni 90, il concetto nelle diverse accezioni appartiene alle comunità native americane da secoli.

Two spirits definisce un ulteriore genere e ruolo di genere nella società, ma assume diverse sfumature di significato nelle diverse culture native, in base a tradizioni e culture. Ad esempio per i Lakota si riferisce a delle persone che trasgrediscono il binario maschile e femminile, per i Dannette può indicare uno dei quattro generi distinti di riferimento (maschile-maschile, maschile-femminile, femminile-maschile o femminile-femminile) e ad ognuno di questi corrispondono diversi ruoli sociali ed aspettative.



Fig. 3.2. - Miss Montana Two Spirits e il gruppo "BAAITS" al Festival Pride San Francisco, 2020.

## Brotherboys e sistergirl

Sistergirls e Brotherboys indicano delle identità di genere e culturali, legate strettamente alla società australiana aborigena.

Sono termini ombrello molto inclusivi che comprendono identità transgender, ma non necessariamente che rifiutano il genere assegnatogli alla nascita [19].

Il modo in cui vengono usate queste parole differisce per zone e paesi, ma generalmente Sistergirl è un termine usato per descrivere persone di genere diverso che hanno uno spirito femminile e assumono ruoli femminili all'interno della comunità. Compreso la cura dei bambini e della famiglia. Molte sorelle vivono uno stile di vita tradizionale e hanno un forte background culturale. Brotherboy è un termine usato per descrivere persone di genere diverso che hanno uno spirito maschile e assumono ruoli maschili all'interno della comunità. I fratelli hanno un forte senso della loro identità culturale.

Nel corso della storia Brotherboys e Sistergirls hanno subito oppressioni, ma oggi sono numerosi i gruppi di sostegno specificamente rivolti ai membri della comunità per rimanere in contatto e far emergere gli specifici bisogni.



Fig. 3.3 - Parata di un'associazione di supporto per brotherboys e sistergirls durante lo "SpringOUT Festival". Canberra, 2021

IL GENERE OGGI  
IN OCCIDENTE

# Gli studi di genere

La società contemporanea è ancora caratterizzata dalla eteronormatività ovvero la corrispondenza tra sesso e identità di genere, ed in particolare tra sesso e ruolo di genere. La concezione tradizionale infatti si basa sulla divisione binaria e sulle differenze che uomini e donne si trovano costretti a rappresentare in ogni ambito della vita. Il genere ci impone modi di comportarci e vestirci, chi dovremmo essere e come immaginarci, limitando il modo in cui scegliamo di esprimerci e comportarci. La tendenza nella nostra società contemporanea è quella di enfatizzare le differenze, sopprimendo le somiglianze, per presentare i due generi normativi come diversi e complementari [10]. Si viene a creare un ordine sociale di genere invisibile e naturalizzato, che definisce le relazioni tra tutti gli individui ed è diverso e caratteristico per ogni società.

La macro sfera del genere oggi è studiata e indagata dagli studi di genere, caratterizzati da un approccio multidisciplinare e interdisciplinare [6]. Gli Studi di genere raggruppano l'insieme di approcci metodologici e ricerche condotte da svariate discipline, in merito a diversi aspetti della vita umana: dall'origine dell'identità al rapporto tra persona e contesto socio-culturale in cui vive. Tali studi partono dall'assunto di base secondo cui l'identità di una persona rappresenta un costrutto multidimensionale costituito da quattro distinte componenti:

**-Sesso biologico:** un corredo genetico, l'insieme di caratteri biologici, riferendosi esclusivamente alla biologia e all'anatomia di una persona e del suo corpo.

**-Identità di genere:** l'esperienza soggettiva, intima e profonda del percepire e sentire se stessi come appartenenti a uno o più generi o a nessuno.

**-Ruolo di genere:** l'insieme di aspettative e ruoli associato a un genere per come le persone si debbano comportare in una determinata cultura e in un dato periodo storico.

**-Orientamento sessuale:** l'attrazione sessuale, emotiva ed affettiva.

Vorrei portare l'attenzione sulla differenziazione oggi accettata tra biologico e culturale. L'approccio, forte dell'evoluzione e della discussione sulla tematica che abbiamo analizzato nei paragrafi precedenti, riconosce le componenti sociali del genere e lo allontana dalla sfera del "naturale" e del determinismo. Separando sesso biologico e identità di genere si contempla così una non necessaria corrispondenza diretta tra di essi, in cui ad un sesso non corrisponde sempre l'affibiazione di un genere, con determinate caratteristiche e attitudini. Si ha oggi quindi la possibilità di mettere in discussione l'eteronormatività che ha caratterizzato la nostra società. Vari autori riconoscono come un sistema binario di genere, o uno che limita comportamenti al genere assegnati alla nascita, possono limitare lo sviluppo individualizzato del Sé [1][2][20][21]. Sono in accordo con Boskey nella dichiarazione che sia importante esplorare e discutere come le persone navigano e definiscono il loro genere per supportare meglio idee sane di formazione dell'identità [20].

Il sesso biologico come dualismo dogmatico si sta mettendo in discussione. Solo nell'immaginario tradizionale esiste un perfetto dimorfismo sessuale in cui negli uomini e nelle donne le caratteristiche si manifestano in senso opposto. Oggi sappiamo infatti che il sesso non dipende esclusivamente dai cromosomi, ma da un mix di altri fattori come ormoni e caratteri sessuali secondari, che lo rendono una variabile non dicotomica. In secondo luogo oggi l'1,7% della popolazione globale è intersex, anche se dagli studi di Fausto-Sterling emerge che il reale numero di persone sia sottostimato e la percentuale dovrebbe aggirarsi attorno al 4% [22].

L'identità di genere come la percezione soggettiva del sé, lascia spazio a svariate esperienze di genere che esulano dal binarismo. Diventa un concetto che si muove all'interno dello spettro che vede come estremi la mascolinità e la femminilità, ma va anche oltre, abbracciando le possibilità di coesistenza di più generi in un unico individuo così come le assenze o le neutralità alla componente "genere", le esperienze di fluidità tra diverse identità o le percezioni di non conformità nelle più diverse sfumature [23].

L'espressione di genere non è necessariamente legata ad una serie di preconcetti e regole imposte e legate ai sessi biologici o alle identità di genere. Si ricerca sempre maggiore spazio per la libertà di sperimentare ed essere se stessi, non come una semplice rappresentazione stereotipata di una categoria.

La necessità di cambiamento e riconoscimento delle diverse realtà è una tematica che sta trovando spazio in particolare all'interno della comunità LGTBIA+. La consapevolezza e la visibilità delle diverse identità di genere non conformi sta aumentando. Ritengo in particolare che la visibilità e la rappresentazione di diverse esperienze di genere siano fondamentali per favorire la comprensione, l'accettazione e l'inclusione in una società in cui è ancora difficile staccarsi dalla visione in bianco e nero del genere e dagli effetti restrittivi di questa.

Ad oggi, negli ambiti di discussione di queste tematiche si stanno esplorando e proponendo costantemente nuovi modi per concettualizzare e verbalizzare come ciascuno sperimenta la propria identità di genere e espressione di genere con l'obiettivo di far emergere la vastità e l'unicità di ogni esperienza.

## I protagonisti

Con il passare degli anni la rappresentazione delle variegate esperienze di identità di genere hanno popolato sempre più svariati e complessi ambiti della vita quotidiana, dall'arte, alla musica, al design.

Di seguito alcune figure che ho scelto per rappresentare questa evoluzione e l'impatto che ha avuto nella società.

## Alok Vaid-Menok

**Alok Vaid-Menon è uno scrittore americano, oratore, artista performativo e personaggio mediatico. Come artista di tecniche miste, il suo lavoro esplora i temi del trauma, dell'appartenenza, del genere e della condizione umana.**

In diversi interventi Alok Vaid-Menon ha raccontato la storia e i problemi con il binario di genere e come le persone possono combatterlo.

Lo stile di performance di Alok è noto per il suo flusso di coscienza, i paesaggi sonori, la commedia politica e la gamma emotiva. Evidenziando che il loro stile, come la loro identità, è in continuo mutamento e rifiuta una facile categorizzazione. Crede infatti che la performance sia uno degli unici spazi in cui le persone possono essere reali. In questo modo, per Alok, la performance riguarda la creazione di un mondo in cui il pubblico può relazionarsi tra loro con "un impegno per la vulnerabilità, il gioco, l'interdipendenza e la magia". Per Alok, il potere della performance sta proprio nel fatto che è effimero e non può più essere fatto sempre allo stesso modo.



Fig. 4.1 - Alok Van Menon, San Francisco, 2020.



Fig. 4.2 - Primopiano di Alok Van Menon, New York, 2022.

## Aries Moross

Aries Moross è una delle voci più forti ed innovative dell'industria creativa contemporanea. Graphic designer, illustratore, regista, artista e fondatore dello Studio Moross.



Moross ha lavorato con artisti del calibro di Spice Girls, Nickelodeon e Nike, progetti artistici per scenografie e trasmissioni per MTV EMA e numerose identità di Lovebox e Parklife. Il lavoro è caratterizzato dall'estetica vibrante e inconfondibile, e dall'innovazione nei linguaggi che evidenzia il cambiamento nel settore.

I suoi progetti si basano su una commistione tra sound design, tipografia, colori, gaming engines in funzione della creazione di una vera e propria esperienza coinvolgente per l'utente. La chiave che rende il suo lavoro unico e trasformativo è guardare il design e l'interazione del design attraverso gli occhi di generi diversi e dalla sua prospettiva di creativo non binary. Anche all'interno di regolari conferenze internazionali d'arte ha trovato il modo di utilizzare la piattaforma a sua disposizione per parlare e scrivere allo scopo di elevare le voci delle persone non binarie e LGBTQ+ all'interno del regno creativo. Moross ritiene che come designer ci viene chiesto di creare molti dei modi in cui la società interagisce con le istituzioni ed è proprio in questo ambito che dobbiamo spingere verso una maggior apertura, comprensione e diversificazione, per creare un mondo a misura di tuttə.



Fig 4.3 - Moross A., New Balance Exhibition, 2017, Aries Moross - Hand drawn type.



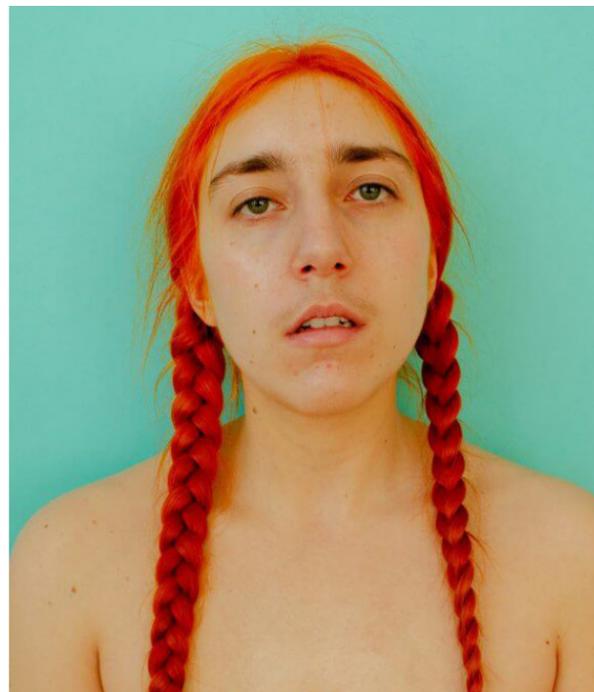
Fig 4.4 - Moross A., Adobe Photoshop Commission, 2021, Aries Moross.

## Laurence Philomene

**Laurence Philomene è un'artista non binaria di Montreal che crea fotografie colorate influenzate dalle sue esperienze vissute come persona transgender malata cronica.**

la pratica celebra la transesistenza e studia l'identità come spazio in costante flusso attraverso immagini altamente saturate, cinematografiche e vulnerabili.

Interessandosi alla creazione di immagini durante l'adolescenza, Laurence da allora ha utilizzato la fotografia come spazio sia per sperimentare che per documentare l'identità mentre viene espressa attraverso il genere. Utilizzando la fotografia come processo di cura reciproca [e di sé], il loro lavoro mira a umanizzare le identità che sono state storicamente emarginate e ad agire come una lettera d'amore alla loro comunità.



## LP

**Laura Pergolizzi, in arte LP, è una cantante e cantautrice americana simbolo della lotta per la parità di genere e la ribellione al binarismo.**

LP è gender-neutral e molto attiva nella comunità LGBTQIA+, all'interno delle sue canzoni tratta i temi della libertà, la liberazione e il potere che risiede nelle persone di poter cambiare le cose.

Il suo desiderio è che le sue parole interpretino il cambiamento sociale e ne siano un manifesto. Utilizza la sua ampia piattaforma per sensibilizzare su tematiche di genere e aiutare tutti i membri della comunità.



Fig 4.6 - Giterson L., Fotografia di LP durante concerto a Dallas, USA, 2021

## Faith Oluwajimi

**Giovane fondatore del brand Bloke, basato su look androgini senza confini di genere con l'obiettivo di scardinare il sistema della moda, portare innovazione e far sentire a proprio agio ogni persona.**

La sua ispirazione viene dai giovani, dalla gente di città, da chi non ha paura di essere se stesso, dall'ambiente, dal paesaggio e dall'architettura di Lagos. Le impressioni che assorbe vivendo nella città più grande della Nigeria si riflettono nelle sue collezioni colorate. I suoi tessuti leggeri con stampe artigianali, patchwork dal taglio ampio e pezzi tie-dye e capi finemente lavorati all'uncinetto sono l'espressione di un'approccio alla moda innovativo e unico. Oluwajimi crea, ma lascia che le singole persone siano in grado di appropriarsi dei capi e viverli nella loro singolarità, utilizzare i vestiti come strumento per esprimersi al massimo.



Fig 4.7 - Collezione Primavera - Estate Sunburn di Oluwajimi, 2020.



## Gli ostacoli

**Ho individuato tre macro ambiti da approfondire e da fornire come esempio per quanto riguarda gli ostacoli che le persone di genere e/o espressione non conforme vivono quotidianamente in Italia. L'obiettivo è quello di confrontarli tra di loro per riuscire ad individuare alcune problematiche di base, per poter così evidenziare alcuni approcci per il cambiamento.**

**Il primo ambito riguarda una sfumatura problematica del confronto tra persone non binarie e la comunità LGBTQIA+, in particolare la comunità trans. La pressione alla medicalizzazione infatti si lega a delle generalizzazioni e omologazioni che mettono in pericolo le espressioni non conformi.**

**Il secondo ambito che ho scelto di discutere è l'accesso alle cure sanitarie. Questo aspetto riguarda il confronto con il proprio corpo e il proprio benessere che dovrebbe essere un diritto di ciascuno poter vivere con serenità e sicurezza.**

**Infine ho affrontato l'ambito del linguaggio. Lo strumento con il quale ci si rappresenta e si interpreta il mondo, che oggi fa fatica a rappresentare la realtà.**

## Pressione alla medicalizzazione

Il vasto panorama di esperienze di non conformità di genere è oggi composto dalle più diverse realtà. Come abbiamo approfondito nel paragrafo precedente, non ciascuna di esse prevede un legame con lo spettro di genere all'interno della gamma di possibilità di identità ed espressione tra maschile e femminile. Molte persone di genere non conforme ad esempio non desiderano avere un'espressione di genere che sia associabile ad una delle sfere tradizionali, in una dimensione di andoginismo, fluidità o non conformità espressiva [24]. Assistiamo quindi ad uno sviluppo a ventaglio verso l'unicità individuale di vissuti, percorsi e scelte. Sono d'accordo con Calvard quando definisce questo uno degli aspetti che sia all'interno che all'esterno della comunità LGBTQIA+ si fa più fatica a comprendere e assimilare[25]. La tendenza è quella di generalizzare e cercare di omologare. Concentrandoci ad esempio sui diversi percorsi di "affermazione di genere" ovvero di come riuscire ad essere propri a sé stessi e alla propria identità di genere, attraverso un percorso di evoluzioni sociali, modifiche di nome e genere con i quali si è riconosciuti dalle istituzioni e cambiamenti del proprio corpo e aspetto. Si sono a riguardo create all'interno della comunità transgender delle correnti trans-medicaliste che promuovono una

narrazione degli appartenenti alla comunità come necessitanti obbligatoriamente di una serie di terapie ormonali e operazioni chirurgiche [24]. La conseguenza è l'isolamento e l'emarginazione di tutte le esperienze che invece non desiderano un tradizionale cambiamento sociale e/o fisico verso una dimensione totalmente maschile o femminile. Tutte le persone con un'identità e espressione non binaria e che non la desiderano rischiano così di rimanere non comprese né concepite all'interno della società. Quando la realtà ci dimostra che non tutte le persone transgender e non binary sono interessate al percorso medicalizzato, seppur non abbiamo dati aggiornati a livello internazionale a riguardo[23]. In Italia, le persone che hanno trovato un equilibrio come persone transgender senza ricorrere ad ormoni e chirurgia si riconoscono nel termine "non med". Diversamente da non poche altre realtà estere (Belgio, Danimarca, Irlanda, Malta, Portogallo), questa condizione, in Italia, non ha alcuna tutela legale. Alla luce di questo [25] diventa fondamentale veicolare l'idea che esista anche l'opzione non med, soprattutto tra le persone più giovani, affinché siano liberi di decidere in modo consapevole, ricorrendo ai cambiamenti fisici solo nel caso le aiutassero a raggiungere la propria immagine di sé.

## Accesso alla sanità

Uno dei grandi ostacoli per persone transgender è l'accesso alle cure. Le persone non binary non vengono riconosciute, e sono spesso soggette a misgendering e deadnaming quando si sottopongono ad una visita medica. Il personale, spesso, non è formato, e non accetta di usare nome e genere d'elezione, oppure è la persona non binary stessa a rinunciare al coming out per evitare fraintendimenti e pregiudizi. Questo porta le persone non binary a trascurare la propria salute, non solo genitale, o a rivolgersi alla sanità privata, spesso non migliore del settore pubblico in quanto a rispetto dell'identità di genere. È stato suggerito che le persone di genere non binario abbiano un maggior accesso agli screening preventivi rispetto alle persone transgender binarie. Al contempo però sembra che le persone di genere non binario abbiano un inferiore supporto psicologico rispetto alle persone transgender binarie [26].

Affinché l'Italia possa impostare una politica sanitaria adeguata alle persone transgender è necessario, innanzitutto, avere una stima precisa della numerosità della popolazione. Tuttavia questa è proprio una delle criticità della ricerca sanitaria sulle persone transgender. "I dati a disposizione sono pochi e gli studi sono affetti da numerosi bias", spiega Marina Pierdominici, ricercatrice presso il Centro di riferimento per la medicina di genere dell'Istituto

superiore di sanità [26].

Inoltre, un altro nodo ancora da sciogliere in Italia riguarda la formazione del personale sanitario che è fondamentale. La conoscenza delle problematiche sanitarie relative alle persone transgender va aumentata. Lo sostengono i dati preliminari di un'indagine promossa dall'Istituto Superiore di Sanità (ISS) in collaborazione con l'Azienda Ospedaliera Universitaria Careggi, Fondazione The Bridge e ONIG secondo cui circa il 40% circa delle persone transgender intervistate ha riscontrato una mancanza di conoscenza relativa alle problematiche di salute transgender da parte degli operatori sanitari, un dato in linea con altre indagini condotte nel resto d'Europa [27].

Inoltre, come evidenzia la ricerca statunitense di Pucket e Cleary attorno all'impatto delle realtà delle persone transgender nella società e in particolare in ambito socio-sanitario [28], è proprio la percezione di scarsa preparazione nei confronti delle questioni di genere che induce le persone transgender a mantenere una certa distanza dalle possibilità di cura, trattamento e supporto. La mancanza di informazioni indipendenti, certificate e aggiornate in ambito sanitario rappresenta una delle maggiori criticità per la popolazione transgender nell'accesso ai servizi sanitari.

## La lingua italiana

Trent'anni fa avviene la pubblicazione di "Il sessismo nella lingua italiana" di Alma Sabatini che auspicava un uso della lingua attento a non privilegiare il genere maschile e a non tramandare una serie di pregiudizi negativi [30]. Oggi la lingua e i suoi usi sono uno degli ambiti che in Italia ha animato e anima la discussione pubblica, in particolare sui social, sulle tematiche di genere, attraverso controversie e accesi dibattiti.

La lingua ha due funzioni principali: definirsi e descrivere il mondo esterno. Attraverso la parola, dunque, sia il singolo sia la collettività si autodefiniscono, si rappresentano, si identificano. Le lingue globali rientrano in tre categorie rispetto al genere: la prima categoria della lingue di genere come l'italiano (dove nomi e pronomi hanno un genere), le lingue senza genere come il mandarino (dove nomi e pronomi non hanno un genere marcato) e infine le lingue di genere naturale come l'inglese (con pronomi di genere e nomi senza genere). Lo studio del 2011 di Jennifer Prewitt-Freilino, docente associato presso la scuola di design del Rhode Island, insieme ai colleghi, ha scoperto che i paesi con lingue di genere hanno sperimentato una disuguaglianza di genere media più elevata dimostrando come la struttura di genere della lingua che stiamo parlando avrà l'effetto di renderci più o meno consapevoli del genere [31].

Il linguaggio nasce nel momento in cui nasce una collettività, e ne è il costruito come conseguenza di un ambiente e di un modo di pensare. È uno dei modi attraverso il quale una comunità esprime la sua cultura, le sue tradizioni, i suoi valori, i suoi modelli sociali. Se da una parte il linguaggio è lo specchio della società, dall'altra le parole che descrivono la realtà, la creano in un rapporto di stretta dipendenza e circolarità. La lingua è un potente strumento di cambiamento sociale, che ha le potenzialità per decostruire stereotipi e pregiudizi. Se ci troviamo quindi in una società patriarcale, basata sul concetto binario di genere, questo verrà espresso anche attraverso un linguaggio di genere. Continuando a promuovere un linguaggio di genere non egualitario e oscurantista, inevitabilmente si va a rafforzare la suddivisione binaria e gerarchica della società. I due concetti si influenzano all'interno di un circolo vizioso.

Abbiamo visto nel capitolo precedente però come la società si sta evolvendo verso una dimensione meno dualistica, più inclusiva e diversificata, e la questione diventa quindi chiedersi se anche il linguaggio abbia necessità di cambiare per rappresentare correttamente la realtà contemporanea. La lingua è uno strumento di riconoscimento dei cambiamenti e serve per agevolare le modifiche della realtà.

Se la riflessione su una lingua più inclusiva è legittima, se non anzi necessaria, si tratta di capire quali sono i mezzi con cui si possano concretamente accogliere le diverse istanze della società. La revisione del linguaggio è necessaria per evitare di oscurare e marginalizzare nel linguaggio il ventaglio di identità esistenti ed è possibile, ma richiede tempo. Questo non significa necessariamente smantellare i sistemi esistenti, ma piuttosto fare spazio a opzioni più inclusive. Invece di permettere al linguaggio di costruire il modo in cui vediamo il mondo, potremmo spingere nell'altra direzione, chiedendoci come possiamo riflettere il nostro mondo attraverso la nostra scelta del linguaggio. Negli ultimi anni sono state pubblicate diverse linee guida e indicazioni per un linguaggio inclusivo da Università per la comunità universitaria, dal MIUR per il linguaggio amministrativo, dal Parlamento Europeo [32-39].

L'approccio consigliato è quello della neutralità, attuabile mediante alcuni espedienti grammaticali e sintattici che permettono di fare riferimento a una o più persone senza dare indicazioni sul fatto che si tratti di uomini, donne o persone di identità di genere non binaria, ma evitando al contempo l'uso del maschile inclusivo. Tra i consigli figurano l'uso di sostantivi e pronomi neutri, collettivi o astratti, l'uso del passivo e dell'impersonale, le perifrasi e i cambi di prospettiva.

Se da una parte le istituzioni ci mettono a disposizione l'armamentario necessario, dall'altra – come utenti – possiamo immaginare di ampliare tale armamentario attraverso nuovi modi e nuove

forme. Sono d'accordo con Stryker che crede che le parole siano utilizzate per catturare le esperienze e che termini e costrutti contemporanei siano ancora in evoluzione, potrebbero non adattarsi a tutti gli individui e le esperienze.

Siamo ancora in una fase di sperimentazione e di proposta di soluzioni che è fondamentale per avviare ed arricchire il dibattito sulla necessità di rinnovare la lingua italiana adeguandola ai profondi cambiamenti sociali in atto. È il caso di usi come l'asterisco (\*), la chiocciola (@), lo schwa (ə) o la "u" che, in particolare nello scritto, hanno l'obiettivo di superare il limite dell'italiano dato dall'assenza del neutro e quindi dall'utilizzo del maschile sovraesteso. Le persone possono respingere il linguaggio neutrale rispetto al genere, considerandolo non necessario o puramente ideologico, ma la realtà sta cambiando e inevitabilmente anche il modo in cui parliamo ne dovrà essere specchio. L'obiettivo non è quello di imporre o obbligare all'utilizzo di determinate forme lessicali, ma suggerire, proporre e stimolare il singolo alla ricerca e sperimentazione di nuove soluzioni, invitando anzi a liberarsi dagli schemi di pensiero e linguaggio standard dell'abitudine e della storia della società. Questo ritengo rappresenti uno dei punti di partenza per riflettere e far vivere una lingua, che dovrà essere sufficientemente ampia ed elastica per descrivere un altrettanto ampio ed elastico stato di cose: prestare attenzione al singolo, per evitare di generalizzare.

## Conclusioni

Partendo dalla comprensione che il numero di difficoltà è molto più numeroso delle categorie selezionate, tengo a sottolineare in particolare i seguenti campi: la pressione al passing esteriore, le difficoltà all'interno di carriere scolastiche, nel confronto con la famiglia, il gruppo dei pari e la mancanza di una legislazione ad hoc, conscia che la lista non termina qui.

In seguito all'analisi di queste problematiche ho avuto sufficienti informazioni per evidenziare alcune necessità e alcuni bisogni che ho trovato comuni nelle tre analisi.

### La mancanza di dati

La prima è la necessità di ottenere dati sul tema. Ad oggi in Italia non si conosce l'effettiva percentuale di persone che non si riconoscono nella categorizzazione di identità maschile o femminile. L'ultimo studio italiano valido è stato condotto oltre 10 anni fa e i dati sono basati su un sottogruppo della popolazione transgender. Lo studio più recente in Europa risale al 2018 in Germania e riconosce tra le persone transgender intervistate il 18% si definisce non binario. Un aspetto positivo è che attualmente si stanno rielaborando i dati dello studio italiano SPOT, iniziato nel 2018. Questo studio è una indagine della popolazione italiana che prevede la compilazione di un questionario online anonimo per la stima della popolazione transgender in Italia. I dati preliminari (sui primi 20.500 questionari) riportano un non binarismo nel 10% della popolazione assegnata al genere maschile alla nascita e del 8% della popolazione assegnata al genere femminile alla nascita [40]. È fondamentale portare oggi in Italia delle informazioni statistiche e oggettive sulla popolazione di genere non conforme per eliminare il rischio che questa tematica venga ignorata e i diritti delle persone non vengano riconosciuti.

### La comunicazione insufficiente

Il secondo aspetto emerso dalle analisi è la mancanza di informazioni. Risulta necessario migliorare la comunicazione del tema e far sì che riesca a raggiungere una fetta importante della popolazione. Evitando il dilagare di narrazioni stereotipate per favorire la comprensione e l'accettazione delle diverse realtà. Allontanare con la conoscenza le narrative generalizzate della società tradizionale e dei mass media che contengono specifiche idee sulle esperienze di un individuo transgender come idee di transizione medica, la frase essere nato nel corpo sbagliato, o domande sul sesso o sui genitali.

### La carenza di safe-spaces

Infine è emerso il bisogno di fornire alle persone non binarie e di genere o espressione non conforme alla norma degli spazi sicuri sempre maggiori e ben organizzati per poter raccontare la loro verità e eliminare il rischio di invisibilità. Un passo avanti è quello di assicurare l'esistenza di piattaforme su cui potersi raccontare, essere se stessi senza ostacoli, esprimere il proprio essere senza pregiudizi. Offrire la possibilità alle testimonianze di tutte le persone di occupare sempre più spazi della quotidianità è un invito per ciascun individuo a mettere in discussione le tradizioni normative da cui siamo circondati e scardinare il sistema di limiti e imposizioni.

# IL RUOLO DEL DESIGN

## Il ruolo del design

**Il design è un ambito nel quale si ricerca l'innovazione e ritengo che uno dei settori nel quale questa evoluzione sia più necessaria sia proprio l'approccio culturale al genere.**

L'approccio del design inteso come un processo che parte dalla progettazione fino alla distribuzione del prodotto o servizio al cliente fino a pochi anni fa e in parte tuttora sta invece sfruttando gli stretti limiti del binarismo e li ha rafforzati. Secondo Powers con un approccio che consiste nel segmentare i consumatori in base al loro genere e nell'adattare uno o più elementi del marketing mix (prodotto, prezzo, promozione, luogo) in base agli stereotipi di genere [41]. Il presupposto alla base della pratica di una progettazione di genere è che i consumatori sono più ricettivi ai prodotti o alla comunicazione su misura per il loro genere. Tuttavia, questa ipotesi è messa in discussione da due grandi cambiamenti della società.

I ruoli di genere tradizionali stanno sfumando. Ad esempio nel mondo del lavoro ci stiamo liberando dei preconcetti che associano tutte le attività domestiche alla sfera esclusivamente femminile, in un approccio di neutralità ed uguaglianza di capacità e opportunità.

La generazione più giovane di consumatori contesta la classificazione binaria di genere. Un sondaggio ha rivelato che il 50% dei millennial considera il genere uno spettro. Di conseguenza, le millennial tendono a distogliere lo sguardo dai marchi che praticano il marketing di genere, disapprovando la loro mancanza di inclusione di tutte le consumatrici.

Inoltre, sono state sollevate preoccupazioni etiche sull'approccio di un design di genere, in particolare come responsabile del rafforzamento degli stereotipi di genere [42]. Ritraendo donne e uomini nei ruoli di genere tradizionali, viene infatti perpetuata l'idea che tali ruoli siano le norme, andando invece contro i cambiamenti sociali sopra menzionati. Un'altra pre-

occupazione dei consumatori riguarda l'equità del marketing di genere, in particolare quando un prodotto rivolto a un genere è più costoso del prodotto equivalente rivolto all'altro genere, con un riferimento alla pink tax [43].

Ancora oggi, anche in ambiti pienamente inseriti nella rivoluzione digitale, gli stereotipi di genere sono rinforzati, ad esempio nei filtri che ti permettono di "scambiare" visivamente il genere tra maschile e femminile o le richieste di dichiarare il proprio genere (spesso con la sola opzione di scelta tra uomo e donna, o l'opzione "altro") durante la creazione di un profilo utente, con un approccio volto a censurare ogni differenza.

Onorare la diversità di genere non significa rendere tutto neutrale rispetto al genere. Non credo nel forzare la fluidità di genere su tutti o eliminare del tutto il concetto di genere. Voglio semplicemente invitare a coltivare più creatività, immaginazione e scelta nella pratica. L'obiettivo è più legato a personalizzare gli elementi della progettazione in un modo che risuoni con ciò che i consumatori desiderano profondamente, invece di presumere che i bisogni e i desideri dei consumatori dipendono esclusivamente dal loro genere.

Come designer, possiamo usare la nostra creatività per andare oltre il 100% maschile e il 100% femminile. Possiamo immaginare mondi al di fuori del rosa e del blu e introdurre la scelta e il libero arbitrio per tutti. Ispirazione può inevitabilmente essere trovata nei lavori e le risorse fornite da punti di riferimento queer e trans nei diversi ambiti, che da anni chiedono questo cambiamento.

## Casi studio

**Ho identificato due principali macro approcci utilizzati nel momento in cui il design sceglie di essere inclusivo.**

**Approccio di rappresentazione:**  
una progettazione ed un'estetica che mira alla molteplicità. Un linguaggio visivo polifonico con una vasta gamma di colori, trame, forme, simboli, narrazioni, per permettere a chiunque di essere coinvolto. L'identità di genere è uno spettro vasto e complesso, quindi un vocabolario visivo che può essere mescolato e abbinato in base al desiderio di un individuo è fondamentale.

**Approccio neutrale:**  
l'obiettivo è l'inclusione attraverso una produzione che possa essere fruibile e comprensibile universalmente, indipendentemente dall'identità di genere e/o l'espressione di genere, progetti neutrali e aperti all'interpretazione. Si creano dei progetti che non partano dall'identificazione dell'identità di genere delle fruitrici, ma da un approccio neutrale rispetto al genere.

Ho proceduto quindi ad individuare 40 casi studio di progetti con elementi o finalità di inclusività a livello di genere ed espressione di genere, in grado di superare la barriera del binarismo. L'obiettivo è quello di identificare un panorama della situazione e del lavoro già effettuato sull'argomento, per individuare possibili ambiti di progetto.

Ogni caso studio è stato analizzato nell'aspetto grafico e contenutistico.

Di seguito il layout base per l'analisi dei progetti.

**01 - Archer Magazine**

USA, 2018-corrente

Middleton A., Bellamy R., Moroney H.

Una pubblicazione pluripremiata su sessualità, genere e identità. Pubblicato due volte l'anno a Melbourne, con particolare attenzione alle voci meno ascoltate e all'unicità delle esperienze.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** Editoria

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Cartaceo

Sito web

Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.1 - Undersea Creative, 2020, Archer Archive



**02 - Bodies that matter**

Germania, 2017

Guido Castagnoli

Un progetto sulla libertà di espressione. Ispirato dalla teorica americana del genere Judith Butler, la serie indaga sulla giovane e frizzante comunità LGBTQ+ a Berlino.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** Fotografia

**Target:** Giovane adulte, adulte

**Strumenti:** Cartaceo

Sito web

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.2 - Campagnoli G., 2017, Bodies that matter



**03 - Extrabold**

USA, 2021

Lupton E., Kafei F., Tobias J., Sales K.

Una guida femminista, inclusiva, antirazzista e non binaria per il graphic design che da spazio e voce a testimonianze delle più diverse realtà.

**Categoria:** Educazione

**Ambito di design:** Editoria

**Target:** Giovane designer

**Strumenti:** Cartaceo

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio

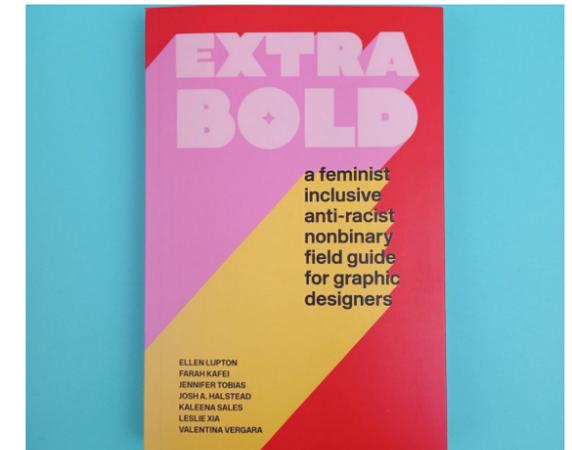


Fig 5.3 - Princeton Architectural P., 2021, Princeton Publication



**04 - Hair has no gender**

USA, 2021

Pantene

Campagna in collaborazione con la comunità transgender e non conforme al genere, per esplorare il potere dei capelli di esprimere la propria identità. Lo spot pubblicitario racconta le storie di 5 persone con identità di genere non tradizionale attraverso l'incontro e il rapporto con le loro famiglie.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** Produzione video

**Target:** Giovane adulte, adulte

**Strumenti:** Youtube - Instagram - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.4 - Shraya V., 2021, Pantene



## 05 - I am Jazz

USA, 2015-corrente

Garbutt T., Goode J., Aengus J.

Serie televisiva americana su una ragazza transgender di nome Jazz Jennings. La serie presenta Jazz e la sua famiglia che affrontano il tipico dramma adolescenziale, in particolare le sfide di giovani transgender.

**Categoria:** Divertimento

**Ambito di design:** Produzione video

**Target:** Adolescenti

**Strumenti:** Youtube

Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Elementi

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.5 - TLC, 2019, TLC GO



## 06 - A Journey of Digital Introspection I

USA, 2020

Marcel/a Baltarete

Una serie di brevi animazioni raffiguranti il designer come esseri ultraterreni per alleviare e interrogare i suoi sentimenti di disforia di genere.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** modellazione 3d

**Target:** Comunità LGBTQIA+, designer

**Strumenti:** Youtube

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio

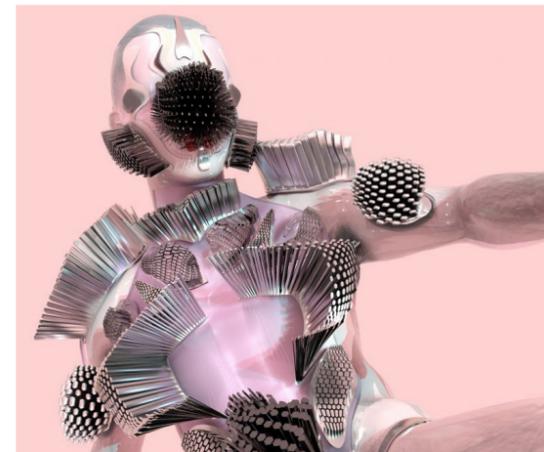


Fig 5.6 - Marcel/a Baltarete, 2020, A Journey of Digital Introspection and Relief



## 07 - Non binary wiki

USA, 2017 - corrente

Ondo

Sito web che permette a ciascuno degli utenti di aggiungere nuovi contenuti o di modificare quelli già esistenti dedicati alle identità di genere non binarie.

**Categoria:** Educazione

**Ambito di design:** UI/UX

**Target:** Comunità LGBTQIA+, Adolescenti

**Strumenti:** Sito web

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.7 - Ondo, 2017, Nonbinary Wiki



## 08 - Queer culture guide

Italia, 2020

Posani

Una guida illustrata alla cultura queer, che gioca con grafiche divertenti e un linguaggio sagace e immediato.

**Categoria:** Educazione

**Ambito di design:** Editoria

**Target:** Giovane adulte, Comunità LGBTQIA+

**Strumenti:** Cartaceo

Sito web

Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.8 - Queer Team, 2020, Posani



### 09 - Queer Design Club

USA, 2021  
McMillan A., Skinner W.

Una community in cui i designer LGBTQIA+ possono celebrare i loro contributi all'industria del design, condividere il loro lavoro e connettersi tra loro.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** UX/UI

**Target:** Comunità LGBTQIA+, Designer

**Strumenti:** Sito web  
Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.9 - Queer Design Team, 2021, Queer Design Archive



### 10 - RuPaul's Drag Race

USA, 2015 - corrente  
Guido Castagnoli

Un reality show statunitense che si basa su una competizione tra drag queen, si lascia spazio alle concorrenti per parlare delle proprie esperienze.

**Categoria:** Divertimento

**Ambito di design:** Produzione video

**Target:** Giovane adulte, Comunità LGBTQIA+.

**Strumenti:** Youtube  
Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.10 - VH1, 2017, FANDOM TV Community



### 11 - Ryan Jacobs TV

USA, 2019-corrente  
Jacobs R.

Canale youtube sull'esperienza di un giovane ragazzo trans, che racconta in prima persona le proprie difficoltà e speranze e offre consigli sull'esplorazione dell'identità di genere.

**Categoria:** Divertimento

**Ambito di design:** Produzione video

**Target:** Giovane, Comunità LGBTQIA+

**Strumenti:** Youtube  
Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.11 - Immagine dal profilo instagram di Ryan Jacobs, 2021



### 12 - We belong to something beautiful

USA, 2021  
Sephora

Campagna pubblicitaria che coinvolge la comunità transgender e non binary, collaborando con modelle di genere non conforme e riportando i loro pronomi sulle pubblicazioni.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** Produzione video

**Target:** Giovane adulte, amanti del makeup

**Strumenti:** Youtube - Instagram - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.12 - Shraya V., 2021, Pantene



### 13 - We are who we are

Italia, 2020  
Guadagnino L.

Mini serie televisiva che racconta una storia di formazione incentrata su due adolescenti americani che, insieme alle loro famiglie composte da militari e civili, vivono in una base militare americana in Italia, tra i temi centrali vi è la scoperta della propria identità di genere con diverse testimonianze.

**Categoria:** Divertimento

**Ambito di design:** Produzione video

**Target:** Adolescenti, Giovane adulte

**Strumenti:** Youtube

Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Elementi

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.13 - Guadagnino, Post instagram pubblicitario, 2020



### 14 - Toca Hair Salon 3

USA, 2022  
Toca Boca

App creativa ambientata in un negozio da parrucchiere. I personaggi da modellare non sono solo femminili. La scelta dei personaggi è vasta e caratterizzata da individui androgini. Tutti i personaggi hanno le stesse possibilità, si possono utilizzare gli stessi colori di capelli, strumenti per lo styling e accessori.

**Categoria:** Giocattoli

**Ambito di design:** UI/UX

**Target:** Bambine

**Strumenti:** App

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Elementi

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.14 - Grafica per l'applicazione, USA 2022



### 15 - Ze Bodour Babylon

Australia, 2020  
Atelier Adam Nathaniel Furman

Uno spazio espositivo che funge da celebrazione in pieno technicolor di persone che si mescolano e si incontrano nello spazio, con il desiderio di rappresentare ciascuna persona in una festa di colori.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** Architettura

**Target:** Amanti dell'arte

**Strumenti:** Installazione

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.15 - Furman, Australia 2020



### 16 - Creatable World

USA, 2019  
Mattel

Collezione di bambole giocattolo che sfidano le concezioni tradizionali di femminilità proponendo una serie di personalizzazioni dai capelli agli accessori dando la possibilità di creare una bambola unica e personalizzabile.

**Categoria:** Giocattoli

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Bambine

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Rappresentazione

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.16 - Manifesto pubblicitario Mattel, 2021



## 17 - Aesop

Australia, 2019

Aesop

Brand di prodotti di bellezza caratterizzato da semplicità e colori base, che sposta il focus dal "genere" alla "funzione", in un territorio che comprende concetti più stimolanti e trasversali quali l'efficacia, il piacere sensoriale, il valore della consulenza.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Giovane adulte, Adulte

**Strumenti:** Sito web

Instagram - Facebook - Twitter

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.17 - Ason Campaign 2021



## 18 - Rigamajig Junior

USA, 2020

Cas Holman

Un giocattolo per bambini con l'obiettivo di lasciare una grande libertà, che non mira a un preciso genere, che ispira il gioco costruttivo, il pensiero fantasioso e le interazioni cooperative.

**Categoria:** Giocattoli

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Bambine

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio

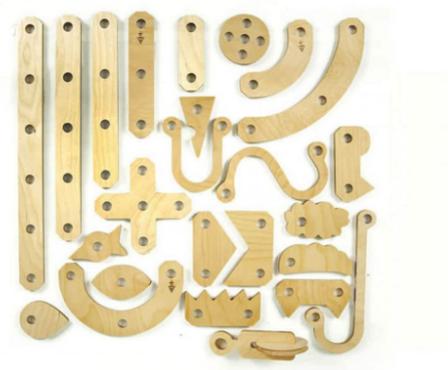


Fig 5.18 - Immagine di Rigamajig Junior.  
2021, Sito web Cas Holman.



## 19 - Casa Maria

Portogallo, 2021

Studio Bureau

Il progetto di un appartamento volutamente gender-neutral, flessibile e fuori dai canoni, una critica all'omologazione, nato da riflessioni dei progettisti sui temi dell'architettura e dell'identità.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** Architettura

**Target:** Designer, Adulte

**Strumenti:** Esposizione

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio

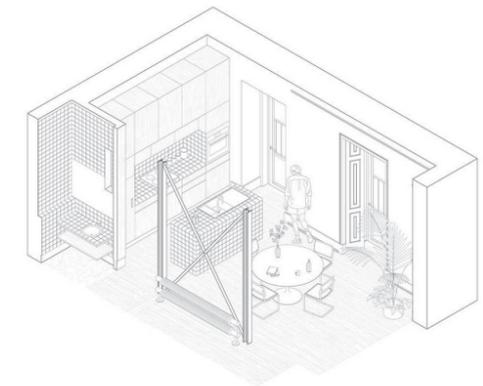
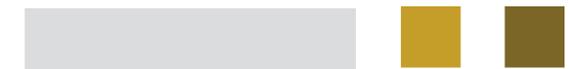


Fig 5.19 - Rappresentazione grafica di Casa Maria,  
2021, Dazeen.



## 20 - Clue Period Tracker

USA, 2021

Pantene

L'applicazione è un tracker per le mestruazioni progettata per chiunque mestrua, senza distinzioni di genere, è caratterizzata da un linguaggio, design e prodotto gender neutral.

**Categoria:** Salute

**Ambito di design:** UI/UX

**Target:** Giovane adulte, adulte che mestruano

**Strumenti:** App

Youtube - Instagram - Twitter

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.20 - Immagine pubblicitaria per Clue Track, 2021



## 21 - Cas Holman

America, 2018

Holman Studio

Designer statunitense, negli ultimi anni si è dedicata alla progettazione di giocattoli per bambini che ispirano la creatività e l'inclusività. Trascendono il concetto di identità di genere e si concentrano solo sull'aspetto "fantastico" del gioco.

**Categoria:** Giocattoli

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Bambine

**Strumenti:** Prodotti

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.21 - Cas Holman's Toys, 2020



## 22 - EDITHMARCEL

Italia, 2015

Gianluca Ferracin e Andrea Masato

Il brand realizzato da un architetto e un fashion designer produce vestiti agender, basati su uno studio dei corpi femminili e maschili che porta i tessuti ad adattarsi ed essere comodi indipendentemente dal sesso.

**Categoria:** Fashion design

**Ambito di design:** Moda

**Target:** Giovane, Adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.22 - Collezione Edithmarcel, 2020



## 23 - Enby Wildflowers

America, 2019

Amy + Nick Studio

Sex toy progettato per adattarsi a qualsiasi tipo di corpo, favorisce l'educazione sessuale inclusiva e preserva il rispetto dell'intimità e della privacy delle persone.

**Categoria:** Sex product

**Ambito di design:** prodotto

**Target:** Adulte

**Strumenti:** prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.23 - Enby Wildflowers, 2019



## 24 - HumanRace

America, 2020

Pharrell Williams

HumanRace è una linea di prodotti, in particolare per la cura del corpo, creata dal noto rapper e produttore americano Pharrell Williams, al fine di promuovere l'uguaglianza tra le persone e con la missione di diventare sempre più economica.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** prodotto

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Sito web

Youtube - Instagram - Twitter

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.24.- Prodotti skincare Humanrace, 2020



## 25 - Levis unisex

America, 2020

Levis

Nel 2020 la nota azienda di prodotti di abbigliamento e jeans ha creato un catalogo gender neutral, mostrando come i propri prodotti possono adattarsi alle persone a prescindere dal loro genere.

**Categoria:** Prodotto

**Ambito di design:** Moda

**Target:** Giovane, Adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.25 - Collezione Levis Unisex, 2020



## 26 - Maude sex essentials

America, 2022

Maude

La Maude è un'azienda che crea sex toys moderni, con un design accattivante ma mai banale, basato sulla rottura delle barriere di genere convenzionali e adatto a tutti.

**Categoria:** Sex product

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.26. Campagnoli G., 2017, Bodies that matter



## 27 -Mémoire d'une Odeur

Italia, 2019

Gucci

Mémoire d'une Odeur è un profumo lanciato da Gucci nel 2019 che con la sua fragranza unica promette di trascendere il concetto di genere e adattarsi a tutti i corpi.

**Categoria:** Arte e cultura

**Ambito di design:** Beauty

**Target:** Giovane adulte, Adulte

**Strumenti:** Esposizione

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 2.27 - Manifesto pubblicitario Gucci, 2019



## 28 - Pleasing

America, 2021

Harry Styles

Pleasing è una linea gender neutral di cosmetici e prodotti per il corpo lanciata dal famoso cantautore americano Harry Styles con l'obiettivo di superare il concetto di binarismo nel mondo dei cosmetici.

**Categoria:** Salute

**Ambito di design:** UI/UX

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.28 - Pleasing spot, 2021



## 29 - Sam Farmer

UK, 2015

Sam Farmer products

Brand di prodotti di bellezza sostenibili e non testati su animali, di recente ha iniziato una campagna di sensibilizzazione sull'utilizzo di cosmetici gender neutral.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Giovane adulte, Adulte

**Strumenti:** Prodotto

Sito web

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.29 - Spot pubblicitario Unisex, , 2015



## 30 - Say no Mo

Ucraina, 2020

Say no Mo company

Salone di bellezza progettato da un gruppo di architetti, la particolarità è che il design gioca sulla neutralità e sull'inclusività, abbattendo gli stereotipi di genere che si trovano tipicamente in questi luoghi.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** Ambient design

**Target:** Giovane adulte, Adulte

**Strumenti:** Architettura

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.30, Interno Say no Mo, 2020



## 31 -Selfridge

Londra, 2015

Faye Toogood

Retail gender neutral progettati da Faye Toogood nel 2015, l'obiettivo era quello di rappresentare il mondo dello shopping come a-gender.

**Categoria:** Moda

**Ambito di design:** Ambient design

**Target:** Giovane adulte, Adulte

**Strumenti:** Esposizione

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.31 - Salone Selfridge, 2015



## 32 - Telfar clothing

USA, 2002

Telfar

Designer di abiti e precursore del movimento non binary, Telfar credeva che gli abiti dovessero essere unisex perchè sono un prodotto che prescinde dal concetto di genere.

**Categoria:** Moda

**Ambito di design:** Fashion design

**Target:** Giovane adulte, adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.32 - Sfilata collezione Telfar clothing, 2002



### 33 - Tell me why

America 2020

Dontnod Entertainment

Tell Me Why è un videogioco di genere avventura grafica che parla di una storia d'amore con protagonisti transgender. Il videogioco ha riscontrato particolare fama poichè primo a parlare di questa tematica nell'ambiente videoludico.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** Prodotto

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Videogioco

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.33 - Copertina del gioco Tell me why, 2020



### 34 - RenaiXance

USA, 2021

The Fabricant

Progetto di fashion design sviluppato dall'azienda The Fabricant per ricreare vestiti non-binary e gender fluid ispirandosi a modelli medievali. La collezione è stata creata digitalmente e poi venduta come NFT.

**Categoria:** Moda

**Ambito di design:** Fashion Design

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Prodotto

Sito web

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.34 - Screenshot RenaiXance, 2021



### 35 - Toro play kitchen

America, 2019

Ferm living

Toro play kitchen è una cucina giocattolo per bambine, pensata per essere divertente e piacevole a tutti indifferentemente dalla propria identità di genere.

**Categoria:** Giocattoli

**Ambito di design:** Product design

**Target:** Bambine

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 2.3. Princeton Architectural P., 2021, Princeton Publication



### 36 - TUTA

Italia, 2020

IED

La TUTA è un progetto gender neutral dello IED volto a sperimentare un nuovo tipo di abbigliamento che non interessa l'identità di genere ma la comodità del capo.

**Categoria:** Moda

**Ambito di design:** Fashion design

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro tono caldo



funzione messaggio



Fig 5.36 - TUTA dello IED, 2020



### 37 - Wodify

America, 2022

Wodify app

Wodify è un'applicazione per fare fitness con un servizio molto particolare, infatti questa è la prima app ad introdurre un coach per allenamenti per persone gender neutral.

**Categoria:** Everyday life

**Ambito di design:** UX/UI

**Target:** Giovane adulte, Adulte

**Strumenti:** App

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.37 - spot Wodify, 2022



### 39 - Q

Copenhagen, 2019

Genderless Voice

Q è un assistente vocale come Siri, Alexa e tanti altri ma con una particolarità, ha una voce completamente genderless, serve ad abbattere le barriere e gli stereotipi sociali di genere.

**Categoria:** Everyday living

**Ambito di design:** UI/UX

**Target:** Adulte

**Strumenti:** Strumento

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio

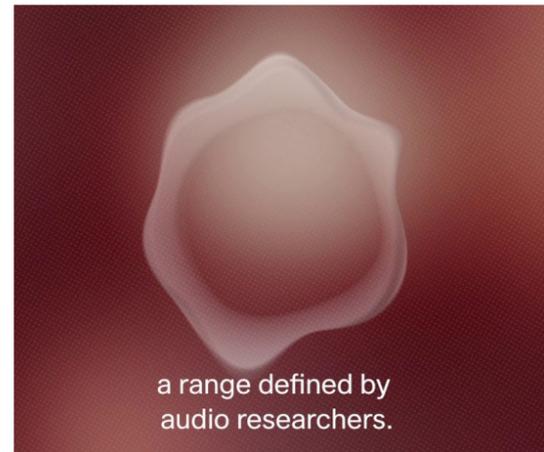


Fig 5.39 - Screenshot di Q, 2019



### 38 - This unique

Italia, 2021

This unique company

Azienda che produce assorbenti sostenibili, completamente biodegradabili e con una comunicazione gender neutral pensata per le persone transgender che riescono meglio ad identificarsi col prodotto.

**Categoria:** Prodotto

**Ambito di design:** Salute

**Target:** giovane Adulte

**Strumenti:** Prodotto

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Obiettivo

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.38 - Campagna pubblicitaria This unique, 2021



### 40 - The ordinary

USA, 2020

The ordinary company

The ordinary è un brand di cosmetici e prodotti per barbe che ha deciso di rinunciare ad una comunicazione gender based per passare ad un approccio neutro e inclusivo.

**Categoria:** Beauty

**Ambito di design:** prodotto

**Target:** Giovane adulte

**Strumenti:** Prodotto

Sito web

**Approccio:** Neutralità

**Inclusività:** Elementi

tono neutro

tono caldo



funzione

messaggio



Fig 5.40 - Spot per The ordinary, 2020



## L'analisi dei casi

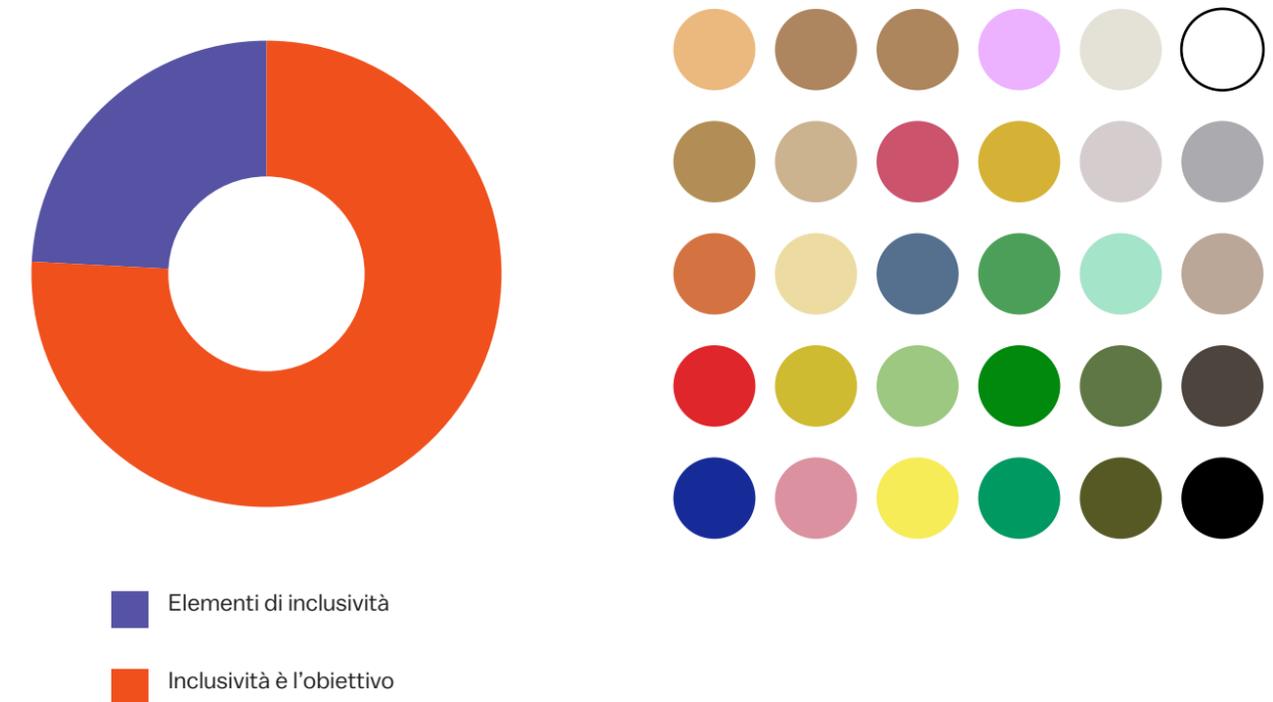
Sono stati individuati un totale di 40 casi studio, suddivisi rispettivamente in 16 progetti che applicano l'approccio di rappresentazione e 34 con un approccio gender-neutral.

### APPROCCIO DI RAPPRESENTAZIONE



Per quanto riguarda i 15 casi studio con approccio di rappresentazione, la maggior parte nascono con l'obiettivo di comunicare l'inclusività di genere, 3 di essi presentano soltanto alcuni elementi che assicurano l'inclusività, senza che essa sia il centro del progetto. I colori che caratterizzano questi progetti sono in una gamma molto ampia, che spazia attraverso la ruota cromatica. I colori infatti sono utilizzati per comunicare la molteplicità di individui ed esperienze da rappresentare, cercando di creare un arcobaleno che possa accogliere ciascuno. Sono molto presenti colori accesi e forti, in particolare il rosa, il verde e l'azzurro.

### APPROCCIO DI NEUTRALITÀ



Anche per quanto riguarda i casi studio con approccio gender-neutral, la maggior parte hanno l'inclusività come obiettivo di base. La palette colori che li caratterizza è invece formata da colori neutri. Il colore prevalente è il marrone nelle diverse tonalità. Le palette tendono a sfruttare sfumature dello stesso colore, con la creazione di un aspetto omogeneo e rilassante. In nessun progetto sono presenti colori come il rosa e l'azzurro, tipici rappresentanti del tradizionale binarismo.

## IL TONO E L'OBIETTIVO

Il seguente grafico dispone i 40 casi studio, divisi per colore in base all'approccio, su due assi. L'asse verticale indica l'interesse del progetto a concentrarsi e condividere prevalentemente l'aspetto di funzione o di messaggio. L'asse orizzontale va invece da un tone of voice neutro verso sinistra, ad un tone of voice caldo verso destra.

Dal grafico è possibile notare alcune tendenze.

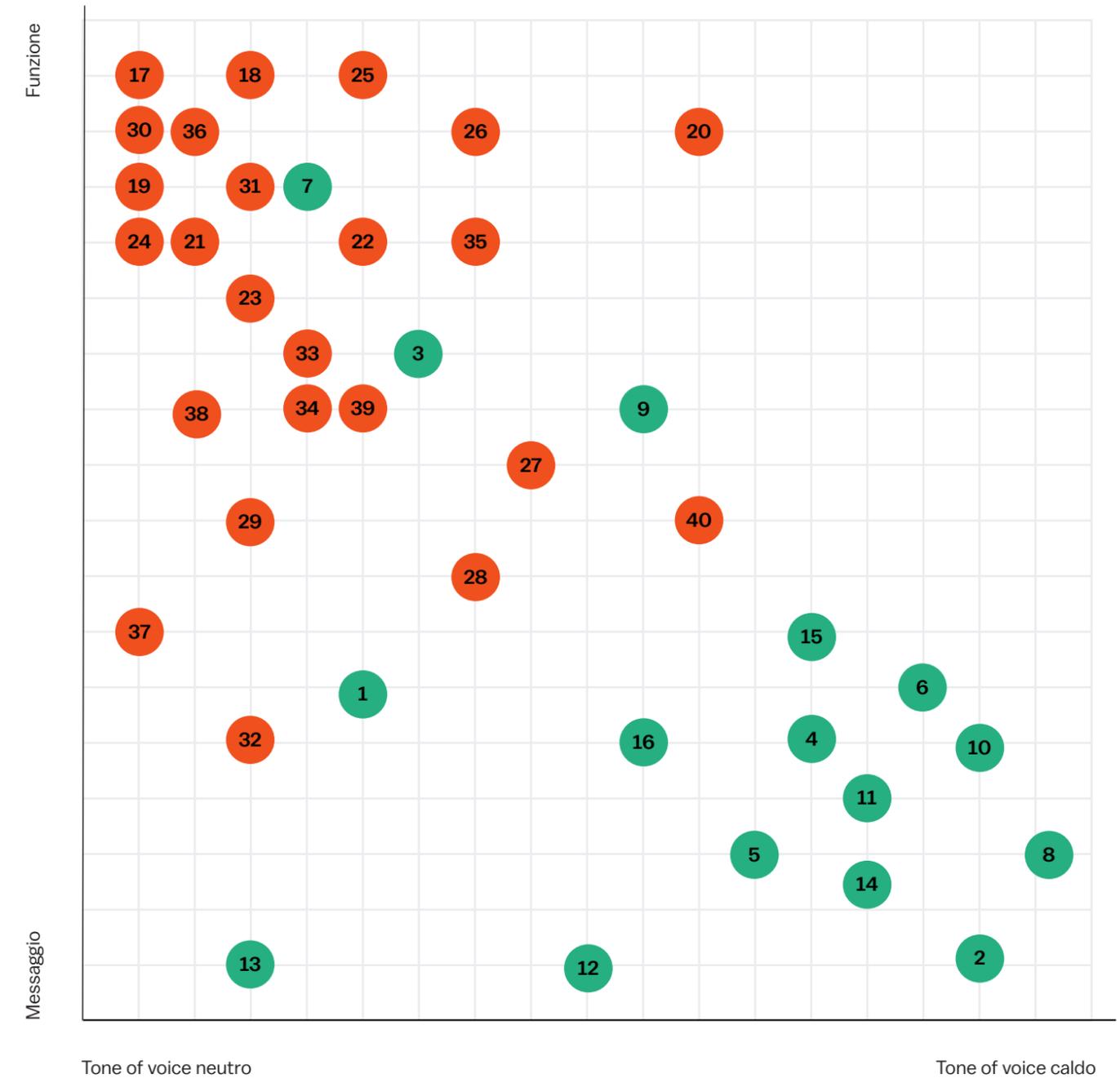
La più evidente è che la maggior parte dei progetti con approccio di rappresentazione si posizionano nella parte bassa, identificando un forte legame con la condivisione di un messaggio più che una funzione. Questi casi studio rispetto al linguaggio si posizionano prevalentemente verso destra, utilizzando prevalentemente un linguaggio caldo, raramente neutro.

I casi studi gender-neutral invece sono principalmente posizionati verso sinistra con un linguaggio che rispecchia l'approccio.

È interessante notare come nella parte superiore del grafico, che corrisponde ad una grande importanza data alla funzione, la maggior parte degli elementi si dispongono verso il sinistra. Quando la funzione è protagonista si tende a puntare quindi su un linguaggio essenziale e neutro.

Alcune aree che rimangono scoperte nel grafico sono:

- la parte superiore per quanto riguarda progetti concentrati su una funzione e non solo sulla condivisione di un messaggio, ma che sperimentano con approccio di rappresentazione.
- il quadrante destro superiore, ovvero progetti che si concentrano sulla funzione, ma attraverso un tone of voice caldo.
- la parte di sinistra per progetti di rappresentazione con un tone of voice che sceglie di essere più essenziale.



# PERSONAS

# Analisi Personas

## Gli utenti ideali

Sono state individuate 5 personas di riferimento e creati i loro identikit per rappresentare i diversi bisogni da tenere presente durante l'avanzamento del progetto. L'obiettivo è identificare i comportamenti, gli interessi, le aspirazioni e le frustrazioni degli utenti ideali per poter creare un piano perfetto per le loro caratteristiche.

La selezione è partita sulla base della conoscenza e dell'attinenza delle personas rispetto al tema dello spettro di genere e di una esperienza del genere non conforme alla norma tradizionale. I consumatori si differenziano anche per diversi livelli di interesse ad avvicinarsi e approfondire la tematica.

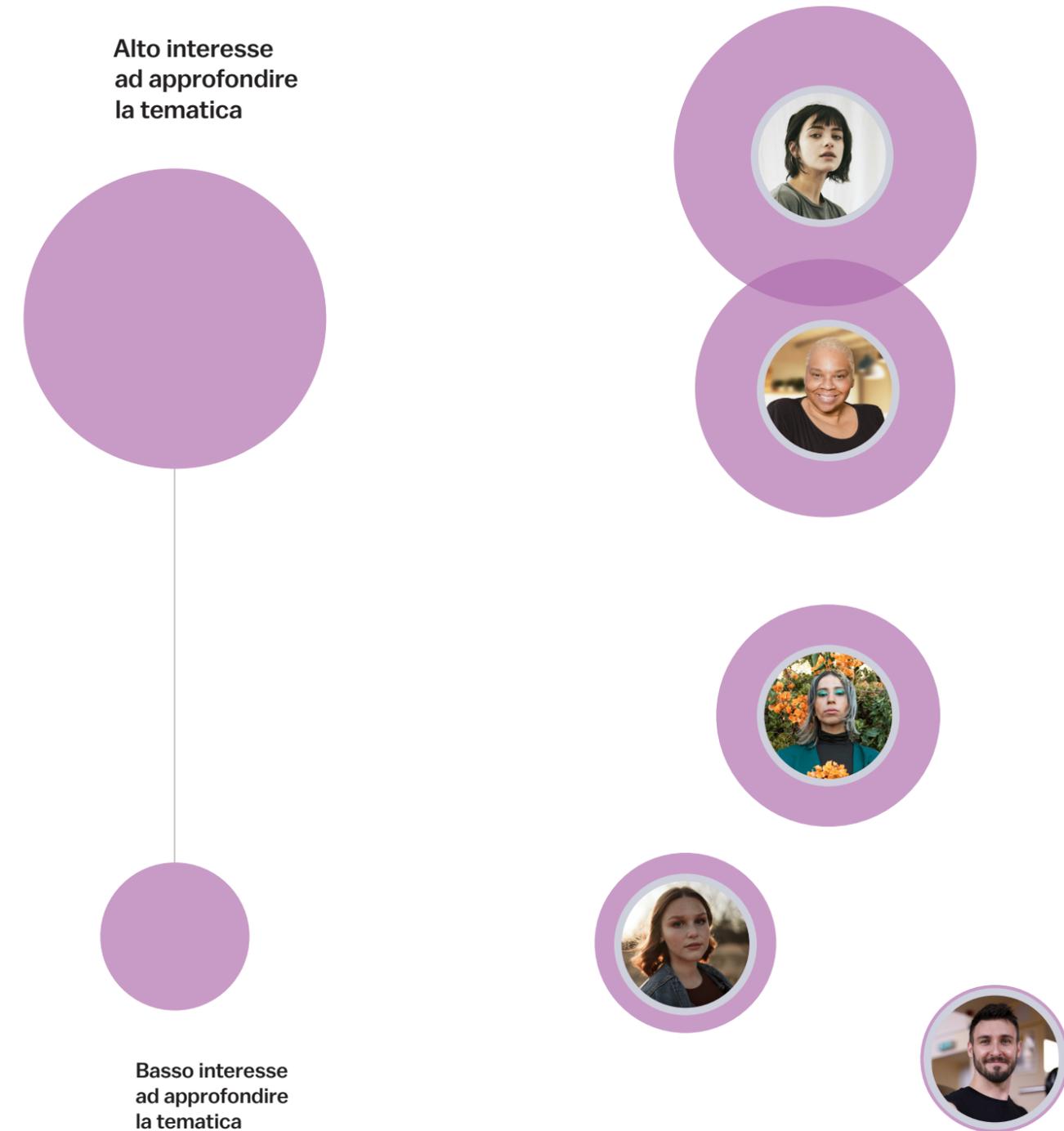
Il desiderio è quello di tracciare dei punti di partenza molto differenti tra di loro per coprire un'ampia gamma di fruitori ed avere un panorama variegato, che possa rappresentare il quadro della realtà offerto dalla analisi di scenario.

Conoscenza  
approfondita  
della tematica



Conoscenza  
nulla della  
tematica

La sfida è individuare linguaggi, forme e direzioni per poter comunicare con le cinque categorie individuate, seppur appartenenti a background diversi, e coinvolgerle attivamente verso una evoluzione comune di pensiero e atteggiamento, mantenendo alto l'interesse.



# SLINUY

L'attivista

Quale è la tua identità di genere?

*“Sono Agender.*

*Non mi identifico con nessuna delle categorie tradizionali, nè uomo nè donna e non mi sento far parte di nessuna delle segmentazioni dello spettro. Ciò che sono oggi è frutto di anni di repressione, incomprensione, analisi di me, confronto e finalmente accettazione che mi ha portato alla libertà che riesco a sentire oggi.”*



Fig. 61 - Persona con cappotto verde che guarda in camera.  
Rodnae Productions, 2020.

# SUNNY

## L'attivista

### Scenario

La ricerca e la comunicazione su temi LGBTQIA+ sono il mio pane quotidiano sia dentro che fuori dal lavoro: per me è fondamentale avere la possibilità di sentirsi libere ed esprimersi come si desidera. Sperimento costantemente con la mia espressione e amo lasciarmi guidare da ciò che sento al mattino per vestirmi e prepararmi, senza lasciare che gli abiti mi definiscano. Sono il content creator delle pagine Instagram e Twitter @nonbinaryitalia e ogni giorno mi occupo di creare nuovo materiale per la nostra community per ampliare il dialogo. Credo moltissimo nella potenza dei social, sono il presente e il futuro e ci investo per le tematiche che mi stanno a cuore.

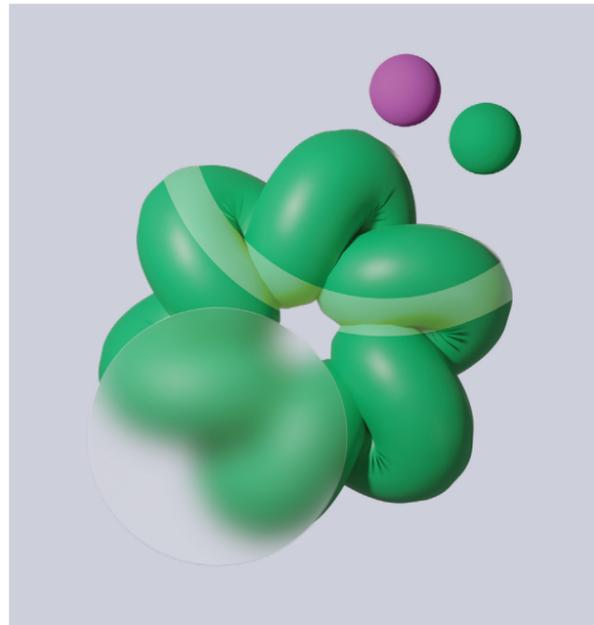
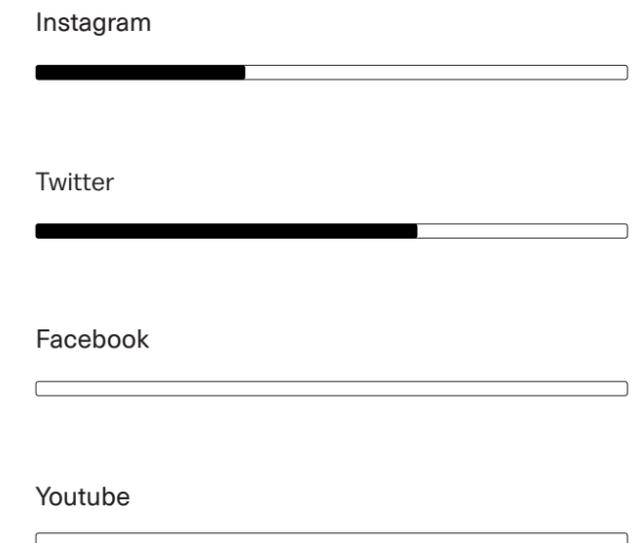


Fig. 6.2 - Rappresentazione dell'identità e dell'espressione di Sunny.  
Cfr. capitolo 09.

### Personalità



### Social utilizzati



# ANDREA

L'incompresa

Quale è la tua identità di genere?

*“Questa domanda è un po’  
difficile, ci sto pensando.*

*Non mi sento 100% donna,  
è dal lock down che questo  
pensiero mi è rimasto in  
testa, però non importa.  
Forse dovrei definirmi tale  
per non creare problemi.”*



Fig. 6.3 - Giovane ragazza in stanza bianca. Alleksana, 2021.

# ANDREA

## L'incompresa

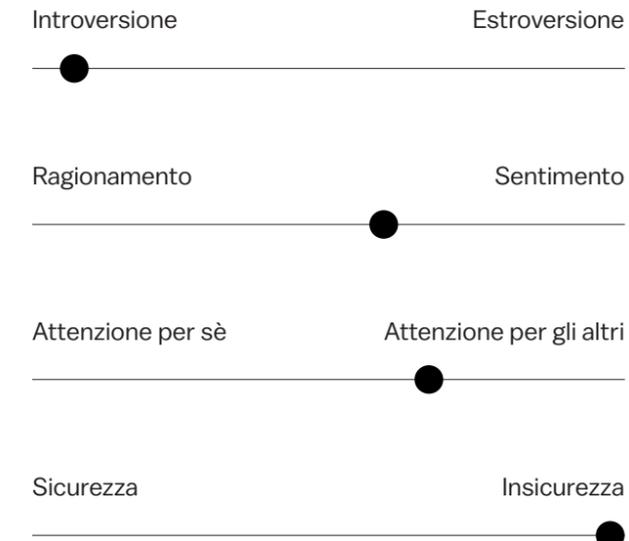
### Scenario

Sono all'ultimo anno di liceo, ma non sento di avere una vita uguale a quella dei miei compagni. Durante il periodo di lock-down ho avuto modo di passare molto tempo da sola, ed ho avuto modo di guardarmi dentro per provare a dare un nome ai pensieri che mi passavano per la testa. Sono finalmente riuscita a finire la mia serie prefe "OITNB" e cercando i personaggi online ho scoperto che Ruby Rose è genderfluid. Non conosco questa parola e da allora mi si è aperto un modo ampissimo, ma difficile da navigare da sola. Non ne ho ancora parlato con nessuno perchè non penso potrebbero capire e non conosco nessuno che prova il mio stesso disagio a dover rispettare le regole dell'essere "donna".

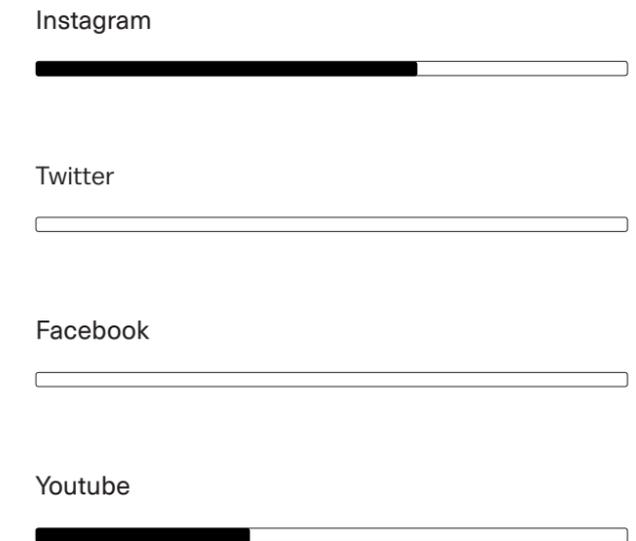


Fig. 6.4 - Rappresentazione dell'identità e dell'espressione di Andrea.  
Cfr. capitolo 09.

### Personalità



### Social utilizzati



# SUSAN

La mamma ally

Quale è la tua identità di genere?

*“Mio figlio mi ha preparato a questa domanda!”*

*Io mi identifico come genere donna. Sto provando a capirci di più, ma ci sono tanti concetti e parole nuove per me sconosciute.”*



Fig. 6.5 - Persona sorridente che utilizza il cellulare. Tancredi L., 2020

# SUSAN

## La mamma ally

### Scenario

Sono una mamma, lavoratrice, divorziata e i miei figli sono la cosa più importante che ho nella vita. Nell'ultimo periodo mio figlio più piccolo ha fatto coming-out come non binario, praticamente mi ha spiegato che non si sente più di essere un uomo, ma neanche una donna o qualcosa del genere. Io sono pronta ad accettarlo comunque perchè lo amo e sono qui per difenderlo sempre, nonostante io non sia sicura di capire ancora cosa prova e cosa significhi. Non conoscevo questo termine, ho cercato un po' su Facebook, ma è tutto nuovo per me e devo abituarci. Sono pronta a imparare il più possibile per tenere vicino a me il mio bambino e far sì che abbia tutto ciò di cui ha bisogno.

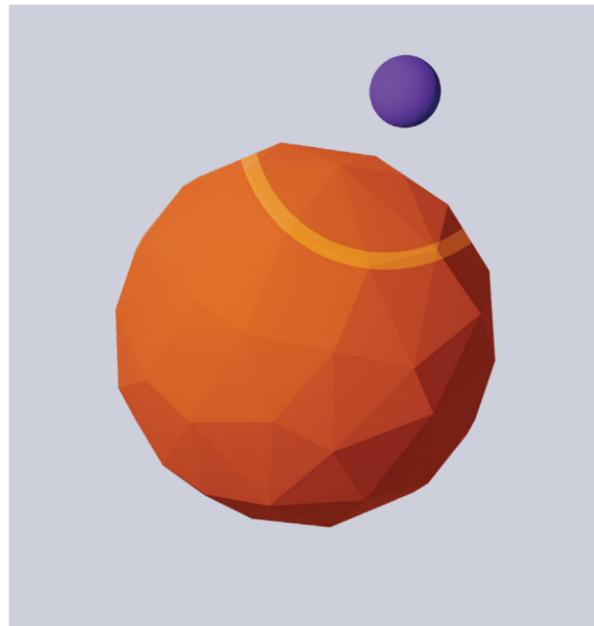
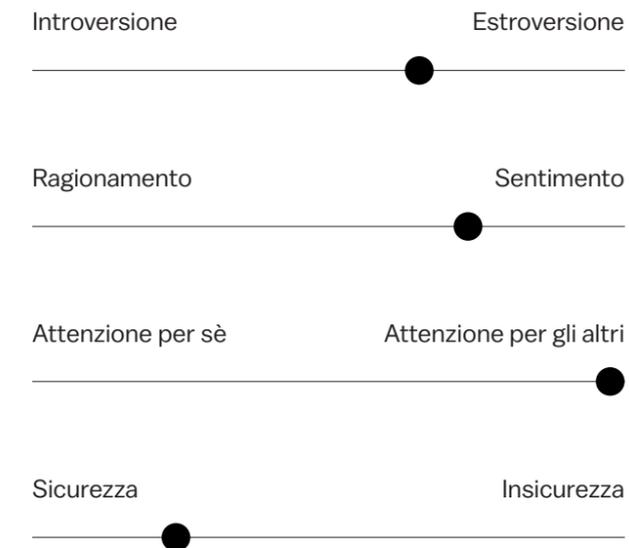
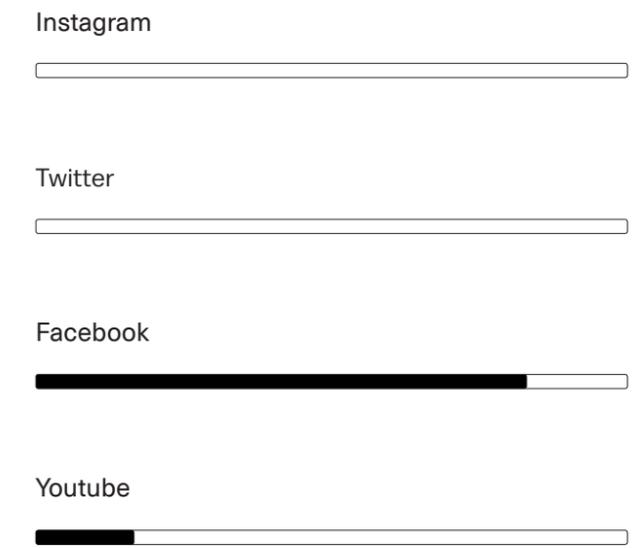


Fig. 6.6 - Rappresentazione dell'identità e dell'espressione di Susan.  
Cfr. capitolo 09.

### Personalità



### Social utilizzati



# MARIO

La mascolinità tossica

Quale è la tua identità di genere?

*“Alpha male 100”*



Fig. 6.7 - Giovane in palestra con pesi in mano. Picquadio A., 2020.

# MARIO

## La mascolinità tossica

### Scenario

La mia vita è semplice, tra palestra e lavoro cerco una ragazza sui social, ma ancora non ho avuto molta fortuna. Ormai so che su internet si possono anche trovare molte sciocchezze, è pieno di bambini e le loro nuove idee, che sono sicuramente solo mode, dei soggetti in cerca di attenzione, che mi occupo di sistemare ogni volta nei commenti dei post. Continuo a stare su Instagram solo perchè ho già 900 followers e sempre i DM pieni, ma mi distacco da certe stupidaggini che vedo.

Ultimamente ho creato un podcast con i miei amici perchè abbiamo troppe cose da dire, storie da raccontare e siamo molto divertenti con tanto da insegnare a tutti su come vivere la vita.

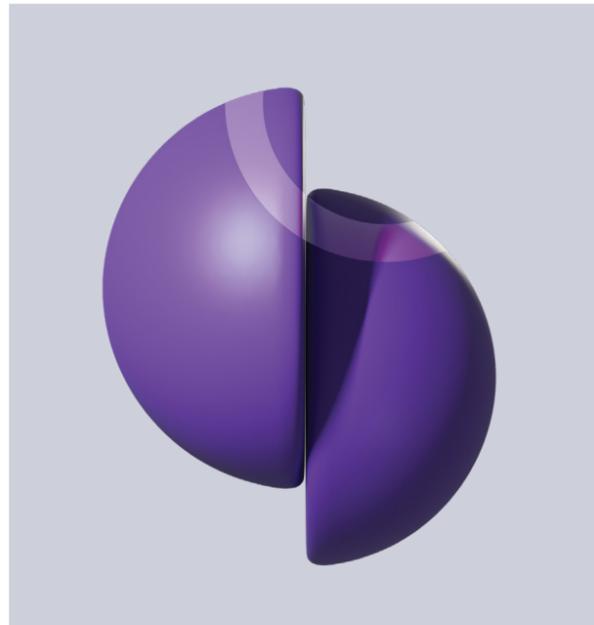
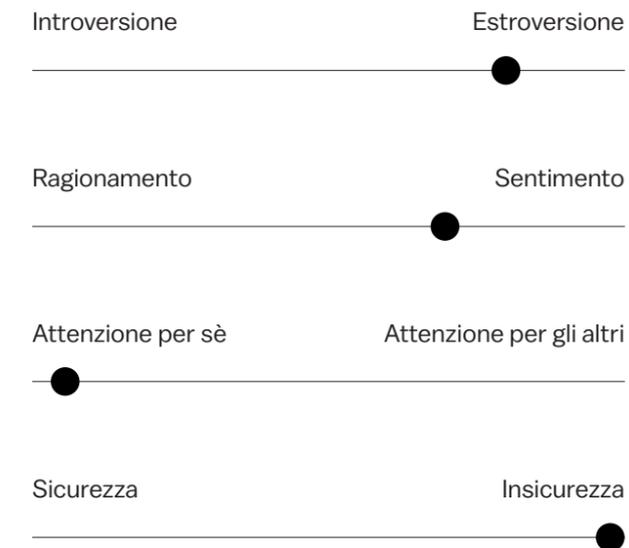
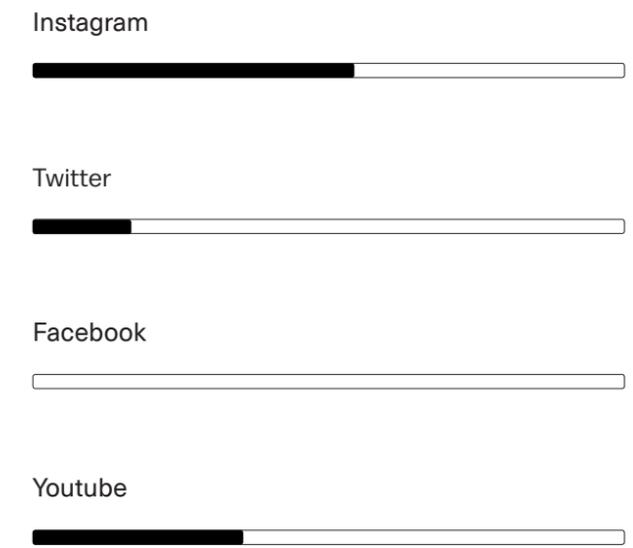


Fig. 6.8 - Rappresentazione dell'identità e dell'espressione di Mario.  
Cfr. capitolo 09.

### Personalità



### Social utilizzati



# SOFIA

La tradizionalista

Quale è la tua identità di genere?

*“In che senso?”*



Fig. 6.9 - Ragazza al tramonto con capelli corti. Caleb photos, 2022.

# SOFIA

## La tradizionalista

### Scenario

Sono cresciuta in una famiglia tradizionale e molto religiosa ed io stessa sono credente e praticante. Il rispetto e l'amore per il prossimo sono fondamentali nella mia vita e ogni giorno cerco di aiutare chi mi circonda nel mio piccolo paese. Siamo pochi abitanti, ma ci vogliamo tutti molto bene e viviamo tranquilli in armonia. Ritengo di essere parte di una nuova generazione di credenti, liberati dalle idee di oppressione e più aperti al dialogo. Non conosco nulla rispetto a identità di genere, non ne ho proprio mai sentito parlare, ma sono sempre disposta al dialogo fraterno e a conoscere nuove persone, sperando di poter essere d'aiuto.

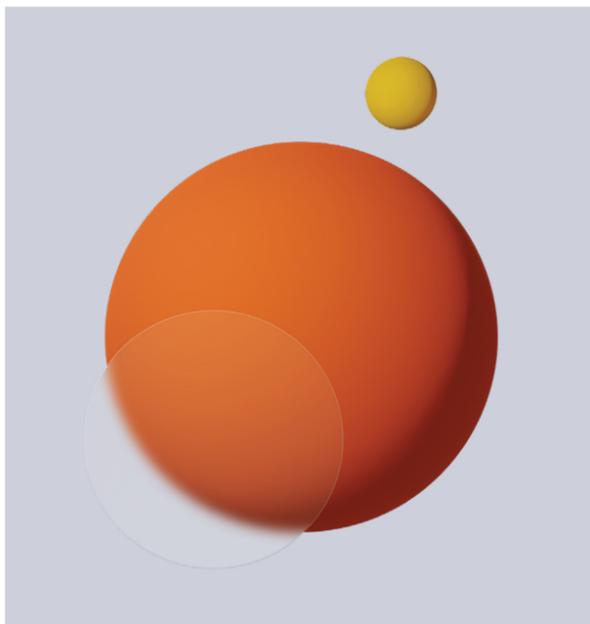
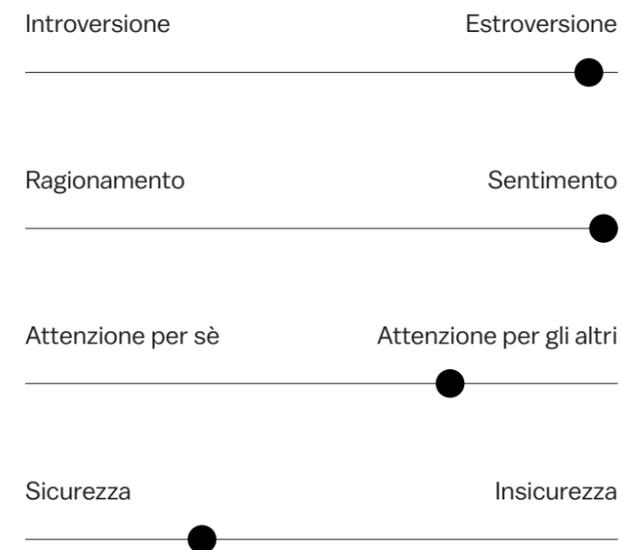
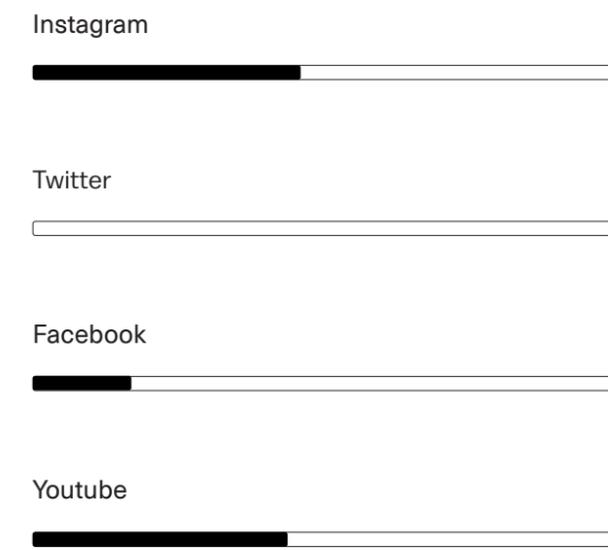


Fig. 6.10 - Rappresentazione dell'identità e dell'espressione di Sofia.  
Cfr. capitolo 09.

### Personalità



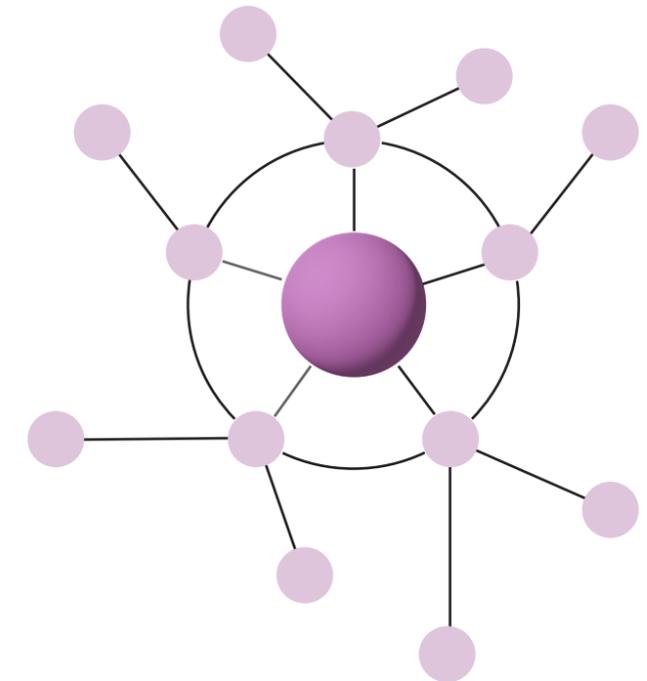
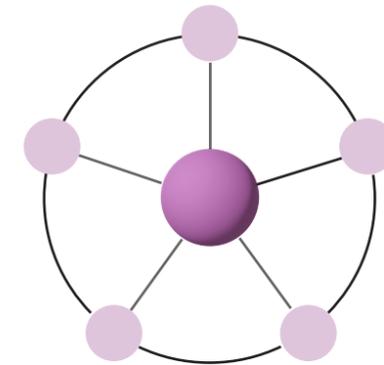
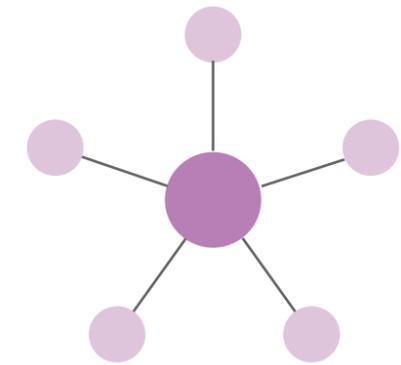
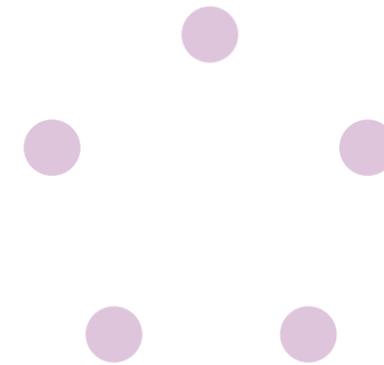
### Social utilizzati



# CONCEPT

Il progetto vuole rimediare alla mancanza di dati aggiornati italiani riguardo identità ed espressioni di genere, lasciando emergere la molteplicità e l'unicità delle singole esperienze, raccogliendole all'interno di una community.

L'obiettivo è la rappresentazione delle individualità, rendendo **ciascun utente** il protagonista della propria narrazione e al contempo la creazione di una **rappresentazione complessiva** per portare uno specchio della pluralità attuale nell'ambito della percezione del genere.



# Linee guida

## Le 4 parole chiave per il progetto

### DATA

I dati sono il mezzo che Plurali sceglie per la rappresentazione delle diverse identità non conformi. La base del progetto è la raccolta di dati contestuali e personali, con un approccio estratto dal Data Humanism, la visualizzazione degli stessi e delle relazioni che risultano tra di loro.

### COMPLESSITÀ

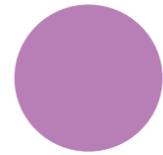
Partendo dalla scelta di dati di interesse che affrontano più variabili all'interno del sistema complesso del genere, alle scelte grafiche e di rappresentazione dei risultati, Plurali ha il compito di gestire i diversi livelli di complessità per offrire una visione complessiva chiara e accessibile.

### UNICITÀ

Le singole voci degli utenti sono amplificate dal progetto, hanno modo di prendere il proprio spazio, coinvolgendo e facendo risaltare le differenze che rendono unica ogni esperienza si ha l'occasione di rappresentare un universo differenziato, inclusivo e in continua espansione.

### CONDIVISIONE

Plurali ha l'obiettivo di alimentare il dialogo sulla tematica, favorendo la condivisione dei risultati in funzione della creazione di una community estesa e avvicinare un numero sempre maggiore di persone, in modo da avere una base dati costantemente aggiornata e ampia.



## MISSION

Dar vita a una raccolta dati su diversi aspetti del vissuto di genere, creando una rete di testimonianze di esperienze. Costruire attorno alla piattaforma dati una community di rappresentazione e dialogo creando nuovi spazi per la pluralità.



## VISION

Far emergere l'evoluzione contemporanea dell'esperienza e della concezione di identità, per costituire una solida base oggettiva della situazione, funzionale a evidenziare i bisogni rimasti inascoltati di persone che vivono una realtà di genere non conforme alla norma binaria.

# QUESTIONARIO

# Progettazione

## Le domande

La prima fase del progetto è stata la somministrazione di un questionario online attraverso un form Google. È stato scelto questo supporto per la facilità nella compilazione e condivisione, la mancanza di limiti sul numero di domande e il massimo numero di risposte e la possibilità di confrontare i risultati quando desiderato su un timesheet excell.

Il questionario è diviso in tre sezioni per guidare l'utente nella compilazione.



# Sezione 0

## Descrizione e dichiarazione di consenso informato

Il questionario si apre con una piccola introduzione del progetto, il concept e alcune indicazioni per chiarire la tematica di interesse, la durata e gli obiettivi della compilazione. Questa prima parte è funzionale per presentare l'analisi e il suo scopo a chiunque arrivi sulla pagina attraverso il link della condivisione. L'introduzione comprende anche la dichiarazione di consenso informato sulla tutela dei dati personali. Parte che assicura l'uso delle informazioni dichiarate durante il questionario solo a scopo di ricerca. Non viene inoltre mai richiesto all'interno del questionario l'inserimento di una mail per assicurare l'anonimato e in funzione di una compilazione quanto più sincera possibile.

La maggior parte delle domande richiedono una risposta obbligatoria, per rendere la raccolta efficace. Tre domande su argomenti che possono risultare "sensibili" lasciano però la possibilità di non rispondere, per evitare di creare situazioni spiacevoli.

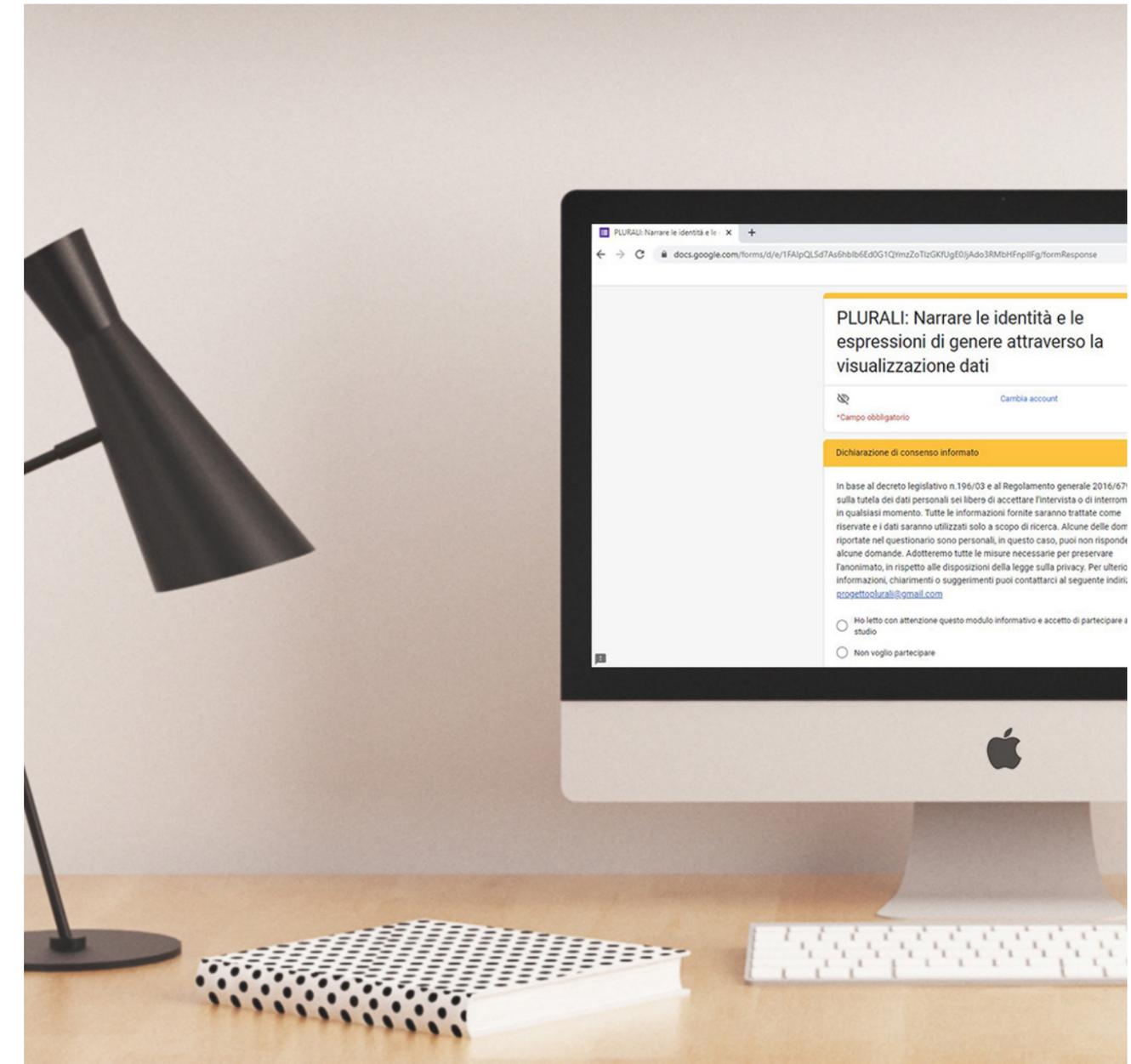


Fig. 8.1 - Mockup della sezione 0 del questionario.

# Sezione 1

## Identità di genere

La prima sezione del questionario riguarda alcuni dati generali a fine statistico e si concentra sull'analisi della identità di genere come percezione personale.

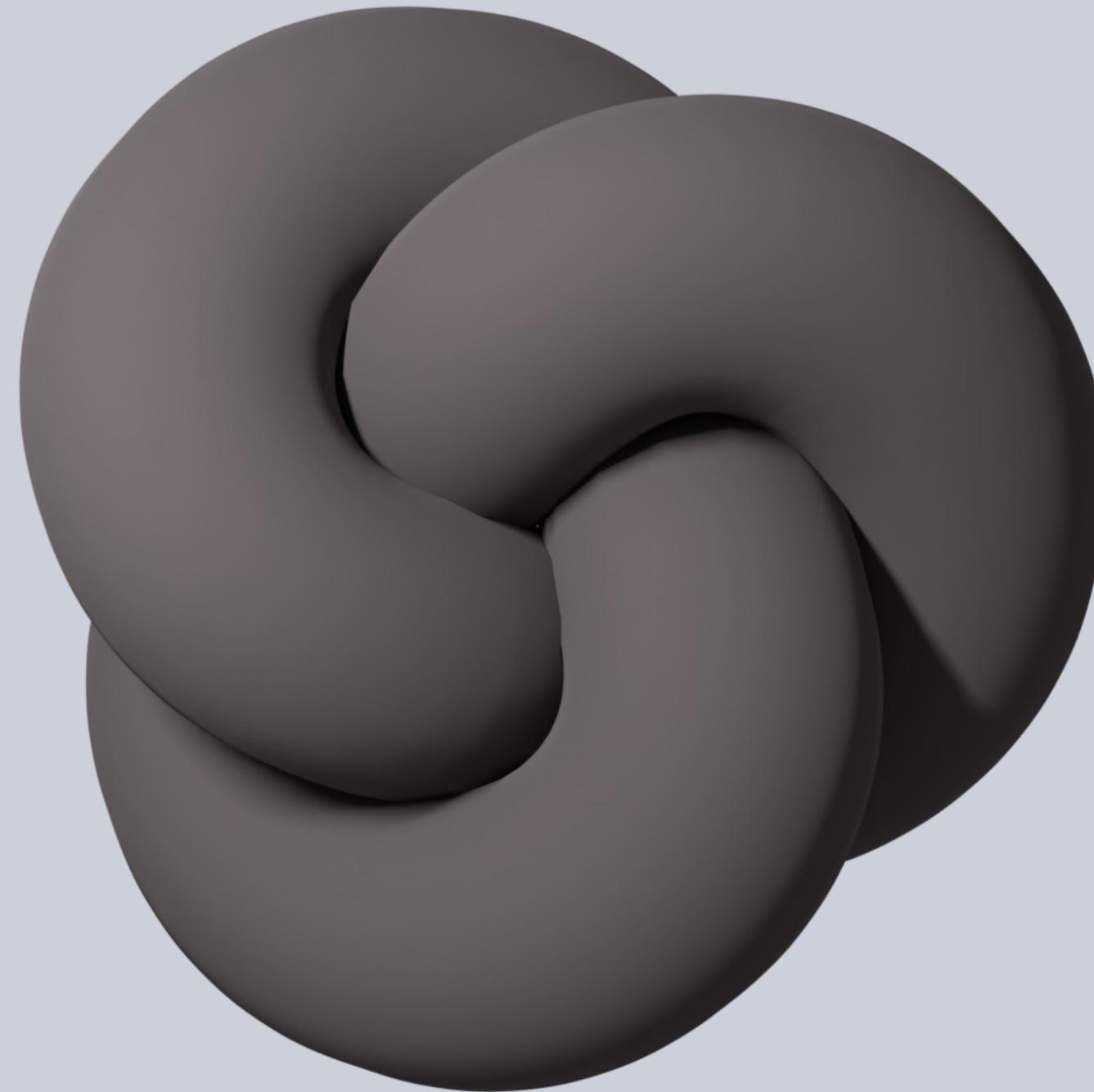
### 1. ETÀ

La prima domanda riguarda l'età del rispondente. È infatti utile inquadrare le risposte in confronto al target individuato, per evidenziare eventuali trend.

### 2. PRONOMI

La seconda domanda riguarda i pronomi desiderati. Questa domanda serve per evitare di fare misgendering, ossia definire in modo errato il genere di appartenenza di una persona. Le opzioni disponibili sono numerose, da maschili e femminili, a neutri, alla preferenza di evitare l'utilizzo di pronomi. È anche data la possibilità di inserire manualmente la propria preferenza nel caso non sia presente tra le opzioni. A questa domanda è possibile rispondere anche con più di una risposta, proprio per lasciare la massima libertà al rispondente.

Fig. 8.2 - Visualizzazione dell'identità di genere binaria nella fase iniziale, legata alle informazioni della sezione 1.



### 3. IDENTITÀ DI GENERE

Il cuore della sezione 1 è la domanda che indaga l'identità di genere. Essa è preceduta dalla definizione di identità di genere come esperienza soggettiva e profonda del percepire e sentire se stessi come appartenenti a uno o più generi.

Fig. 8.3 - Grafico esplicativo del concetto di identità di genere che accompagna la terza domanda.



#### Oltre lo spettro dell'identità di genere

Nella didascalia viene specificato che le identità di genere sono numerose e non rientrano necessariamente nel binarismo uomo/donna e che si tratta di un concetto separato dall'orientamento sessuale.

Il grafico rappresenta una visualizzazione sperimentale dello "spettro" di genere. L'asse orizzontale riporta agli estremi il genere femminile e quello maschile, i due generi tradizionali. L'asse verticale posiziona nella parte superiore la coesistenza di più generi in un unico individuo e nella parte inferiore l'assenza o la neutralità verso un sentire di genere. Al centro del rombo si posiziona quindi una identità caratterizzata dal sentire di un unico genere che si posiziona esattamente a metà tra il genere femminile e quello maschile.

Uno dei concetti fondamentali rappresentati è inoltre la presenza di cerchi anche al di fuori di questo rombo per rappresentare tutte le identità di genere che non si posizionano tra i due estremi binari, ma oltre questi limiti. L'obiettivo è infatti quello di migliorare la visualizzazione tradizionale di uno spettro tra maschile e femminile per comprendere una varietà di realtà.

**La rappresentazione grafica offre la possibilità di visualizzare l'ampio ventaglio di possibili esperienze con un approccio inclusivo, chiarire la domanda e facilitare l'operazione di risposta.**

### La scelta di termini ombrello

Tra le possibili risposte alla terza domanda vengono offerte una ricca lista di opzioni per coprire le diverse realtà e viene lasciata la possibilità di eventualmente inserire manualmente la propria identità di genere, se non presente.

Ho cercato di fornire un ventaglio di risposte quanto più ampio possibile, ma è stato chiaramente difficile inserire tutte le identità/terminologie esistenti e in continuo perfezionamento, perciò mi sono concentrata sull'utilizzo di termini ombrello.

**Come ti identifichi? \***  
 La specificazione richiesta tra cisgender e transgender è esclusivamente per necessità statistica. (CISGENDER=la cui identità di genere corrisponde al sesso biologico; TRANSGENDER=la cui identità di genere non corrisponde al sesso biologico.)

- Donna (cisgender)
- Donna (transgender)
- Uomo (cisgender)
- Uomo (transgender)
- Non binary - Enby
- GenderFluid
- Demigender
- Bigender
- Trigender
- Pangender
- GenderNeutral
- GenderQueer
- AGender/NOGender
- GenderRebel
- Gender questioning
- Altro: \_\_\_\_\_

Fig. 8.4 - Le opzioni di risposta della terza domanda.

### La risoluzione del problema di inclusività

Una problematica riscontrata durante la progettazione di questa parte è stata la scelta di chiedere una distinzione tra Cisgender e Transgender all'interno della domanda riguardante l'identità di genere. La scelta di inserirla nasce dalla necessità, nell'ultima sezione, di distinguere le due esperienze, per presentare una serie di domande differenti e approfondite. Il problema si è presentato di fronte al fatto che la corrispondenza o meno con il genere assegnato alla nascita, non è una informazione strettamente legata all'identità di genere e alla sua classificazione tra binaria e non binaria.

/

La specificazione richiesta nella domanda tra esperienza Cisgender e Transgender è esclusivamente per necessità statistica.

/

È stato fondamentale, perché il prodotto fosse veramente inclusivo ed per evitare dinamiche di esclusione o classificazioni non necessarie, spiegare già in questa sezione le motivazioni di base per questa richiesta, apparentemente superflua.

La didascalia che accompagna la domanda riporta infatti il seguente disclaimer:

## 4. INDAGARE L'IDENTITÀ

La domanda finale approfondisce il mettere in discussione la propria identità di genere. Attraverso una scelta da "MAI" a "SEMPRE" viene chiesta la frequenza con cui si indaga la propria identità di genere. L'obiettivo è evidenziare la volontà e la tendenza a un'analisi del proprio essere.

## Sezione 2

### Espressione di genere

La seconda sezione del questionario indaga le diverse componenti dell'espressione di genere, come e quando questa è influenzata.

#### 5. ESPRESSIONE

La sezione si apre con la domanda sull'espressione di genere. La domanda è accompagnata da una didascalia che riporta la definizione di espressione di genere.

/

Espressione di genere indica come decidi di presentare il tuo aspetto, il tuo modo di vestire e comportarti. Come esprimi la tua identità di genere nell'incontro con la società e con l'altro.

/

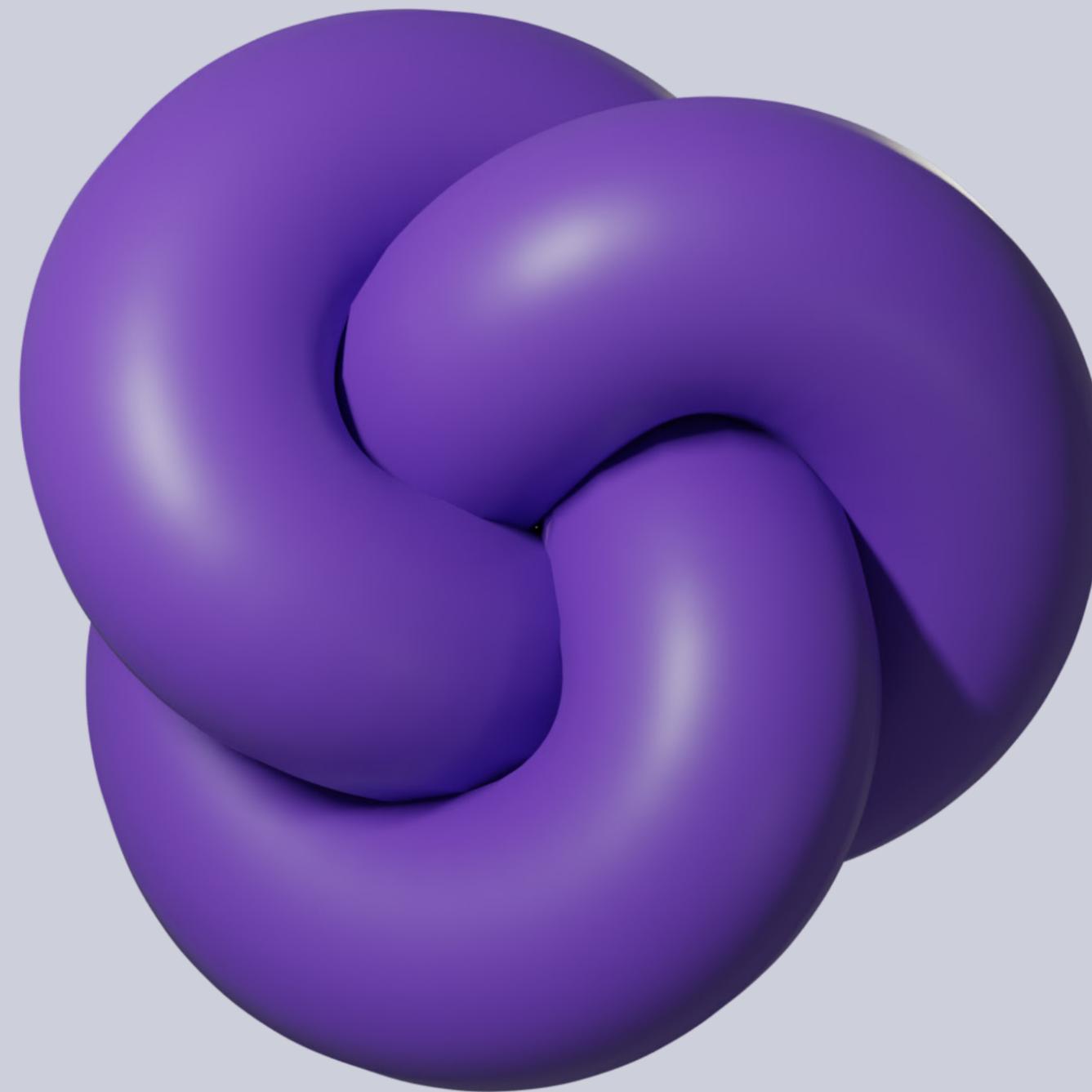


Fig. 8.5 - Visualizzazione dell'identità di genere binaria nella fase secondaria, legata alle informazioni della seconda sezione

### La rappresentazione grafica

La domanda è spiegata ulteriormente e visivamente grazie a un grafico con l'obiettivo di semplificare il concetto e facilitare la comprensione del termine e delle possibili realtà.

Al centro un grafico a triangolo con agli estremi la espressione tipicamente "femminile", tipicamente "maschile" e neutra rispetto al genere. Con i cerchi anche in questo caso si vuole far emergere come le persone si possono ritrovare in diverse posizioni all'interno e all'esterno del triangolo, contemplando anche delle espressioni di genere non conformi.



Fig. 8.7 - Grafico esplicativo del concetto di identità di genere che accompagna la seconda sezione.

## 6. SETTORE D'ACQUISTO

Si interroga il settore preferito in cui fare acquisti

La domanda chiede se si preferisca acquistare vestiti e accessori nel reparto uomo, donna, entrambi o se si preferiscano negozi che non hanno questa divisione binaria dei capi. È possibile anche rispondere "Altro" e scrivere manualmente la propria risposta..

## 7. ASPETTO ESTERIORE

Si approfondiscono elementi dell'aspetto

Viene chiesto di esprimere attraverso un range numerico, quanto ci si sente a proprio agio nelle tre espressioni di truccarsi, indossare lo smalto e portare gioielli. Inoltre viene chiesto quanto ci si sente a proprio agio con peli visibili in diverse parti del corpo.

## 8. PRESSIONE SOCIALE

Viene affrontata la pressione sociale rispetto all'espressione di genere

Si interroga la frequenza con cui ci si sente obbligati a modificare la propria espressione e di riflesso quanto spesso si lascia la libertà a chi ci sta attorno di esprimersi liberamente.

La seconda parte riguarda invece l'aspetto problematico di essersi trovati in situazioni di disagio a causa di come ci si sceglie di presentare

## 8. ESPRESSIONE IDEALE

L'ultima domanda della sezione riguarda l'espressione di genere ideale.

Viene chiesto di scegliere come sarebbe la propria espressione di genere se ci si trovasse in una società ideale, senza barriere di genere e con maggiore inclusività. Tra le possibili risposte vi è che l'espressione ideale sia uguale a quella attuale.

Fig. 8.9 - Domanda numero 8 sulla sicurezza e il disagio riguardo la propria espressione di genere

Quanto spesso ti capita di... \*

	Mai	Raramente	A volte	Spesso	Sempre
modificare la tua espressione di genere in base alle persone con cui ti trovi	<input type="radio"/>				
assicurarti di lasciare libertà di espressione alle persone attorno a te	<input type="radio"/>				

Quanto spesso ti capita di...

	Mai	Raramente	A volte	Spesso	Sempre
essere in situazioni spiacevoli a causa della tua espressione di genere	<input type="radio"/>				

## Sezione 3

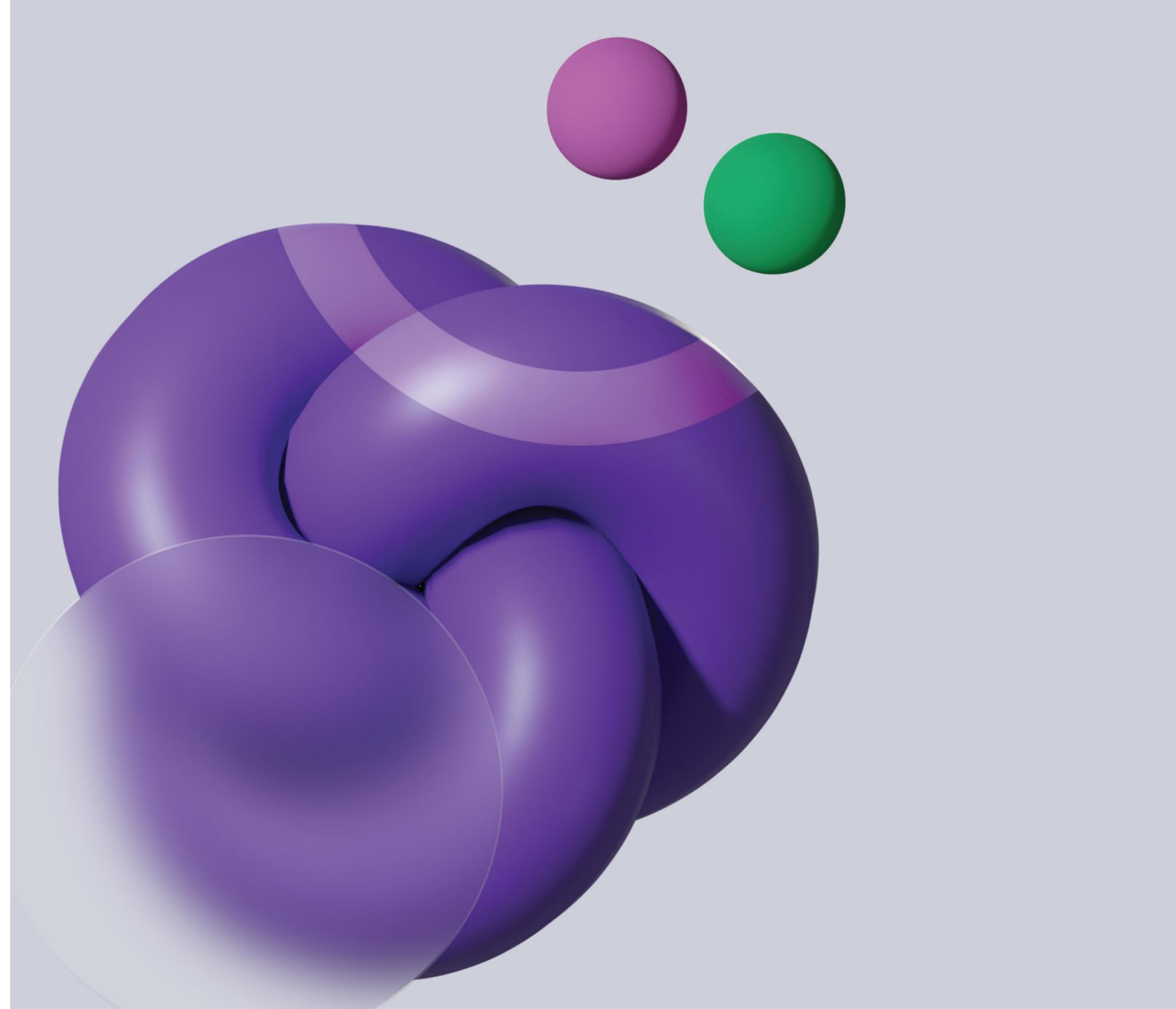
### Conoscenza del tema

La terza sezione del questionario indaga il livello di conoscenza e approfondimento delle tematiche di genere e la relazione con la community non binaria. La parte centrale è uguale per tutti gli utenti, ma per le persone non binary è presente una parte finale aggiuntiva

### 9. CONOSCENZA

La sezione inizia con una domanda sulla conoscenza dell'argomento. Le risposte vanno da una conoscenza nulla a una conoscenza approfondita e in costante aggiornamento. Le possibilità sono in totale cinque e sono variegiate su diversi livelli di approfondimento tra di loro per cercare di comprendere ogni situazione.

Fig. 8.10 - Visualizzazione dell'identità di genere binaria nella fase finale, legata alle informazioni della terza sezione



## 10. LINGUAGGIO

La domanda riguarda le prospettive di evoluzione del linguaggio italiano verso un livello maggiore di inclusività. Vengono presentate diverse opzioni (Figxxx) emerse dall'analisi di scenario. L'obiettivo è comprendere se emergono dei trend per evidenziare quale direzione sia la più condivisa dalle persone che rispondono al questionario.

Rispetto all'evoluzione di una lingua italiana più inclusiva, quali approcci ritieni più \* efficaci?  
Puoi scegliere anche più di una opzione.

- Maschile sovraesteso considerato come neutro (ciao a tutti)
- Sdoppiamento del femminile e maschile (ciao a tutte e tutti)
- Utilizzo della schwa ə - ɜ (ciao a tuttə)
- Utilizzo dell'asterisco \* come desinenza (ciao a tutt\*)
- Utilizzo della @ come desinenza (ciao a tutt@)
- Utilizzo della U come desinenza (ciao a tuttu)
- Utilizzo della X come desinenza, come in Spagna (ciao a tuttx)
- Introduzione di un nuovo pronome neutro, come in Norvegia e Svezia
- Altro: \_\_\_\_\_

## 11. QUESTIONI DI INTERESSE

Viene chiesto di scegliere tra una lista di argomenti (Cnf capitolo 4) che risultano rilevanti per un progresso collettivo a livello sociale di inclusione di tutte le identità di genere e viene chiesto quale si ritiene più importante.

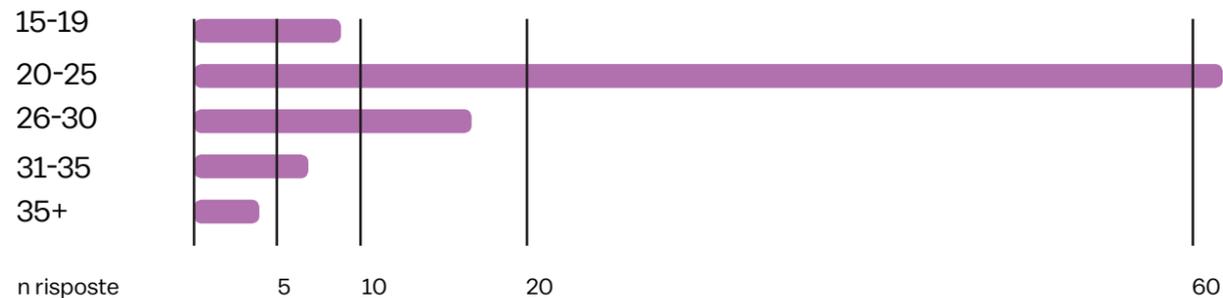
Seleziona le 2 questioni che meritano maggiore attenzione:  
è possibile selezione solo due tra tutte le seguenti opzioni, indicale una nella colonna di sinistra e una nella colonna di destra.

	Merita maggiore attenzione (1)	Merita maggiore attenzione (2)
Sensibilizzazione per adulti sulla molteplicità di identità di genere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Educazione per giovani sulla molteplicità di identità di genere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Responsabilizzazione al rispetto di pronomi e nome di scelta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Evoluzione di una lingua italiana più inclusiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rappresentazione mediatica di identità non binarie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Creazione di spazi sicuri per percorsi di riflessione e autodeterminazione della propria identità di genere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formazione di professionisti (in ambito legislativo, psicoterapeutico, di counseling...) specializzati su diverse esperienze di genere non necessariamente binarie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

# I risultati

Il questionario ha iniziato la circolazione in data 9 maggio 2022 ed è stata interrotta il 9 giugno 2022. In totale sono state ottenute 100 risposte.

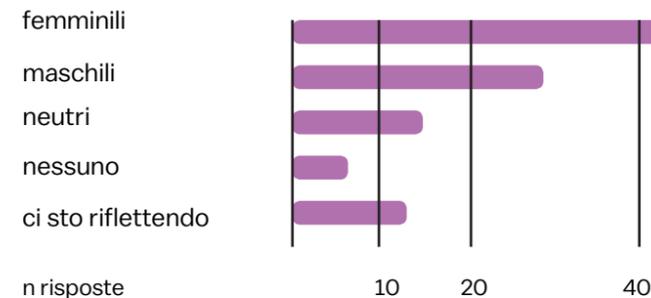
## ETÀ



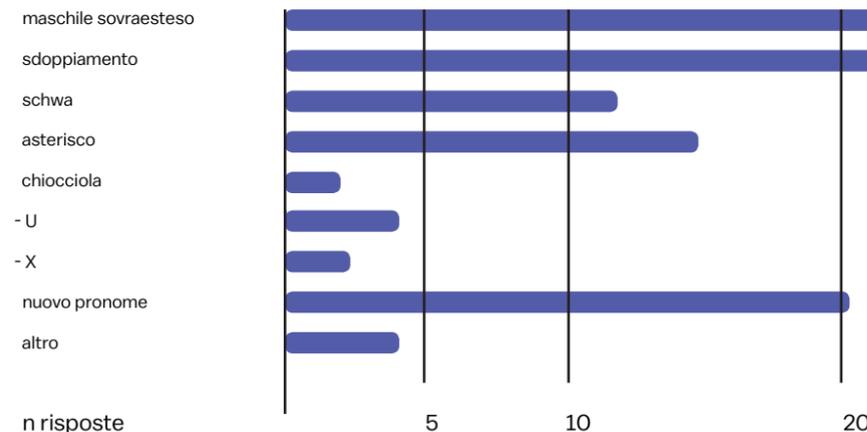
Il range di età delle partecipanti va da 17 a 57 anni. La maggior parte delle respondentè ha un età compresa tra i 20 e i 25 anni. Questo risultato è a testimonianza che la questione sta a cuore principalmente delle giovani generazioni, ma è anche legato ai mezzi con i quali è stato condiviso il form, ovvero principalmente via social, strumenti utilizzati maggiormente da persone di una bassa fascia d'età. La categoria meno coinvolta nella compilazione è stata dai 35 anni in su con solo quattro risposte.

## PRONOMI

La domanda riguardo i pronomi ha ottenuto dei risultati inaspettati, il 35% infatti ha risposto di non preferire dei pronomi non binari.



## LINGUAGGIO



Confrontando le risposte alle due domande selezionate, emergono delle problematiche e potenziali motivazioni ai risultati della prima riguardo i pronomi. Vi è infatti una prevalenza al mantenimento del maschile sovraesteso e lo sdoppiamento di maschile e femminile, queste due opzioni sono in contrasto con le dichiarazioni di scelta di pronomi neutri perche sono due direzioni non inclusive dal punto di vista di un genere non binario. Similmente ha ottenuto molti voti anche la opzione di integrare un nuovo pronome nella nostra lingua, ma questa direzione in realtà è difficile se non impossibile da perseguire per l'italiano in quanto lingua flessiva. Il confronto tra le due domande fa emergere l'ipotesi che le risposte ottenute siano frutto di poca conoscenza dell'argomento o confusione nell'approcciarsi alla domanda. I dati ottenuti risultano infatti discordare tra le due domande. È necessario valutare di riformulare la prima domanda per chiarire meglio l'obiettivo, soprattutto per persone che non conoscono molto della discussione.

## IDENTITÀ DI GENERE

**67%**

identità binaria

**53%** Donna

**14%** Uomo

**9%**  
Gender  
questioning

La maggior parte delle respondentè ha una identità di genere binaria, con prevalenza femminile. Le persone con identità di genere non binaria corrispondono al 24% e si può osservare una buona fetta di persone che usano il termine ombrello "non binary" e alcune risposte di persone che si identificano come agender, bigender, pangender, genderfluid e demigender. È emersa una falla nella progettazione nel questionario in quanto una persona ha avuto la necessità di rispondere "bigender e genderfluid" e una seconda persona "genderfluid e pangender". In questa domanda non era possibile selezionare più di una risposta e le risposte fornite si sono rivelate insufficienti a rappresentare la realtà. Un possibile difetto può collegarsi alla scelta di utilizzare terminologie, che seppur hanno l'obiettivo di raggruppare e dare un nome ad un'esperienza comune, non sono sempre in grado di essere esaustive e inclusive, in particolare in un momento culturale di formazione e evoluzione di suddetti termini.

**24%**

identità non binaria

13% Non binary

2% Genderfluid

2% Bigender

2% Pangender

2% Agender

1% Demigender

1% Genderfluid

e Bigender

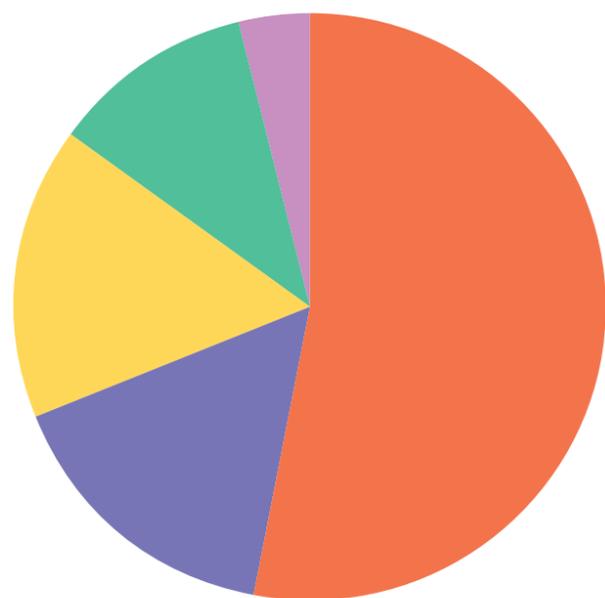
1% Genderfluid

e Pangender

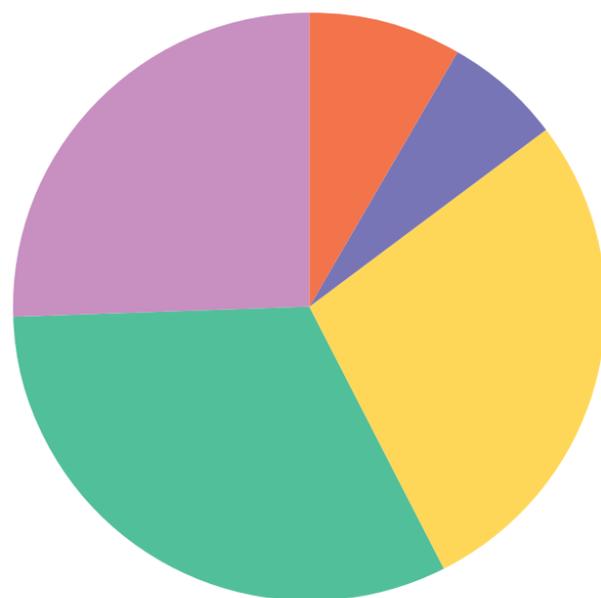
## ESPRESSIONE DI GENERE

■ Tipicamente femminile   
 ■ Tipicamente maschile   
 ■ Androgina   
 ■ Fluida   
 ■ Non conforme

IDENTITÀ BINARIA



IDENTITÀ NON BINARIA

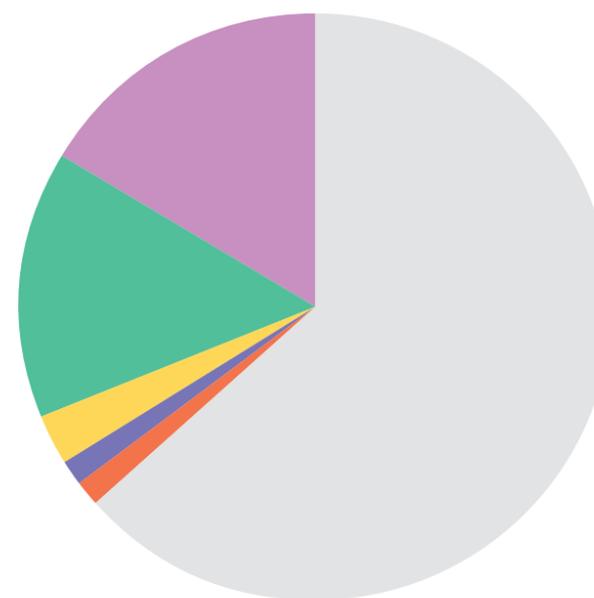


I grafici riguardo l'espressione di genere hanno ottenuto risposte molto variegata. È interessante notare la differenza tra espressioni di persone con identità di genere binaria e non binaria. Le persone con identità binaria infatti hanno una maggioranza di espressioni legate al femminile e al maschile, e in secondo posto espressioni di tipo androgino. Le identità non binarie invece hanno solo una piccola percentuale di espressioni binarie, con una maggioranza di aspetto fluido, androgino e non conforme.

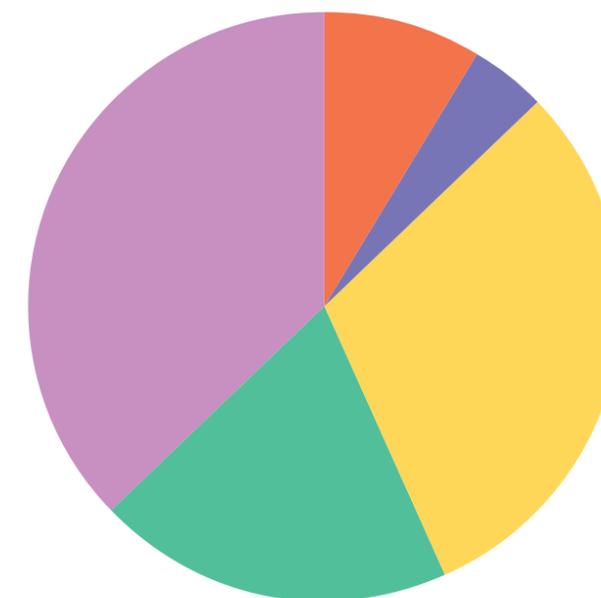
## ESPRESSIONE DI GENERE IDEALE

■ Rimarrebbe uguale   
 ■ Diventerebbe più femminile   
 ■ Diventerebbe più maschile  
■ Diventerebbe più androgina   
 ■ Diventerebbe più fluida   
 ■ Diventerebbe meno conforme

IDENTITÀ BINARIA



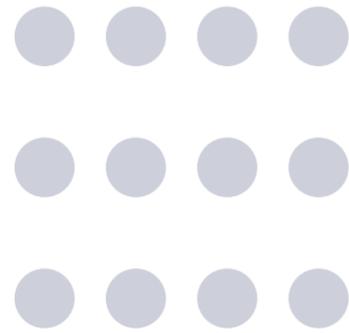
IDENTITÀ NON BINARIA



Questi grafici risultano molto interessanti in confronto con quelli riguardo l'espressione di genere attuale. Sono molto differenti in base all'identità di genere. Le identità binarie infatti hanno dichiarato per il 70% che anche in una società ideale senza barriere di genere e con maggiore inclusività non modificherebbero la loro espressione di genere, che rimarrebbe uguale. Nessuna persona non binaria ha dichiarato che manterrebbe invece la propria espressione, schierandosi principalmente verso una direzione di maggiore androginità, fluidità e minore conformità.

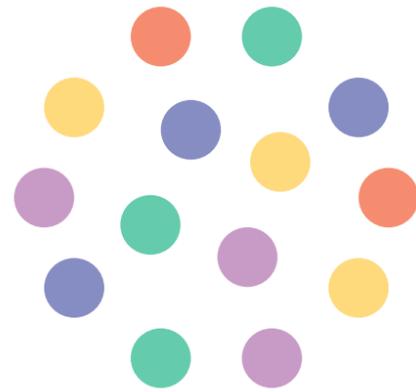
# PROGETTO

## PLURALI È RACCOLTA DATI



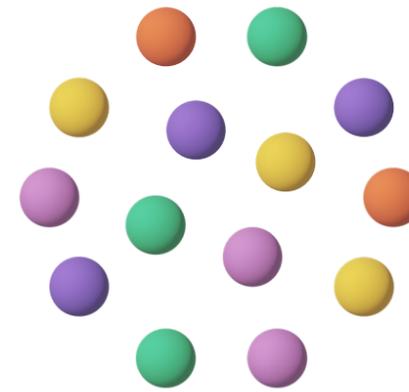
Plurali è la più inclusiva raccolta dati sul tema dell'identità di genere in Italia. I dati indagano identità, espressione e conoscenza, essi sono ordinati e rappresentati grazie agli strumenti della visualizzazione dati.

## PLURALI È COMMUNITY



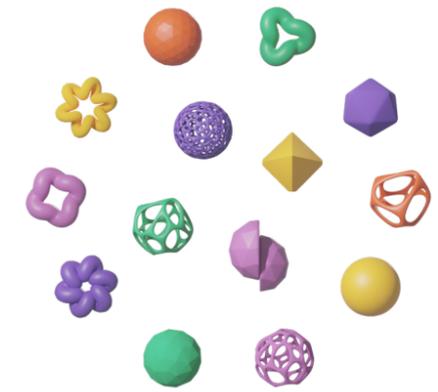
Plurali è la community digitale per tutte le persone che condividono un'esperienza di genere non conforme, ma anche per chi è pronto a supportare la causa, per creare un coro di voci informate e aggiornate.

## PLURALI È SENSIBILIZZAZIONE



Plurali è sensibilizzazione sulla pluralità delle realtà di genere. Porta ricerca e informazioni per creare consapevolezza a 360 gradi e una direzione comune in cui muoversi secondo la direzione dell'evoluzione sociale.

## PLURALI È RAPPRESENTAZIONE

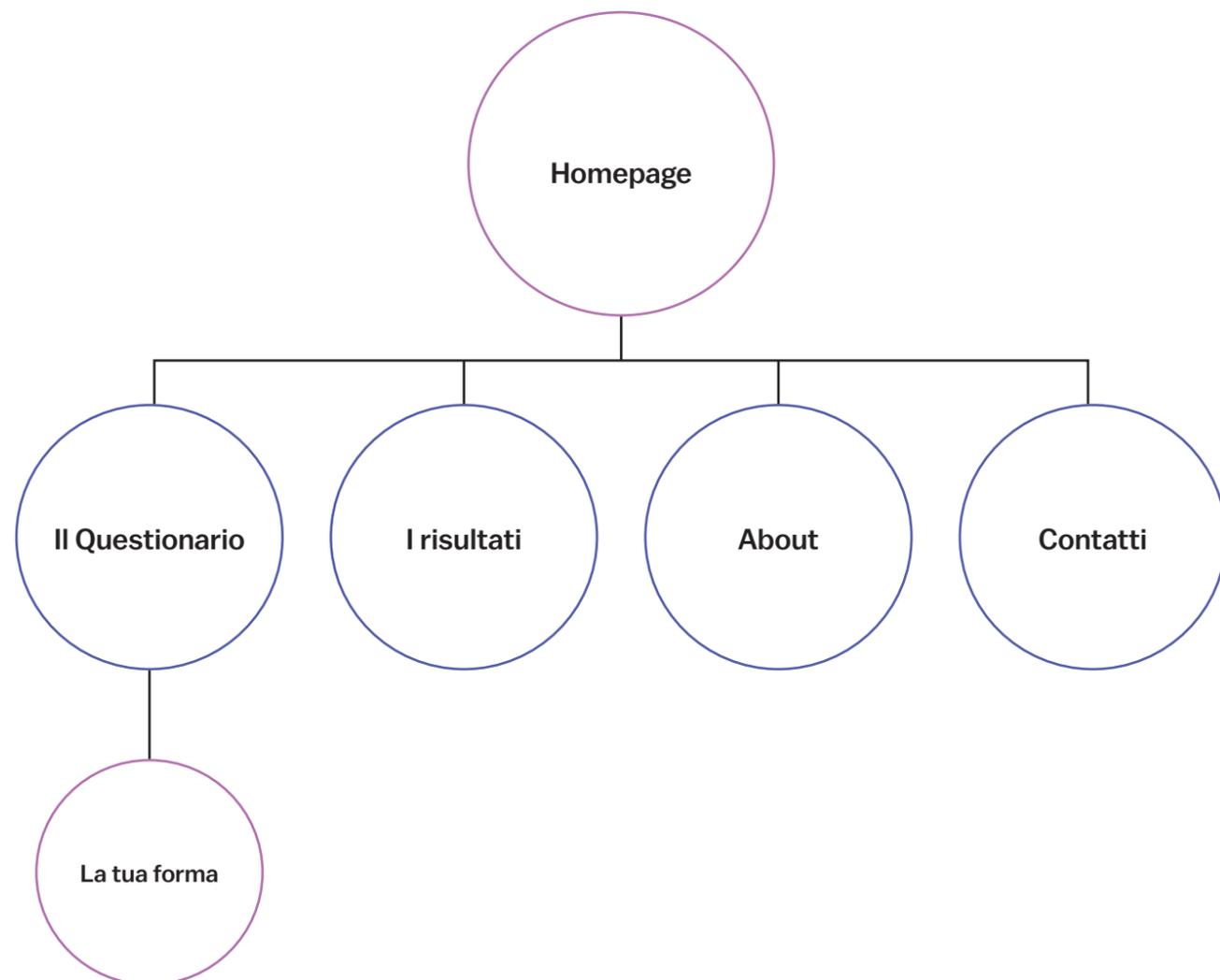


Plurali è le sigolari esperienze di genere, esse emergono e hanno la libertà di rappresentare la propria vera forma e di condividerla con il mondo, senza limiti, senza norme e senza costrizioni.

# La piattaforma

## Il cuore del progetto

Il sito web di Plurali è una piattaforma per la raccolta e la visualizzazione dati. È il centro del progetto, al quale tutti i supporti rimandano, come centro per la funzione principale di ricerca, organizzazione e presentazione dei dati.



# Questionario

## La raccolta dati

### PRIMA PARTE

Identità di genere

### SECONDA PARTE

Espressione di genere

### TERZA PARTE

Community Plurali

Il questionario ha l'obiettivo di raccogliere i dati di interesse. Esso è progettato in base ai risultati e le considerazioni raccolte attraverso il questionario della prima fase di progetto, analizzato nel capitolo 09. È stata mantenuta la suddivisione in tre parti rispettivamente dedicate a identità di genere, espressione di genere e conoscenza della tematica. Questa infatti è risultata funzionale per la consultazione dei risultati ed efficace per assicurare chiarezza rispetto agli obiettivi del progetto per l'utente durante la compilazione.

Le domande che compongono le tre parti sono state scelte e implementate come frutto dell'analisi del questionario.

Sono infatti state eliminate tutte le domande che hanno creato confusione alle fruitore o ridotto la fluidità e la velocità nella risposta, come ad esempio quelle riguardanti la scelta di pronomi preferiti e l'evoluzione della lingua verso l'inclusività, che abbiamo visto portare a dei risultati incoerenti.

Sono state mantenute le domande centrali per ogni sezione. Queste però sono state reinterpretate a livello linguistico e nei rapporti di consequenzialità reciproca per evitare i problemi di terminologia emersi, ovvero casi in cui i termini disponibili non erano rappresentativi di tutte le possibili realtà e casi in cui delle esperienze erano rimaste escluse dalla progettazione.

Sono state selezionate le domande che hanno ottenuto risultati più interessanti nell'ottica di far emergere la diversità e la pluralità, quindi con un range di risposte più variegato da parte degli utenti che hanno partecipato. Esse sono state inserite anche all'interno del quiz della piattaforma web nelle rispettive sezioni.

## Questionario - le forme

### La visualizzazione dati

Il questionario presenta una serie di domande volte a identificare gli aspetti di interesse della persona. Questi dati sono rappresentati attraverso delle visualizzazioni.

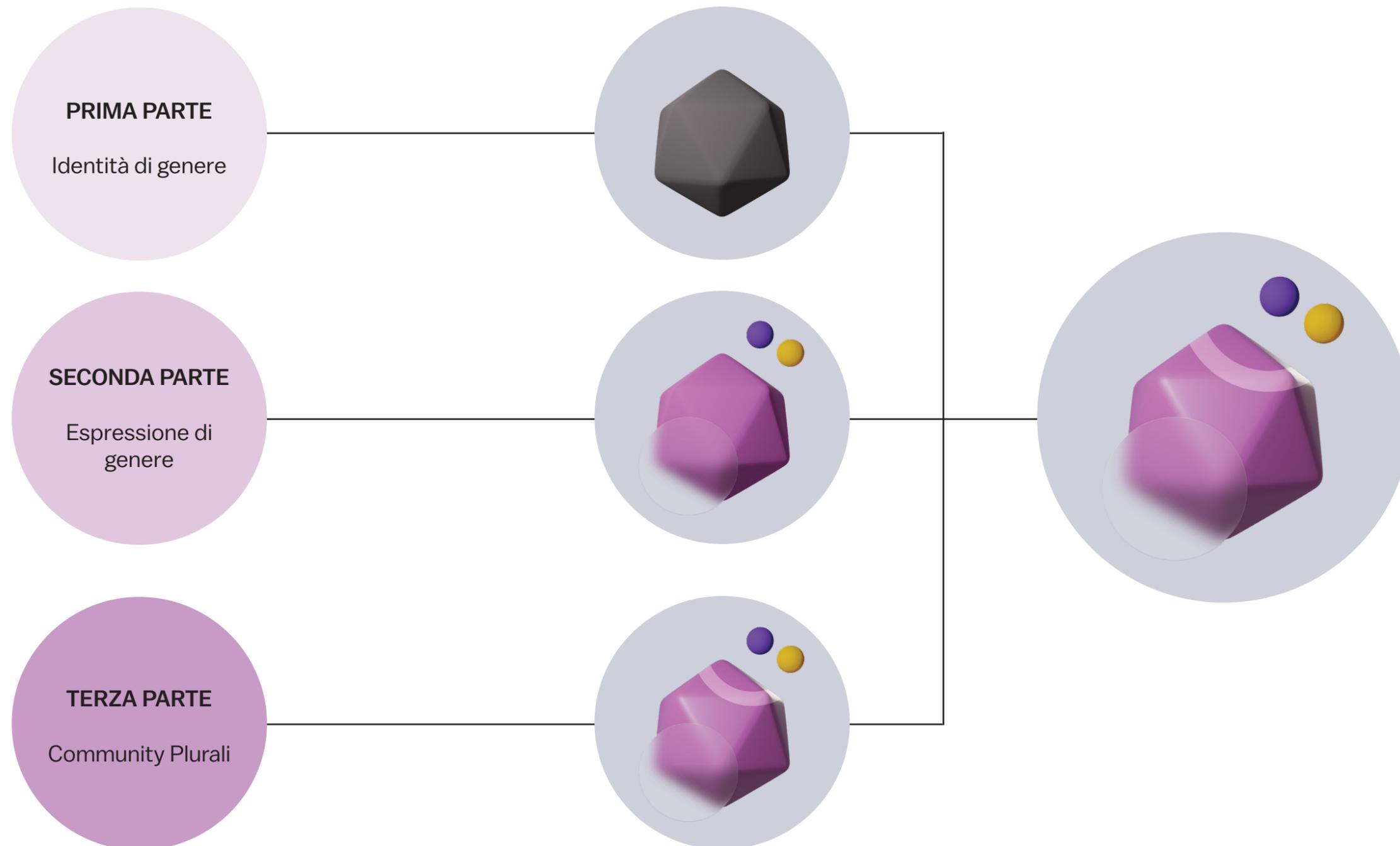
Durante la compilazione, domanda dopo domanda, viene a crearsi un vero e proprio *data portrait* che identifica l'esperienza di genere dell'utente. Ad ogni domanda corrisponde uno specifico elemento della visualizzazione, l'ammontare di esse porta alla creazione di una rappresentazione grafica dei dati unica e personale, data dalla consequenzialità delle scelte individuali.

Ogni sezione ed ogni risposta vanno a determinare una caratteristica della forma, queste si vanno a sommare e combinare tra di loro, proseguendo man mano la compilazione del quiz, fino ad ottenere la propria speciale composizione. La composizione descrive il singolare vissuto di genere, attraverso una trasposizione grafica della complessità dell'individuo espressa attraverso la compilazione del modulo.

La prima parte, che riguarda l'identità ovvero il sentire profondo ed interno della persona, va a determinare la base della visualizzazione, le prime risposte vanno a determinare il principio della forma.

La seconda parte, dedicata all'espressione di genere ovvero come ci si presenta a livello esteriore, è collegata all'aspetto esterno della forma, la sua superficie e i colori che la caratterizzano.

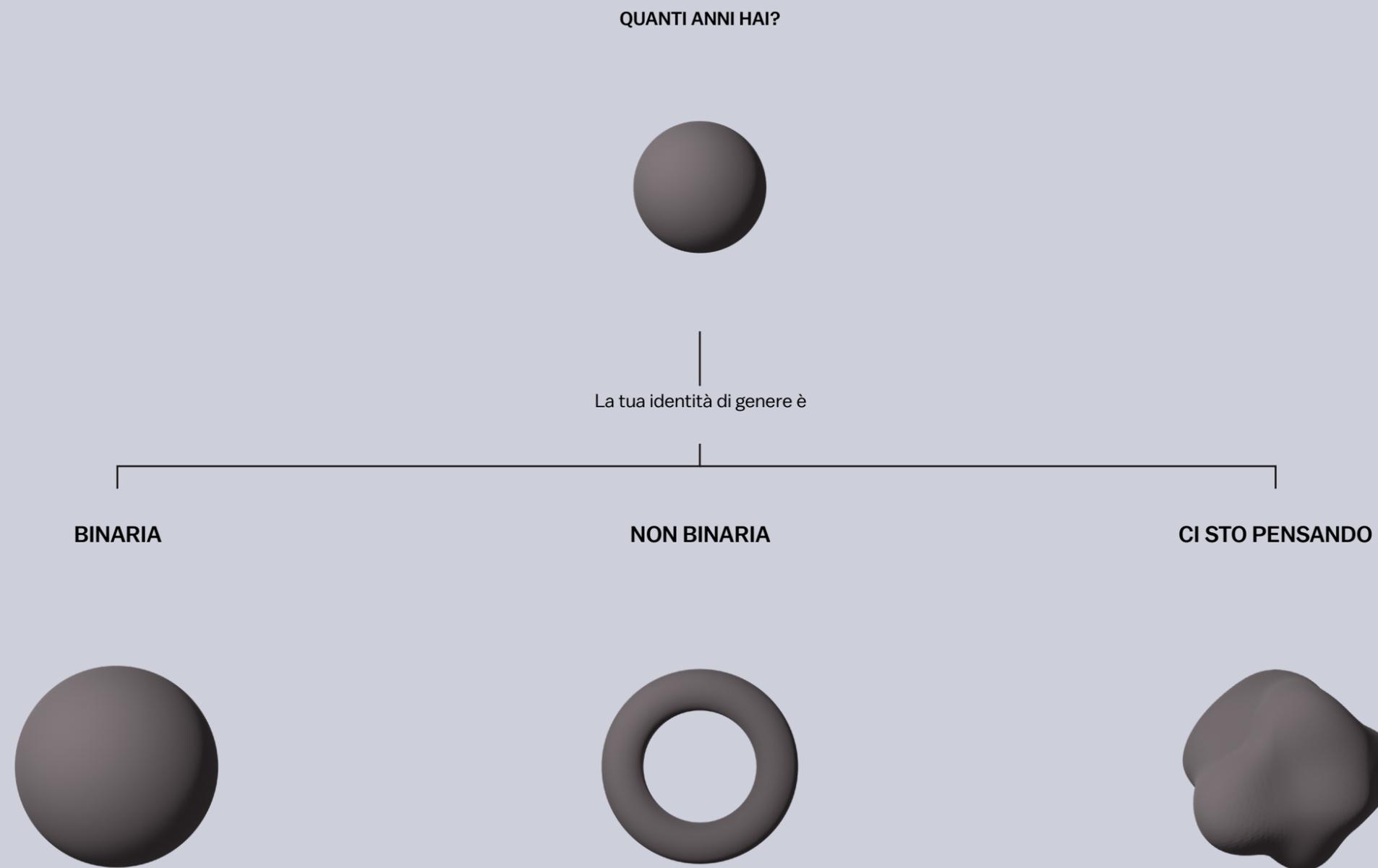
La terza parte, che approfondisce il tema della molteplicità di genere a livello conoscitivo e indaga i bisogni della community, definisce alcune caratteristiche di come la forma interagisce con ciò che la circonda.



## Questionario - Prima parte Identità di genere

Questa parte incide sulla creazione della forma base. La prima domanda riguarda l'età e da origine alla forma. La seconda domanda è la principale e suddivide i rispondenti per identità di genere binaria o non binaria, o in una sezione per chi sta riflettendo sulla propria identità di genere e si dichiara quindi "gender questioning".

Le visualizzazioni si dividono in tre macro categorie per forma geometrica. Le identità binarie corrispondono alla forma della sfera. Le identità non binarie alla forma del toro e la classificazione "gender questioning" a una forma organica, amebiforme e rigonfiata proprio a sottolineare l'aspetto mutevole e in evoluzione di questa identità.

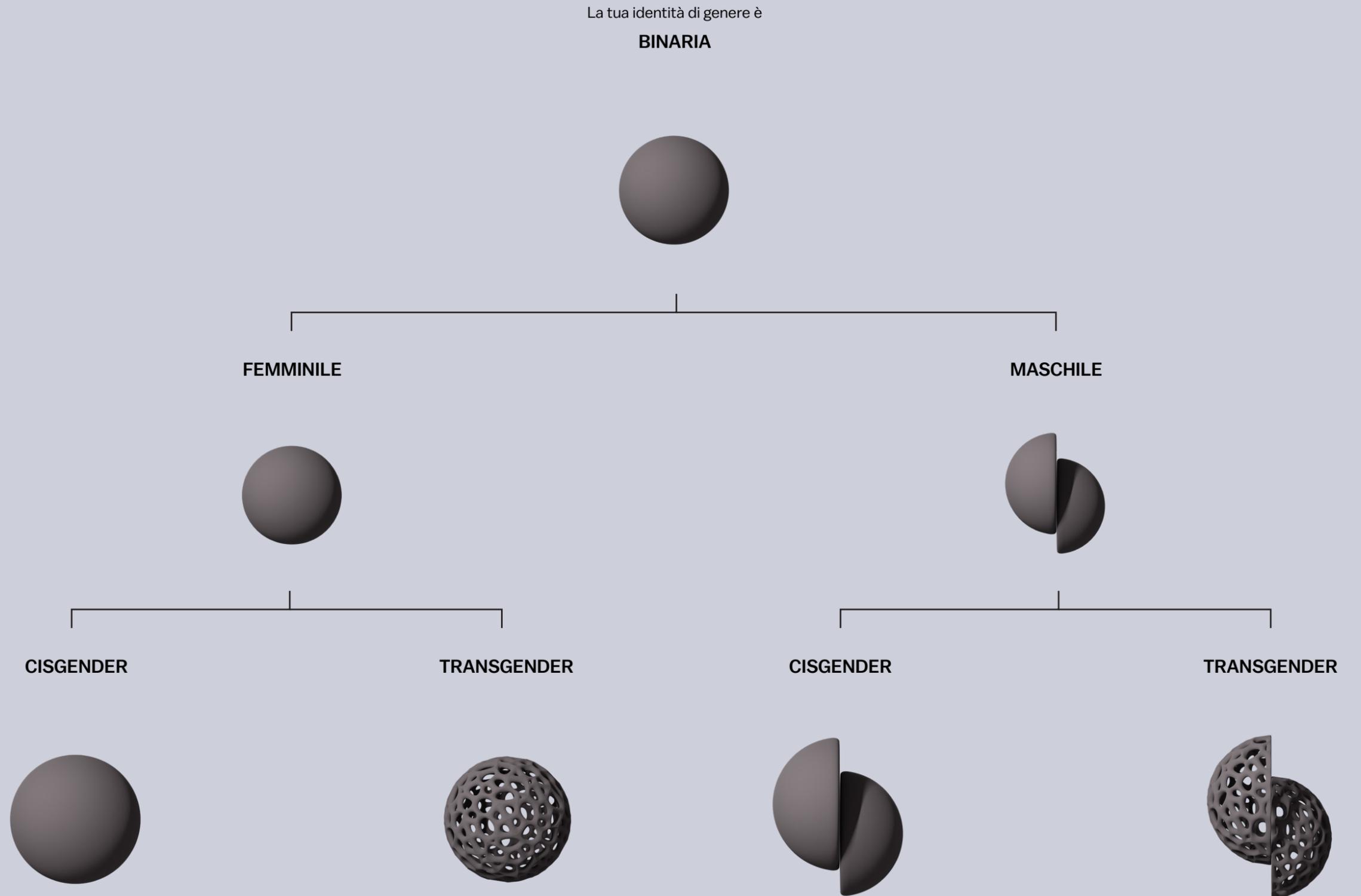


## Prima parte

### Identità BINARIA

Dopo aver selezionato la categoria "binaria" il questionario si ramifica ulteriormente per approfondire l'identità. Viene infatti a questo punto chiesto di scegliere se l'identità è femminile o maschile. A questo corrispondono rispettivamente la forma intera e la sfera spezzata. Con questa trasformazione si è cercato di allontanarsi dalle tipiche rappresentazioni visive dei concetti di mascolinità e femminilità o da dai concetti di complementarità o opposizione degli elementi.

L'indagine continua approfondendo la correlazione con il genere assegnato alla nascita. La scelta dell'opzione transgender va a creare dei fori sulla forma, rendendola visivamente simile alla categoria di questo questionario di identità non binary (identificata con il toro). Questo perchè il termine non binary fa parte dell'ombrello transgender, e anche visivamente si voleva comunicare questa correlazione.

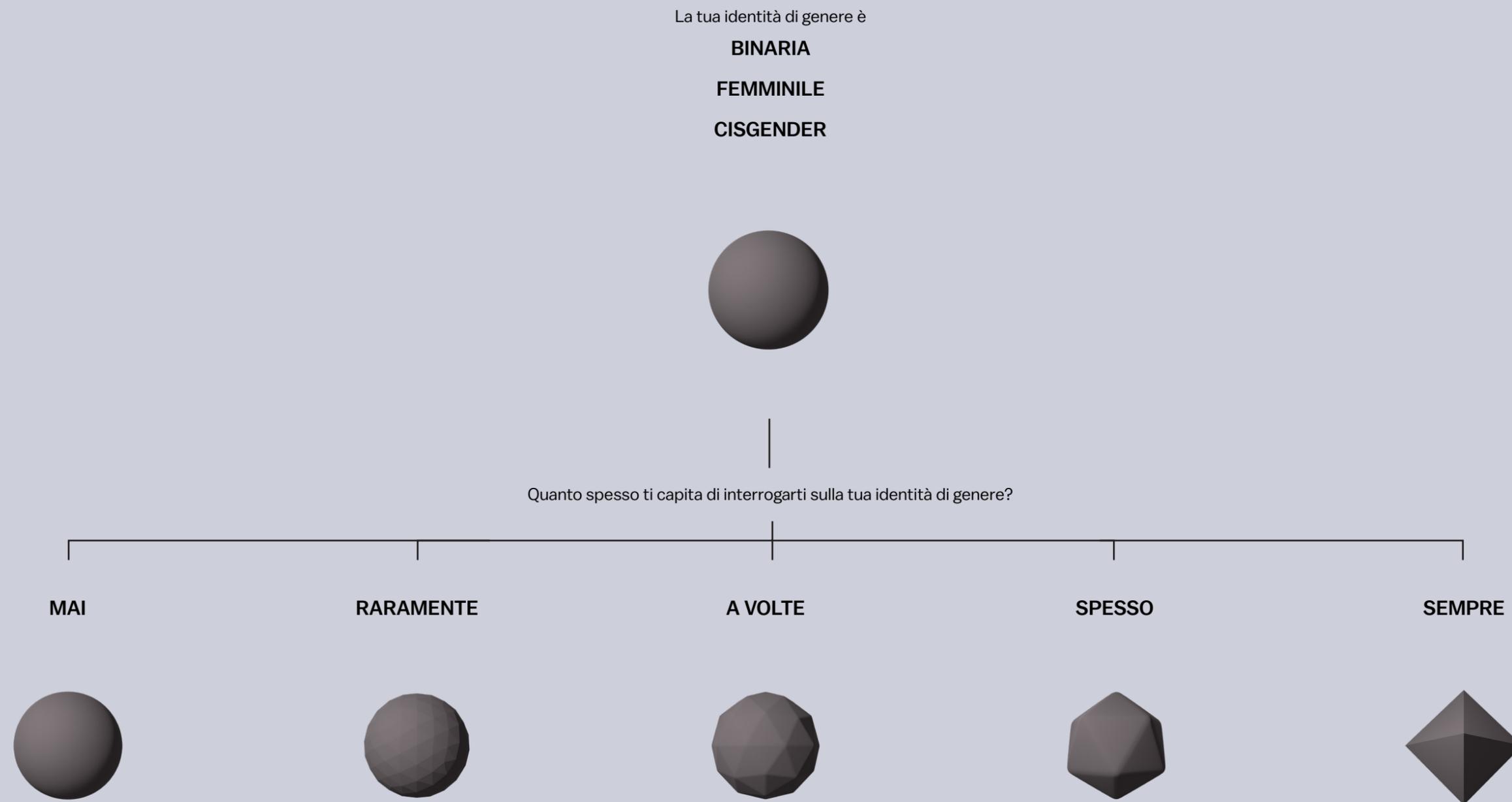


## Prima parte

### Identità BINARIA

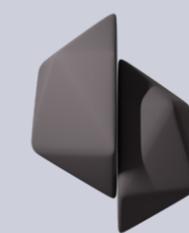
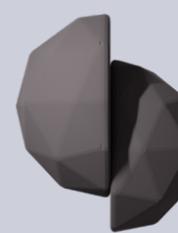
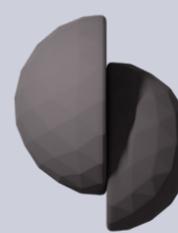
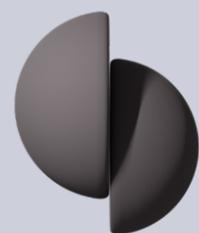
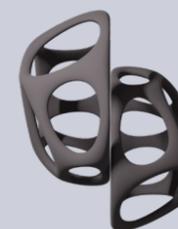
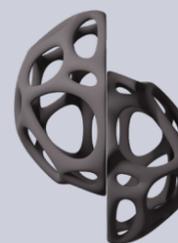
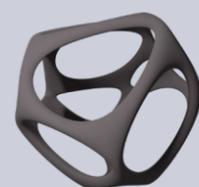
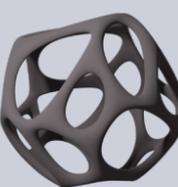
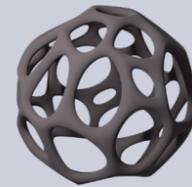
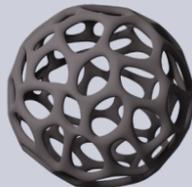
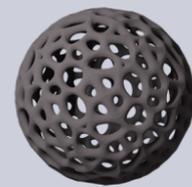
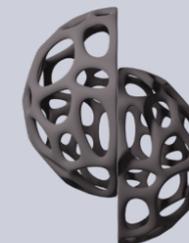
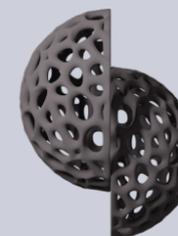
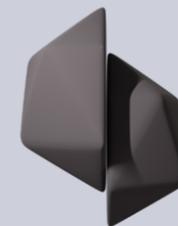
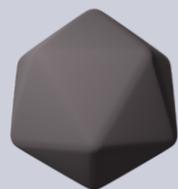
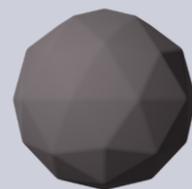
La domanda finale della prima parte indaga quanto spesso la propria identità di genere venga interrogata. Le risposte sono collocabili in uno spettro da “mai” a “sempre” e la forma va rispettivamente a complicarsi, aumentandola rigidità della forma, che da sfera si trasforma in romboide.

Nello schema sulla destra è stata rappresentata la trasformazione per le forme create dal percorso di risposta segnato in alto, ma avviene allo stesso modo anche per le altre categorie viste in precedenza della macro sezione di identità binarie.



# Quiz - Prima parte

Identità BINARIA



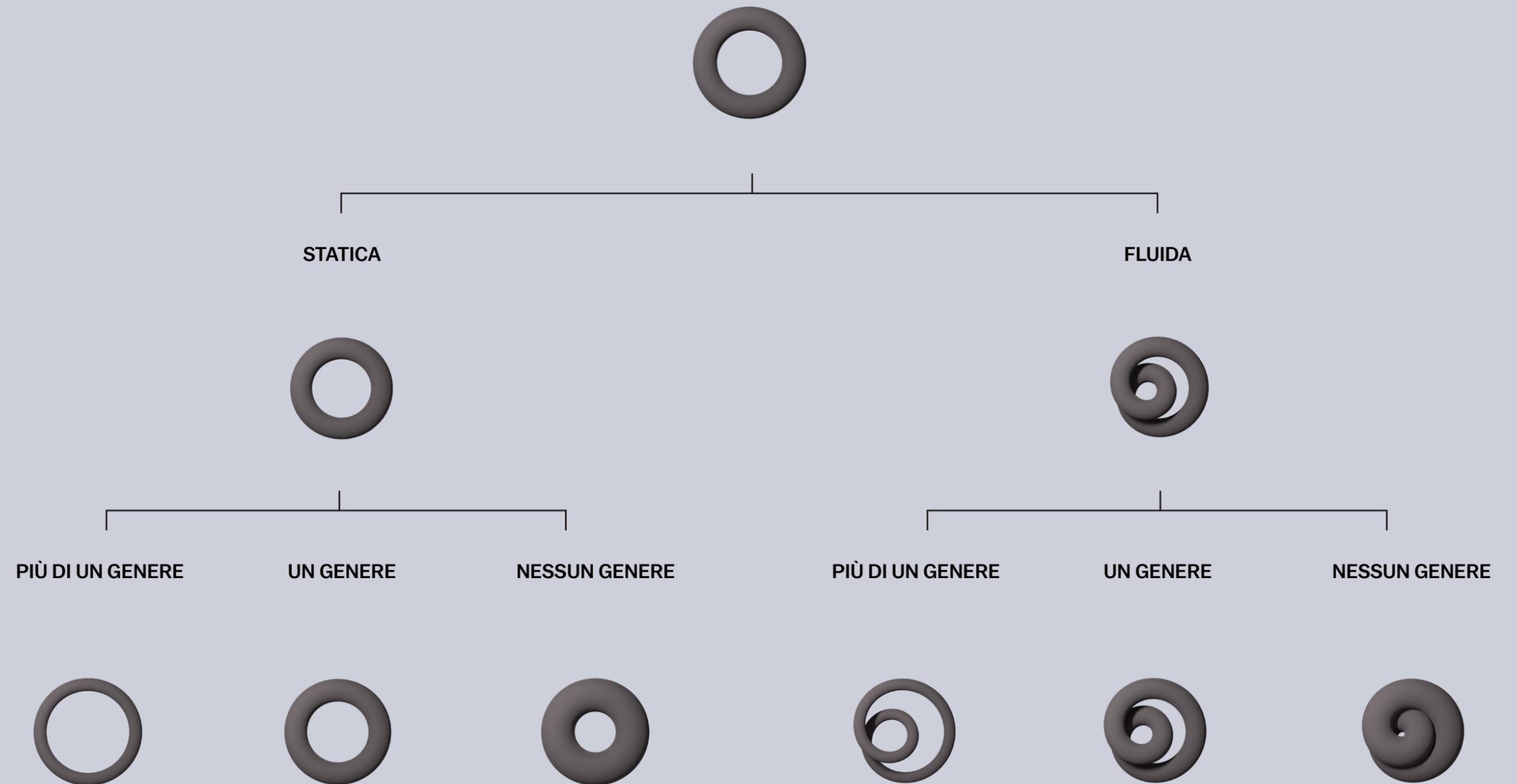
## Quiz - Prima parte

### Identità NON BINARIA

Dopo aver selezionato la categoria “non binaria” il questionario si ramifica ulteriormente per approfondire l'identità. Viene infatti a questo punto chiesto di scegliere tra un'identità statica o fluida. A questo corrispondono rispettivamente un toro regolare e un toro che al suo interno crea un intreccio.

L'indagine continua approfondendo la coesistenza o l'assenza di più generi all'interno di un unico individuo. Si è scelto di far emergere l'identità da questi numerosi passaggi, senza ricorrere a dei termini di riferimento per evitare i problemi emersi dal primo questionario di inclusione e per lasciar trasparire maggiormente le sfumature di ogni persona.

La tua identità di genere è  
**NON BINARIA**



## Quiz - Prima parte

### Identità NON BINARIA

Come per la sezione "binaria" la domanda finale della prima parte indaga quanto spesso la propria identità di genere venga interrogata. Le risposte interagiscono con la forma andando a aumentare il numero dei tori presenti, per sottolineare la identità sempre più messa in discussione.

La tua identità di genere è  
**NON BINARIA**  
**STATICA**  
**UN GENERE**



Quanto spesso ti capita di interrogarti sulla tua identità di genere?

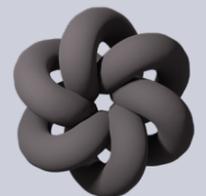
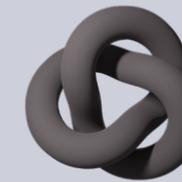
MAI

RARAMENTE

A VOLTE

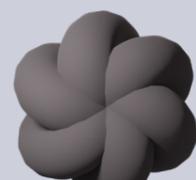
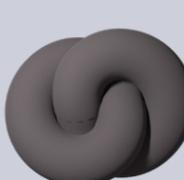
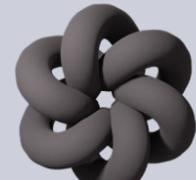
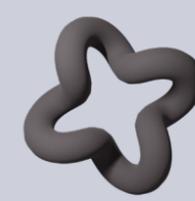
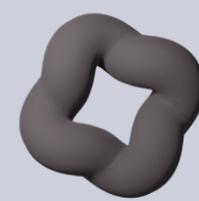
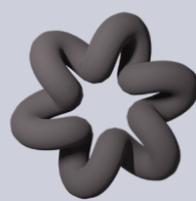
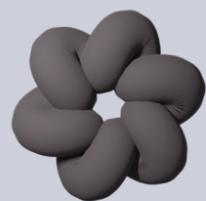
SPESSO

SEMPRE



# Quiz - Prima parte

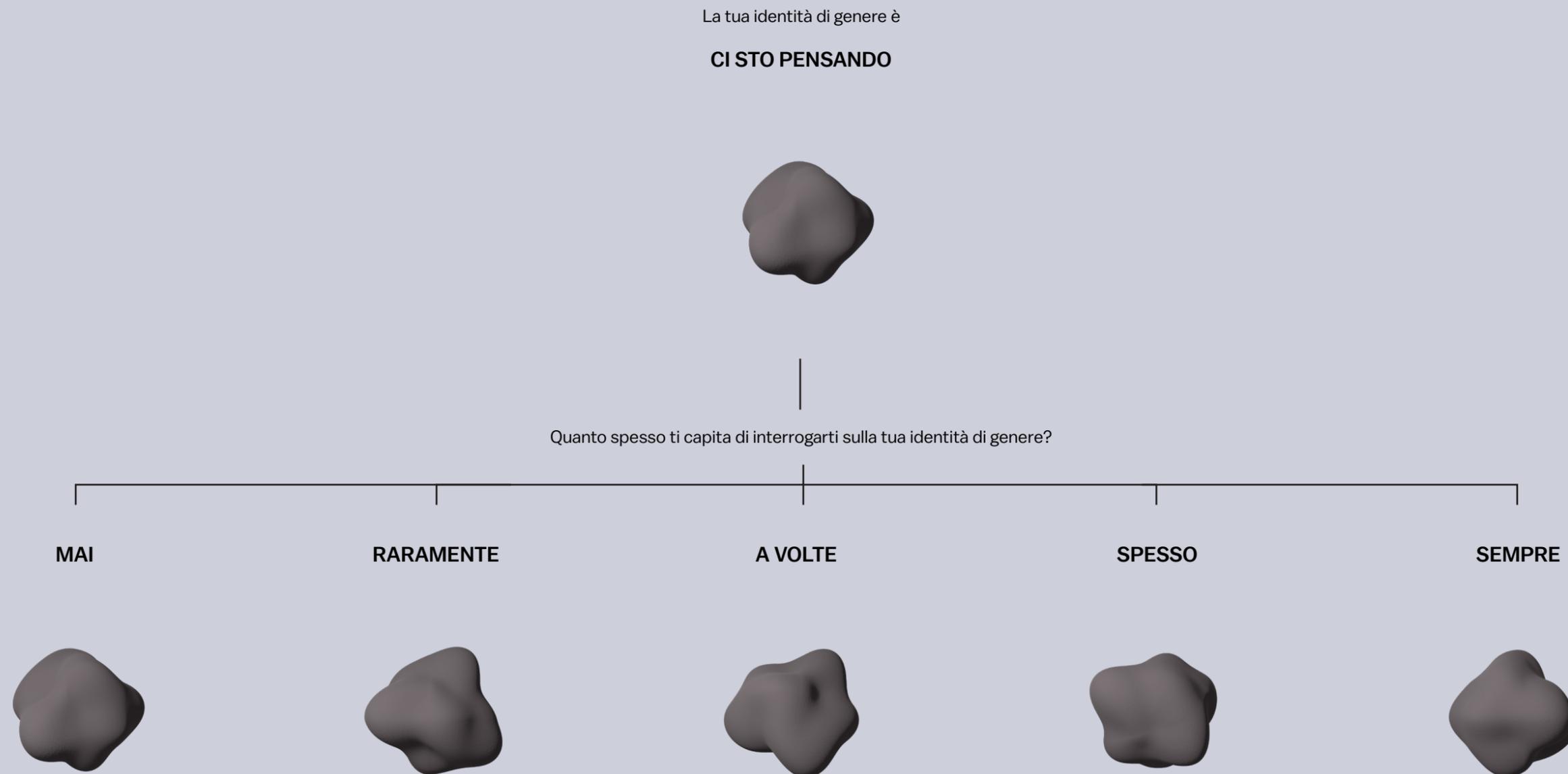
Identità NON BINARIA



## Quiz - Prima parte

### Identità GENDER QUESTIONING

Viene riportato lo schema ad albero di possibili risposte anche per l'ultima sezione di identità. Questa prevede di rispondere solo alla domanda, riguardando la frequenza con cui si interroga la propria identità.

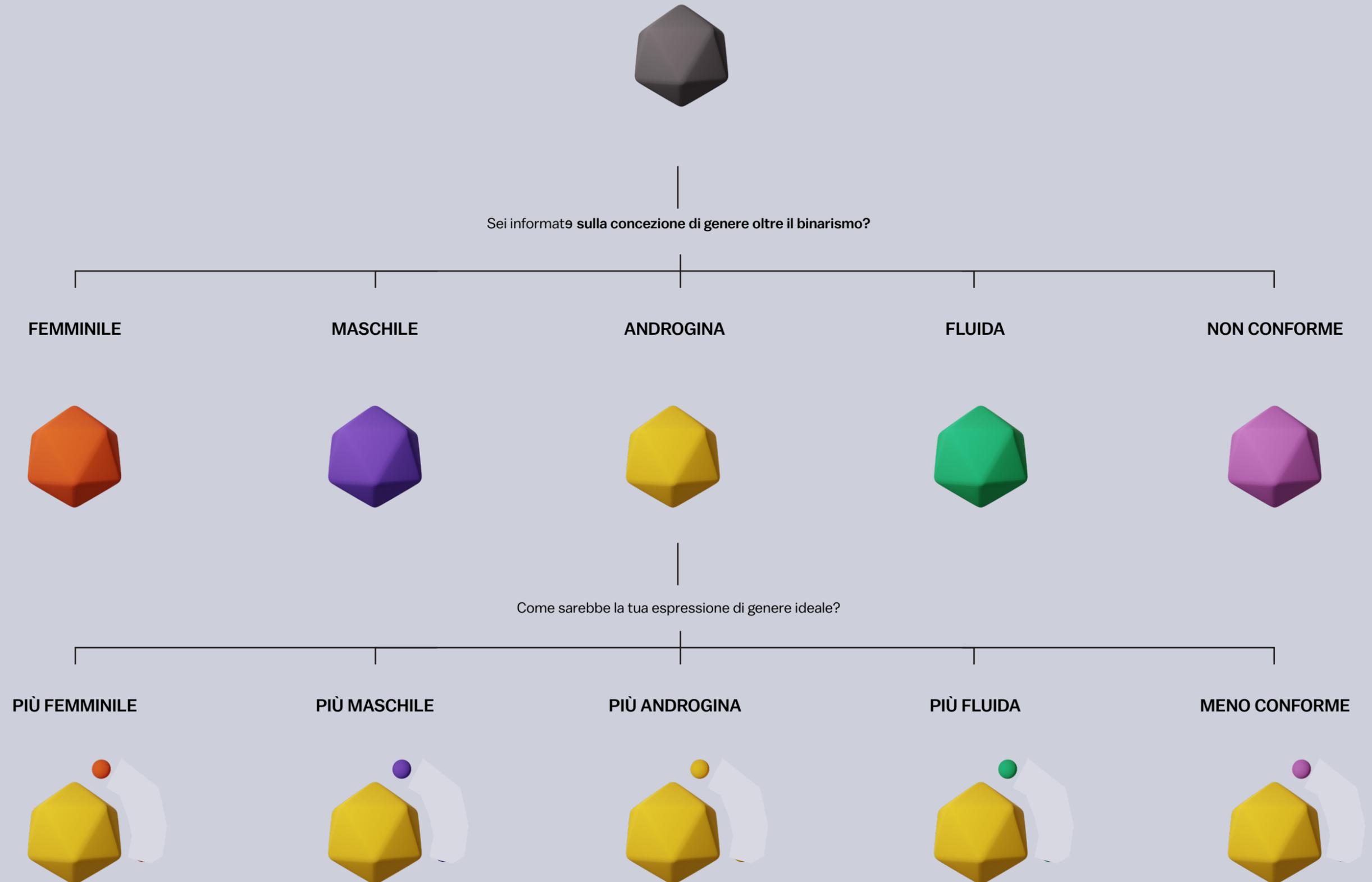


## Seconda parte

### Community

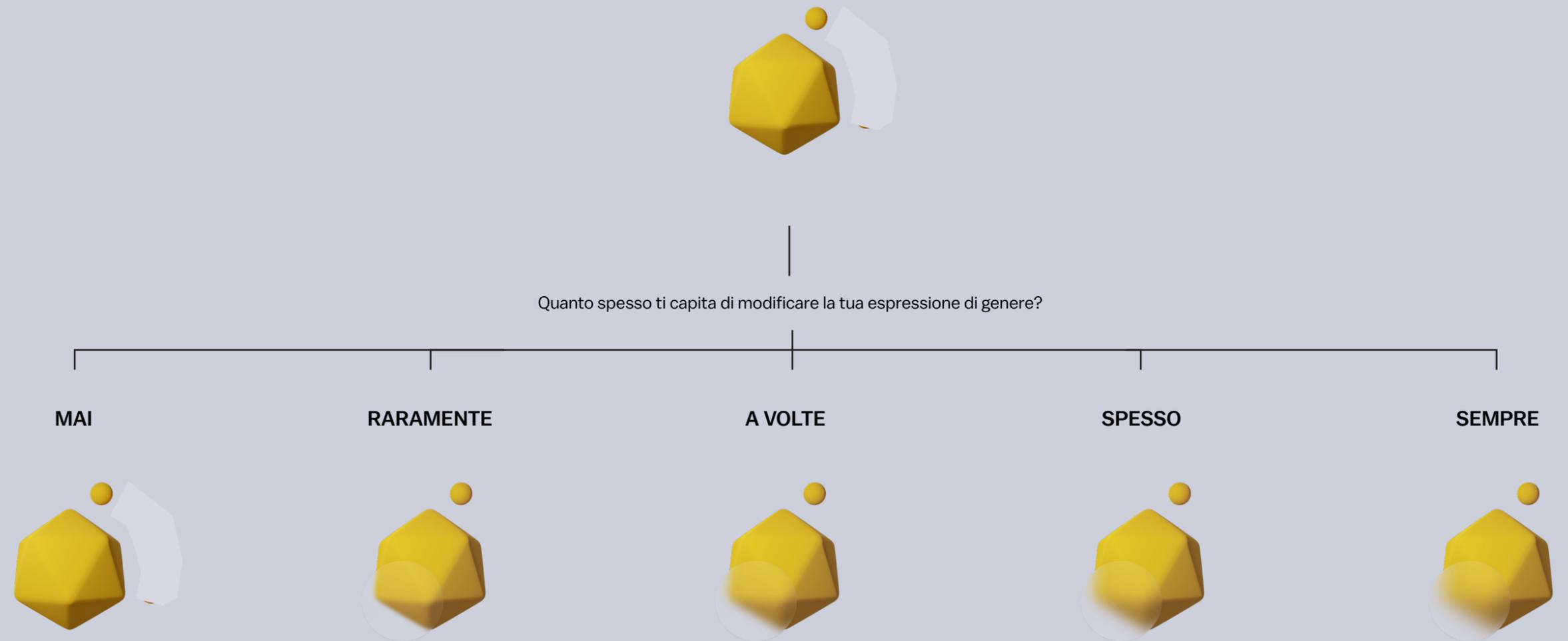
La seconda parte va ad interagire con la superficie della forma e i suoi colori. La domanda sulla espressione di genere attuale infatti è collegata al colore della forma e sono possibili cinque scelte con il relativo colore.

La domanda sulla espressione ideale ripropone i cinque colori, ma aggiunti alla forma con delle sfere che le orbitano attorno. Per questa domanda si possono scegliere più opzioni e in base a quelle aumenterà anche il numero delle sfere.



## Seconda parte

L'ultima domanda della seconda parte interroga quanto spesso la propria espressione di genere va a modificarsi in base alle persone attorno a noi. Più spesso la vera espressione viene mascherata per la società, più si inspessisce un disco di vetro opaco al bordo della forma, andandola appunto a nascondere.

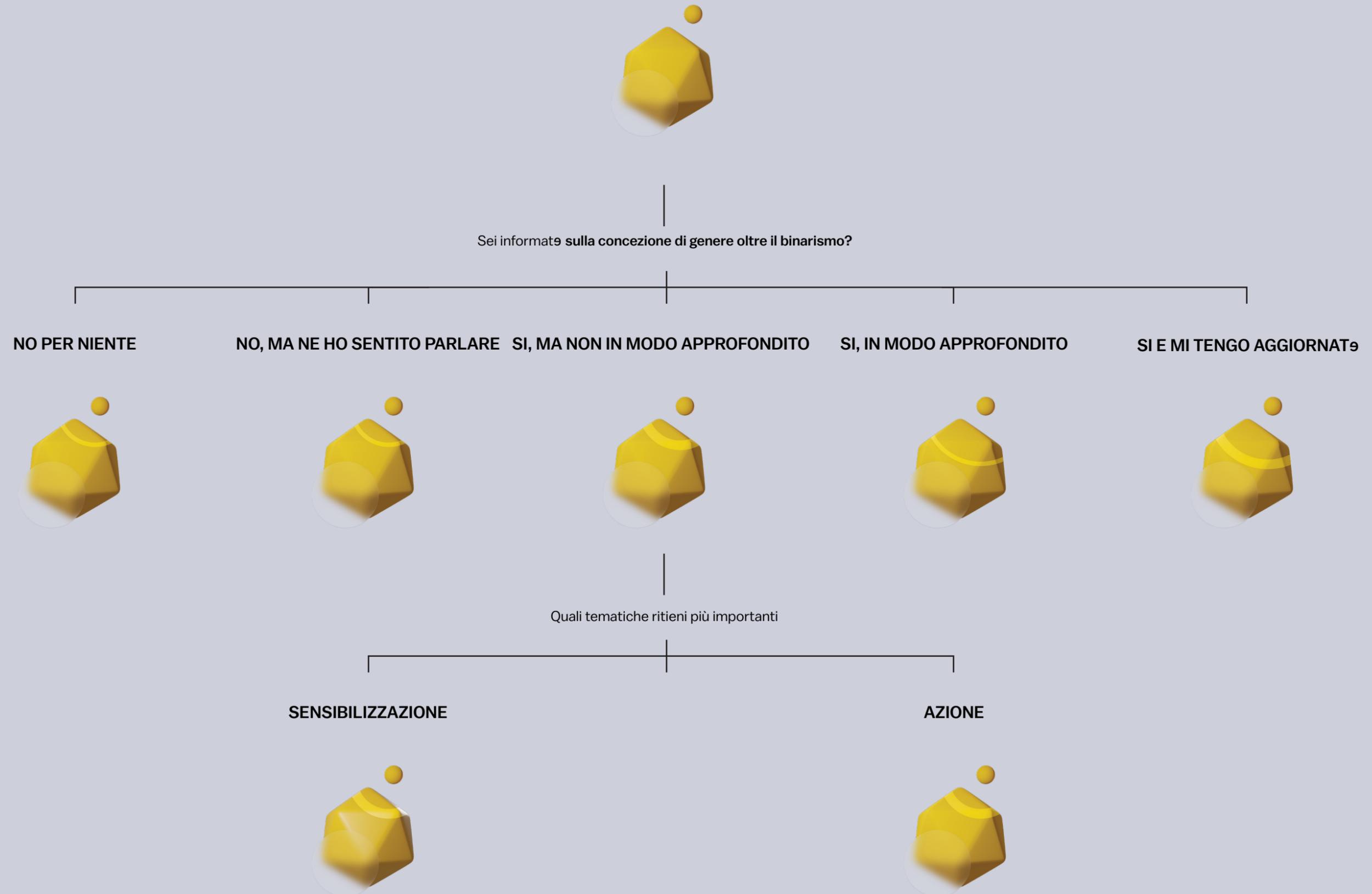


## Terza parte

### Community

Nella terza e ultima parte il questionario si ramifica ulteriormente per indagare la conoscenza del tema. Alcuni segni grafici sulla forma vanno a rappresentarne il livello, più si conosce più il segno grafico diventa importante nella visualizzazione.

L'ultima domanda chiede di scegliere una tematica che si ritiene più importante nell'ambito del progresso inclusivo di genere. Tutte le opzioni si riconducono a due macrocategorie che determinano la riflessione maggiore o minore della luce sulla superficie della forma.



## Questionario

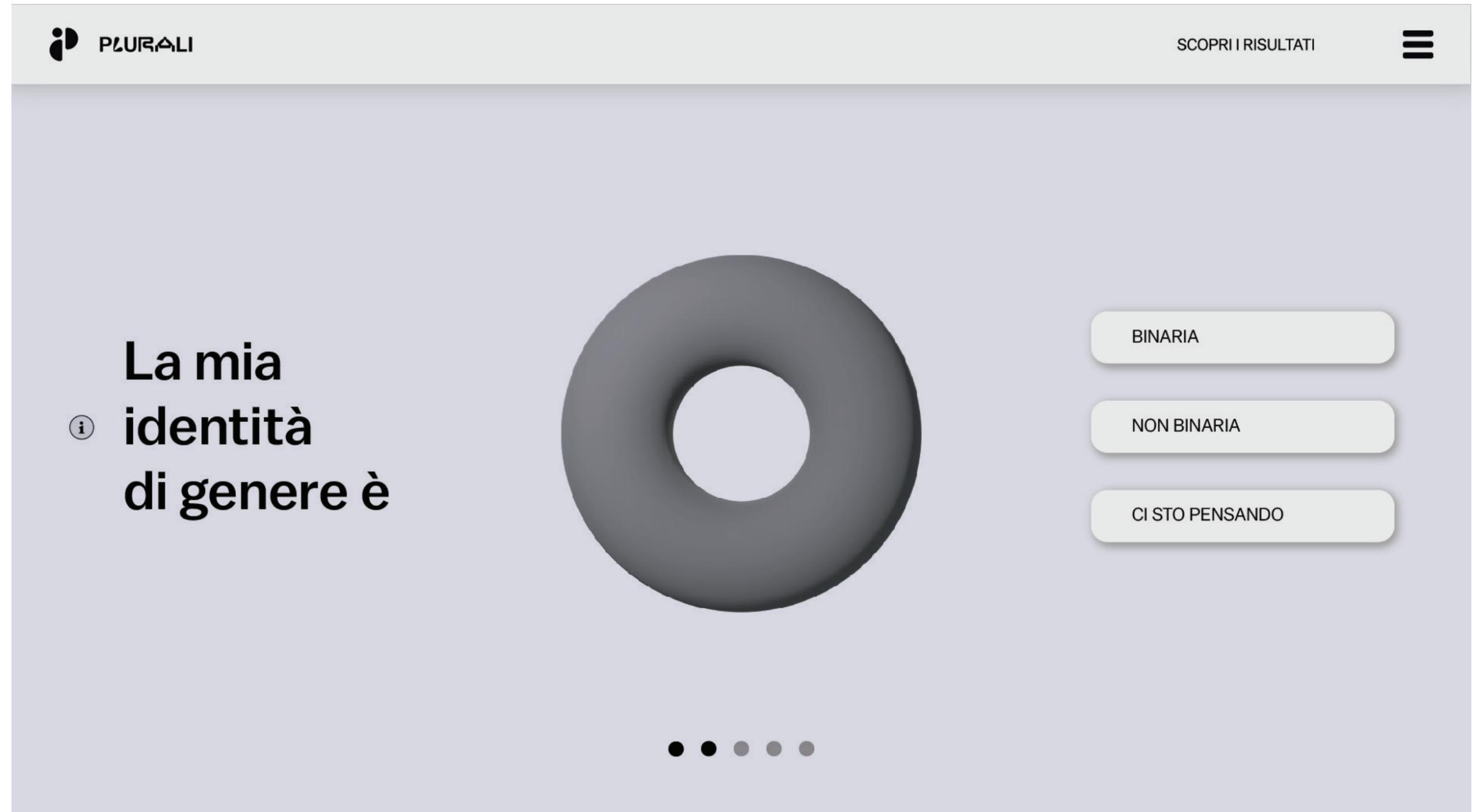
### - il sito web

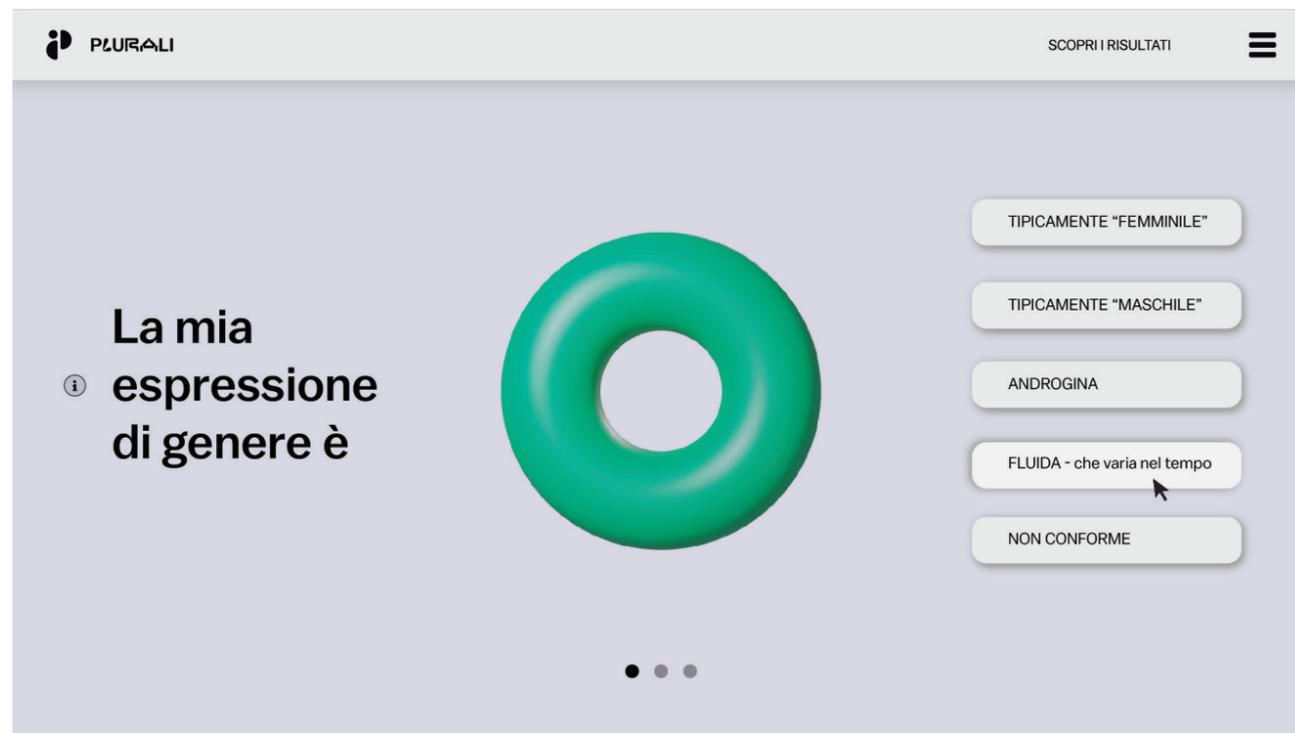
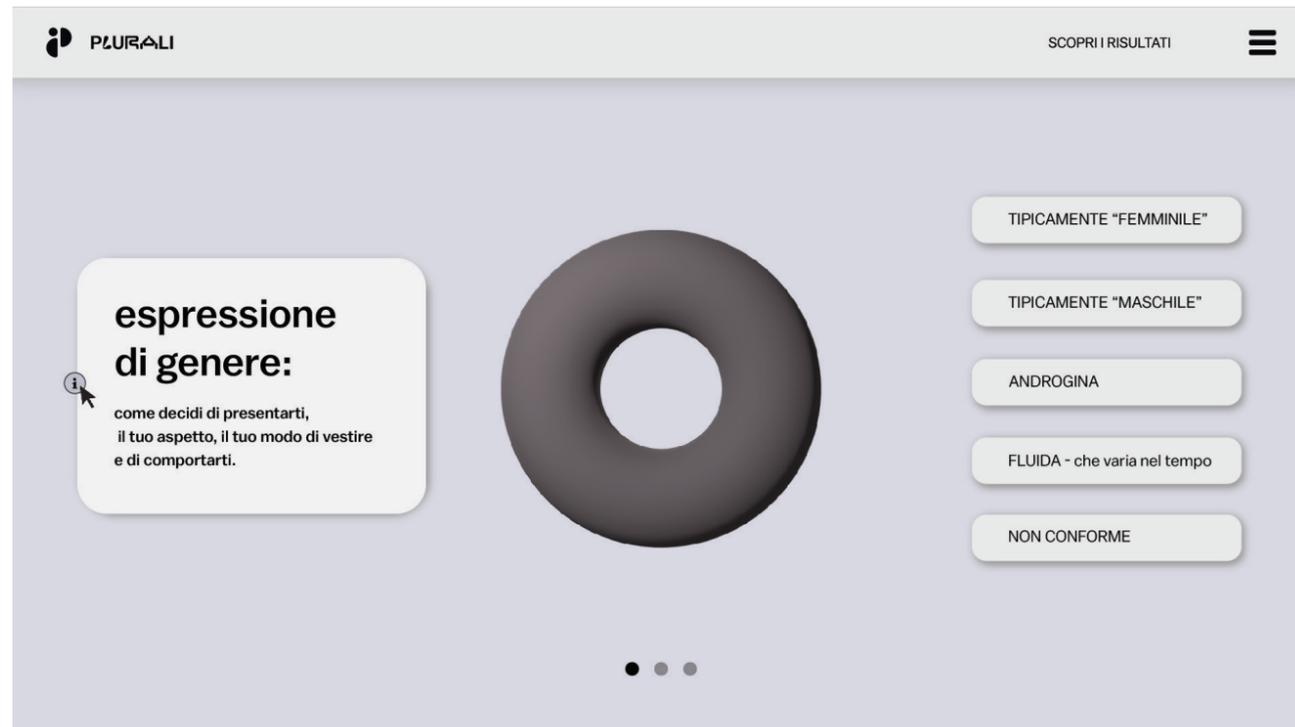
#### La visualizzazione dati

La piattaforma web, nella sezione del questionario, è progettata per semplificare e coinvolgere nella compilazione.

È possibile vedere dai primi passaggi la nascita della propria forma, e continuando a rispondere la si personalizza attraverso le scelte, facendola evolvere e trasformare fino a raggiungere l'insieme di combinazioni finale che rappresenta il proprio personale approccio all'esperienza di genere nelle sue diverse componenti.

La forma è sempre visibile mentre si compiono le scelte, per rendere l'utente consapevole e protagonista del processo di creazione.





Durante la compilazione è possibile accedere a definizioni e approfondimenti sulla domanda con facilità, per semplificare la compilazione in particolare per persone che non hanno una conoscenza molto ampia dell'argomento. Man mano che si risponde alle domande la propria visualizzazione prende forma.

Una volta ottenuto il proprio data portrait, ovvero la combinazione di elementi che ha dato una forma alla complessità dell'esperienza di genere, si può visualizzare un riassunto delle proprie caratteristiche e scaricare il download pack per la propria visualizzazione dati.



## Questionario - download pack

Il Download pack è un pacchetto digitale che ciascun utente, dopo aver completato il quiz, può scaricare. Contiene diversi supporti e applicazioni della propria rappresentazione, da condividere e utilizzare online e offline. Sono infatti presenti sia contenuti da usufruire in digitale, come le diverse applicazioni per i social, sia contenuti che si prestano a un utilizzo analogico, da stampare e conservare.

L'obiettivo è fornire degli elementi che rimangano all'utente, in modo che possa sentire propria la forma creata, aver modo e tempo di appropriarsi della rappresentazione e del suo messaggio. Inoltre, in particolare con il materiale digitale, emerge la componente community, in quanto si invoglia alla condivisione dei materiali sui diversi social e a iniziare la conversazione attorno a tematiche legate all'identità e a invitare sempre più persone a immaginare la rappresentazione della propria essenza rimandando alla piattaforma web di Plurali.



# Download pack

## Poster A3

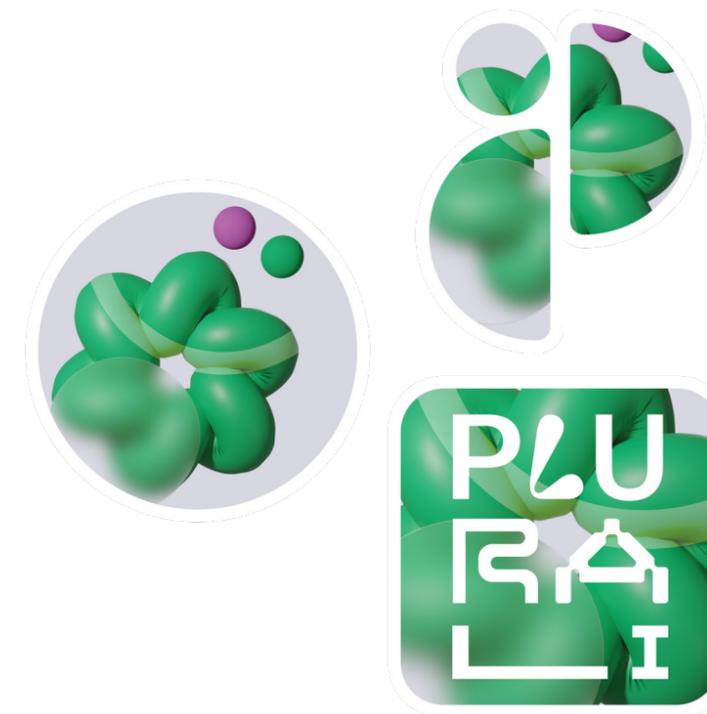
All'interno del download pack è presente un file JPG in formato A3 da poter stampare, con la visualizzazione dei propri dati. Il file è pensato per essere stampato e appeso dove si preferisce come simbolo e rappresentazione dell'unica esperienza. Il copy invita a condividere una foto del poster sui social taggando l'account di Plurali per trovare la community.



# Download pack

## Stickers

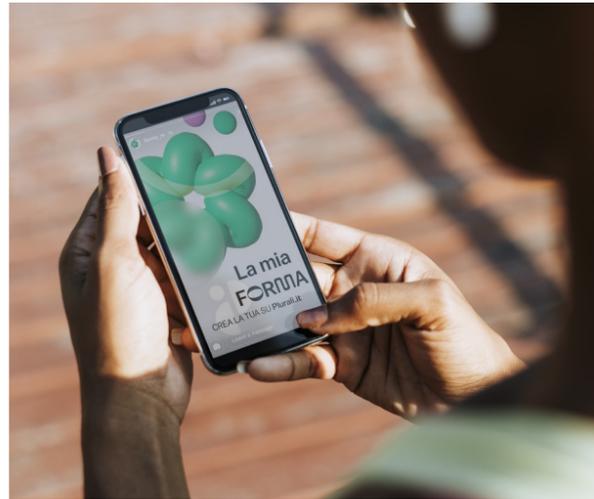
Il secondo elemento con destinazione analogica all'interno del pacchetto è un gruppo di stickers in formato PNG. Le singole forme sono protagoniste e sono stati immaginati per essere attaccati sul proprio pc, diario o smartphone per mostrare la propria identità con orgoglio e trovare la community di Plurali anche al di fuori dei social.



## Download pack

### Profilo e storia

Tra i supporti digitali è presente una immagine 1800x1800 px della propria forma, immaginata con l'utilizzo per foto profilo per i social. Il file si adatta infatti perfettamente ad essere utilizzato in un formato rotondo, tipico delle foto profilo, ma permettere comunque una visione chiara della forma e dei suoi elementi. In questo caso non sono stati inseriti copy, è solo presente il logo proprio per le piccole dimensioni dell'utilizzo.



## Download pack

### Banner Twitter e Facebook

L'ultimo file contenuto è di dimensioni -- ed è pensato per essere utilizzato come immagine di copertina adatto sia a Twitter che Facebook.



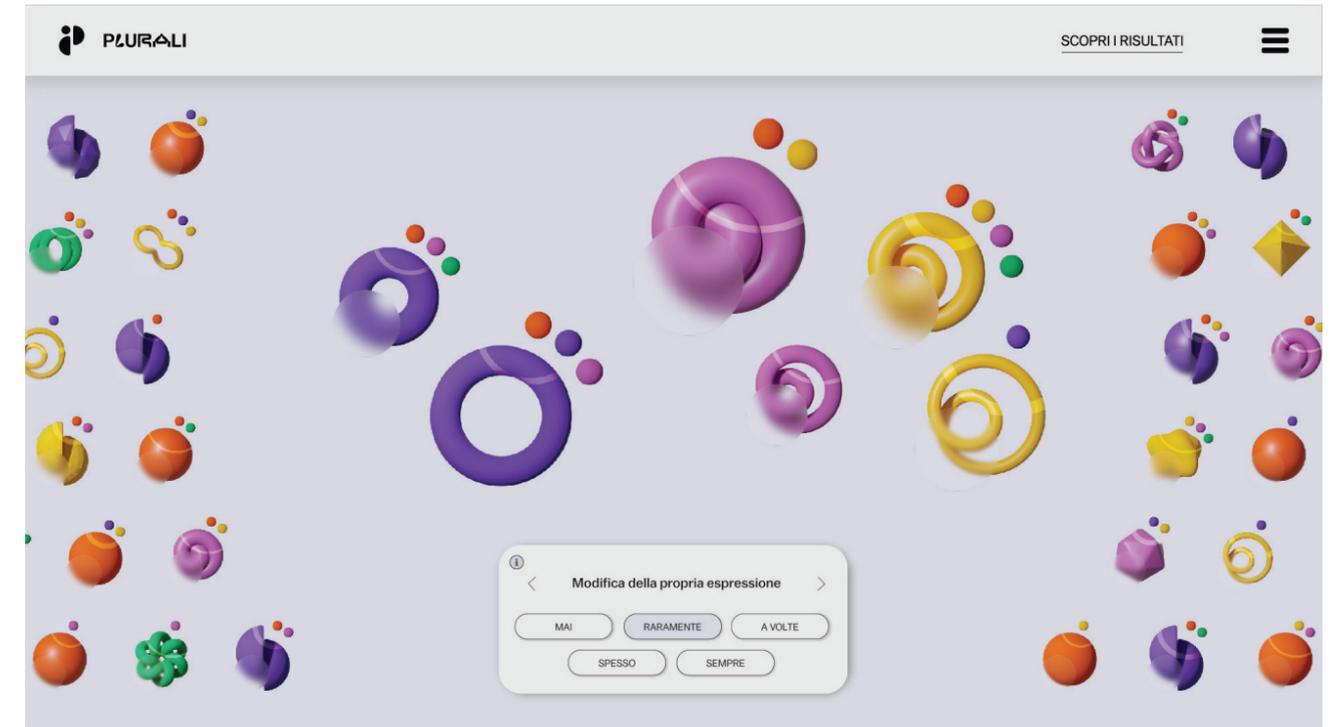
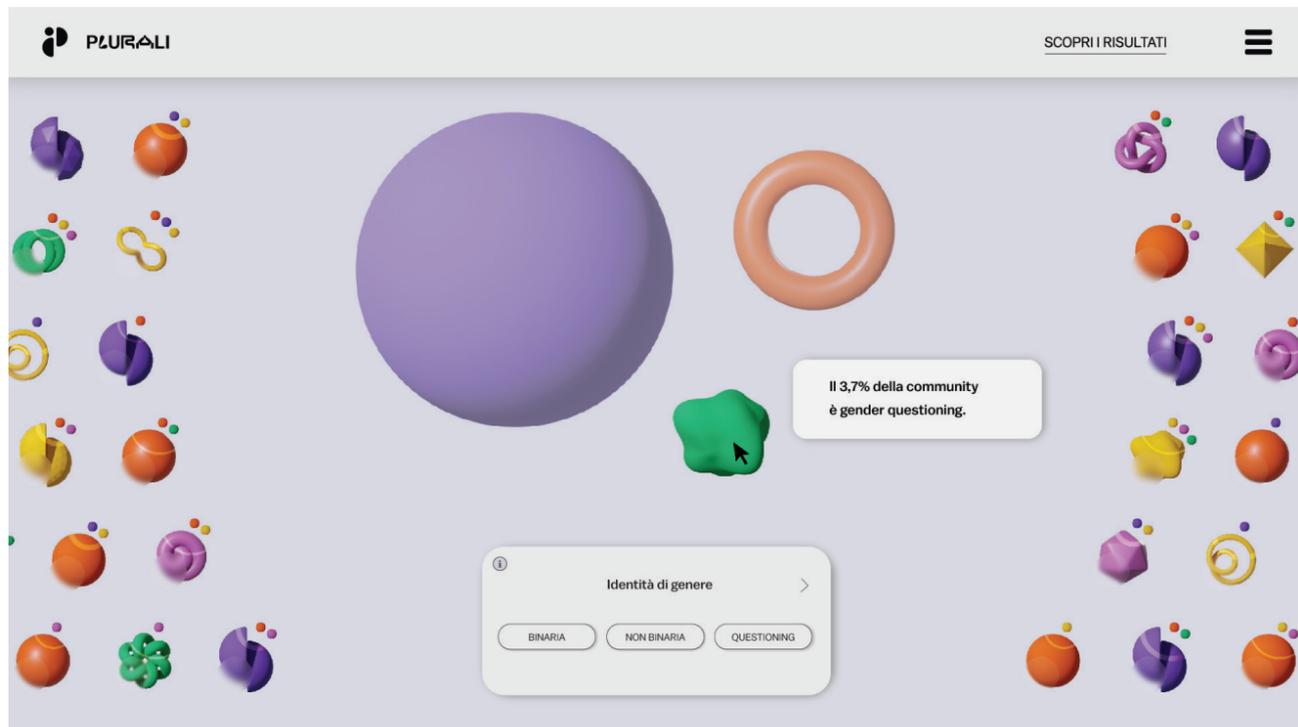
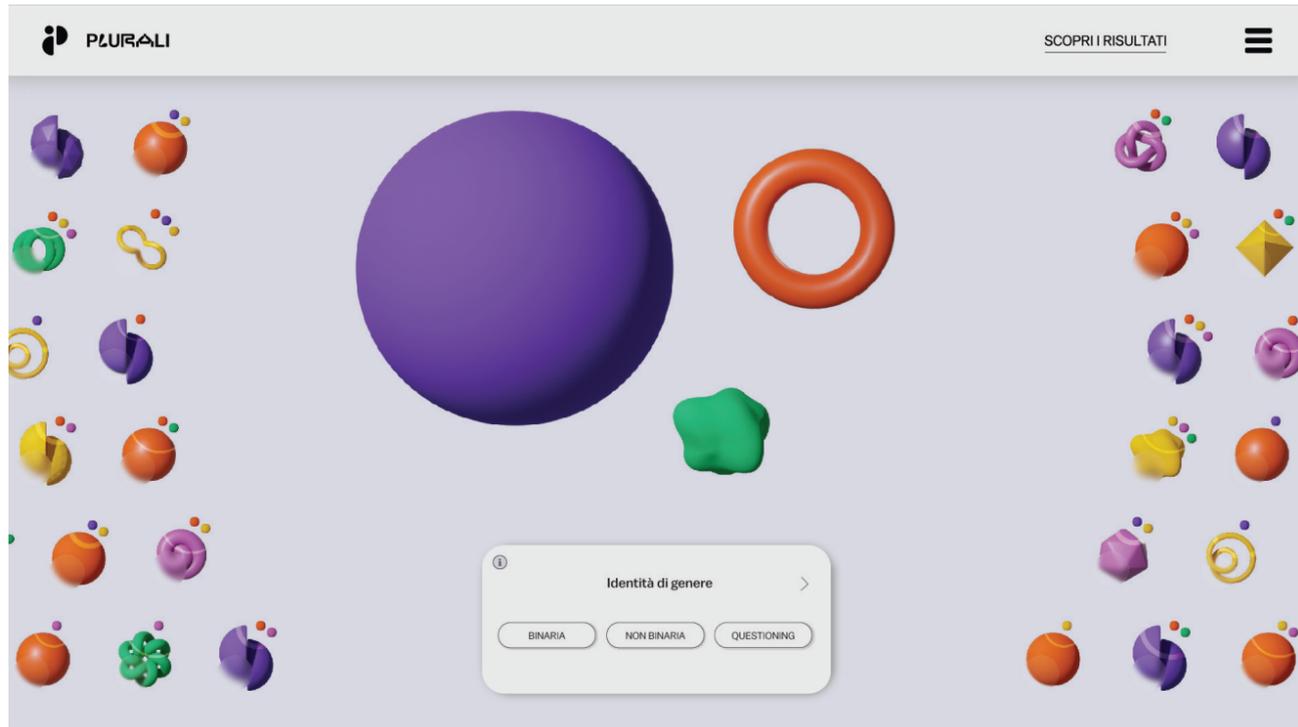
# I risultati

## La complessità dei dati

La sezione del sito web “scopri i risultati” è dedicata alla visualizzazione della complessità dell’universo creato dagli utenti. Questa sezione è accessibile dal menù in qualunque momento della consultazione del sito e contiene la rappresentazione visiva di tutta la molteplicità di dati, organizzati per una consultazione efficace e che evidenzia la pluralità.

È possibile infatti esplorare tutte le forme create dagli utenti e attraverso dei filtri consultarle in base alle diverse tematiche e domande del quiz. Le identità si possono sfogliare con libertà per scoprire trend, eccezioni e particolarità.





# La strategia

## Diagramma di Gant



## Fase di lancio

### Evento di inaugurazione

Per inaugurare la piattaforma viene organizzato un evento in fase di lancio. Questo viene creato in collaborazione con associazioni LGBTQIA+ del territorio con l'obiettivo di coinvolgere il target di interessa all'evento e iniziare a far parlare del progetto. L'evento è composto dalla presentazione di Plurali e da un'installazione interattiva che permetterà la compilazione del questionario per la prima volta.



L'installazione durante l'evento è composta da un tablet, sul quale è possibile compilare il questionario in diretta e vedere creata la propria forma, e un proiettore collegato che permette di vedere tutte le forme create e come esse interagiscono tra di loro. Una volta compilato il questionario si riceve uno sticker della propria rappresentazione.

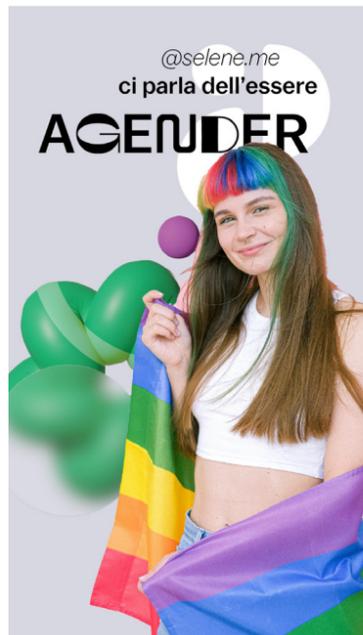


## Social

### La Community

All'interno della strategia i social coprono l'aspetto fondante la community. Il pacchetto download infatti comprende diversi supporti digitali da condividere e la pagina social di Plurali si occupa di repostare e taggare le diverse condivisioni.

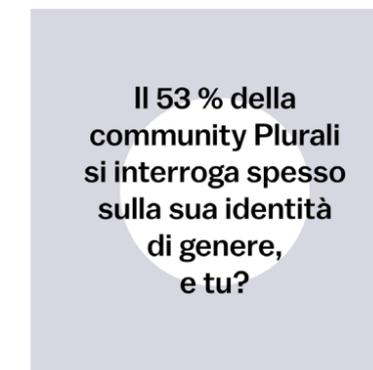
I social hanno il compito di "dare un volto" alle forme, offrendo la propria piattaforma e community a testimonianze di persone che vivono e si esprimono al di fuori del limite binario. Attraverso stories e Reels vengono raccontate storie vere per portare rappresentanza delle molteplici realtà.



I social ricoprono anche una funzione educativa, portando contenuti informativi sulle diverse identità, espressioni e di approfondimento della tematica.



Una serie di post hanno invece l'obiettivo di rimandare alla piattaforma online e alla compilazione del questionario. Riportando dati, trend e curiosità ottenute dai risultati online, l'invito è di partecipare alla raccolta dati.



# Font

## Balto

Il font primario della comunicazione è Balto. Balto è un carattere tipografico gotico sans-serif disegnato da Tal Leming e rilasciato da Type Supply nel 2013. Il design è stato ispirato dai gotici americani come Franklin Gothic e Trade Gothic. Lo sviluppo di Balto è durato sei anni e ci sono otto pesi disponibili con corsivo corrispondente, caratterizzando il font come uno dei più ricchi e completi.

**Aa**

Balto Super

**Aa**

Balto Ultra

**Aa**

Sottotitoli e titoletti  
Balto Bold

**Aa**

Titoli e slogan  
Balto Medium

**Aa**

Testi e supporti digitali  
Balto Book

**Aa**

Testi e supporti digitali  
Balto Light

**Aa**

Balto Thin

# I titoli

## L'incontro con la pluralità

All'interno della comunicazione, nei titoli o in parole chiave il font principale Balto è associato a altri 10 font. La scelta è stata fatta per comunicare, anche attraverso la tipografia, il concetto di moltitudine e pluralità centro del progetto. I font aggiuntivi sono principalmente display font e sono caratterizzati da forme e lineamenti inusuali, tutti diversi tra loro.

BAUNK

**BAUNK**

PILOWAWA

**PILOWAWA**

BROADWAY

**BROADWAY**

POLONIUM

**POLONIUM**

BLACK EMERALD

**BLACK EMERALD**

SK CUBER

**SK CUBER**

MISTO

**MISTO**

THENIGHTWATCH

**THENIGHTWATCH**

ONEK

**ONEK**

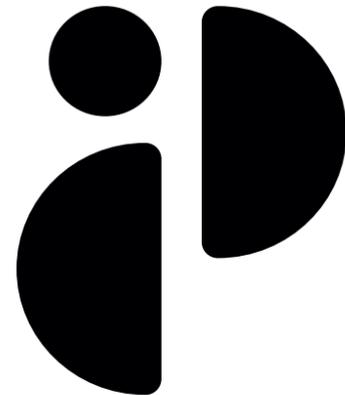
KISH

**KISH**

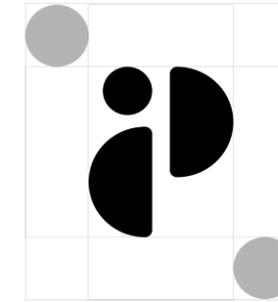
# Logo

Il logo è ispirato alle forme che guidano la comunicazione, è creato a partire da forme geometriche smussate, una sfera e due mezze sfere. È un insieme della lettera I di identità e della P di Plurali. Può essere usato nel colore nero 0000d e nel colore bianco f6f8f9, in base allo sfondo per creare il corretto contrasto.

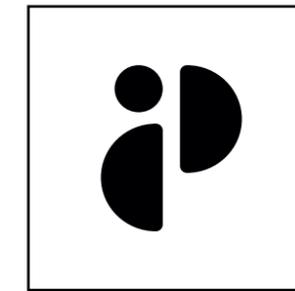
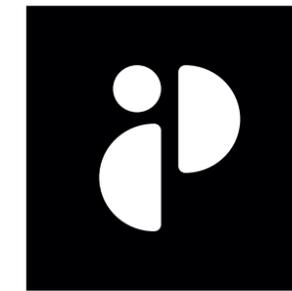
 PLURALI



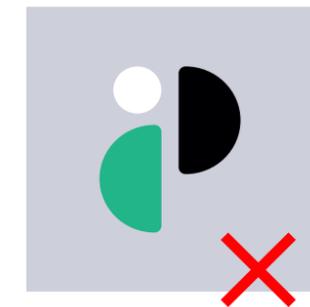
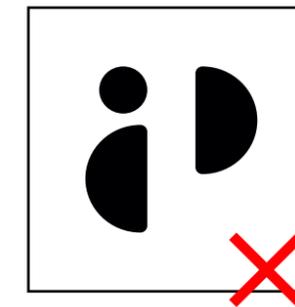
AREA DI RISPETTO:



UTILIZZO CORRETTO:



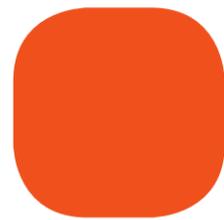
UTILIZZO SCORRETTO:



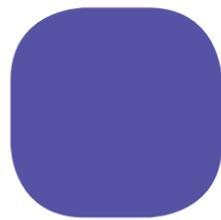
# Palette

La palette principale è composta da cinque colori che sono utilizzati esclusivamente nelle forme. I cinque colori si allontanano dai colori primari e dai colori tipicamente espressivi del binarismo, sono infatti selezionati per rappresentare un arcobaleno dell'intero spettro dei colori, situati nel range di gradiente tra i colori primari.

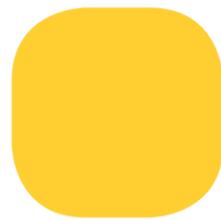
La palette è composta anche da due colori secondari che sono utilizzati prevalentemente come sfondo delle forme. Sono colori neutri, che lasciano ampio respiro alla varietà protagonista, facendola spiccare.



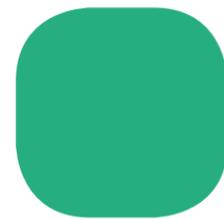
F05123



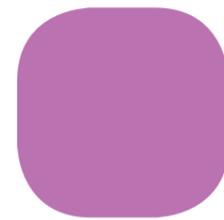
5754A4



FFCD34



2BAD7F



BA72AF



BA72AF



f6f8f9

# Evoluzione

Il futuro di Plurali è la diretta conseguenza della base dati prodotta, uno specchio oggettivo della situazione che evidenzia i bisogni di un gruppo di persone che ora è quantificabile e non si può più ignorare.

I dati raccolti infatti potranno essere utilizzati per un'evoluzione culturale, sociale, linguistica e legislativa, che non si ferma a dei preconcetti standardizzati.

L'evoluzione di Plurali sarà la collaborazione con ricercatori, studiosi, istituti statistici per sfruttare appieno i dati raccolti, incrementare il valore pratico del progetto. Plurali potrebbe trasformarsi in un database nazionale sulle tematiche di genere, che raccoglie e organizza i dati in base alla posizione geografica degli utenti per fornire indicazioni precise alle diverse regioni italiane su come muoversi per incrementare l'inclusività.

## Bibliografia e fonti

- [1] Bornstein K., *Gender Outlaw: On Men, Women, and the Rest of Us*, New York, NY, Vintage Books, 1994.
- [2] Stryker S., *Transgender History*, Berkley, CA, Seal Press, 2008.
- [3] Boschetto L., *Italiano inclusivo. Una lingua che non discrimina per genere*, <https://italianoinclusivo.it/> , consultato il 14 febbraio 2022.
- [4] Scott J., *Gender: A Useful Category of Historical Analysis*, Oxford, American Historical Review, 1989.
- [5] Laqueur T., *Making sex: Body and gender from the Greeks to Freud*, Cambridge, Harvard University Press, 1992.
- [6] Kent S., *Una storia del genere*, Gorizia, LEG Edizioni, 2021
- [7] Gazzaniga V., *Anatomia, libri e auctoritas: Galeno di Pergamo, Medicina e Chirurgia*, 59: 2652-2658, 2013
- [8] Meyerowitz J., *A History of "Gender"*, Oxford, American Historical Review, 2008.
- [9] Harvey K., *The century of sex? Gender, bodies, and sexuality in the long eighteenth century*, University of Cambridge, *Press's Historical Journal*, 45(4), 899-916, 2002.
- [10] Dei F., *Antropologia culturale*, Il mulino, Italia, 2016.
- [11] Mauriello M., *Corpi dissonanti: note su gender variance e sessualità. Il caso dei femminielli napoletani*, *Archivio antropologico mediterraneo* <http://journals.openedition.org/aam/706> consultato il 17 marzo 2022.
- [12] Chauncey G., *Gay New York: Gender, Urban Culture, and the Making of the Gay Male World 1890-1940*, New York, Basic Books, 1995
- [13] Cortez M. Gaudenzi P. Maksud I., *Gender: pathways and dialogues between feminist and biomedical studies from the 1950s to 1970s*, <https://www.scielo.br/j/physis/a/p4dXbydkK3jShSKdxxpgpCm/?lang=en#> consultato il 28 febbraio 2022.

- [14] Millet K., *Sexual Politics*, United States, Doubleday, 1970
- [15] A map of gender-diverse culture, [https://www.pbs.org/independentlens/content/two-spirits\\_map-html/](https://www.pbs.org/independentlens/content/two-spirits_map-html/) consultato il 4 marzo 2022.
- [16] Morgensen S., *Spaces Between Us: Queer Settler Colonialism and Indigenous Decolonization*, America, Paperback, 2011.
- [17] Jacobs S. Thomas W. Lang S., *Two-spirit People: Native American Gender Identity, Sexuality, and Spirituality*, Illinois, University of Illinois Press, 1997
- [18] Reddy G., *Chicago, With respect to sex, Negotiating Hirja Identity in South India*, University of Chicago Press, 2005.
- [19] Kerry C., *Sistergirls/brotherboys: The status of indigenous transgender Australians*. *International Journal of Transgenderism* 15.3-4 173-186, 2014.
- [20] Boskey E., *Understanding transgender identity development in childhood and adolescence*, *American Journal of Sexuality Education*, 9(4), 445-463, 2014.
- [21] McKinney S., *On the margins: A study of the experiences of transgender college students*. *Journal of Gay & Lesbian Issues in Education*, 3(1), 63-75, 2005.
- [22] Fausto-Sterling A., *Sexing the Body: Gender Politics and the Construction of Sexuality*, Basic Books, 2000.
- [23] Lupton E. Tobias J., *Extra Bold: A Feminist, Inclusive, Anti-racist, Nonbinary Field Guide for Graphic Designers*, Princeton Architectural Press, 2021

- [24] Konnelly, L., *Transmedicalism and 'trans enough': linguistic strategies in talk about gender dysphoria*. *Gender & Language*, 2022
- [25] Calvard T., *Impostor syndrome as a way of understanding gender and careers*. In *Research handbook of diversity and careers*. Edward Elgar Publishing, 2018
- [26] Scandurra C, Vitelli R, Maldonato NM, et al. *A qualitative study on minority stress subjectively experienced by transgender and gender nonconforming people in Italy*. *Sexologies* 2019
- [27] *Historic England*, <https://historicengland.org.uk/research/inclusive-heritage/lgbtq-heritage-project/trans-and-gender-nonconforming-histories/> consultato il 6 aprile 2022.
- [28] Puckett JA, Cleary P, Rossman K, et al. *Barriers to gender-affirming care for transgender and gender*. *Sex Res Social Policy* 2018
- [29] Ageform, *Indagine sui fabbisogni e le buone pratiche per l'inclusione socio-lavorativa di persone transessuali*, Regione Emilia-Romagna, Bologna, 2014.
- [30] Sabbatini A., *Il sessismo nella lingua italiana*, Roma, Presidenza del consiglio dei Ministri, 1987.
- [31] Prewitt J. Freilino T., *The Gendering of Language: A Comparison of Gender Equality in Countries with Gendered, Natural Gender, and Genderless Languages*. *Sex Roles*. 2011
- [32] Stevens J. Shanahan K., *Estratto strutturato: rabbia, volontà o incapace? capire perché le donne pagano una tassa rosa sui prodotti che consumano. Nella creazione di magia di marketing e tendenze di marketing future innovative* (pp. 571-575). Springer, Cham, 2017.