

## **Parole O\_Stili lancia “Il Manifesto della comunicazione non ostile...per le aziende”: dieci principi a cui le imprese possono ispirarsi per gestire al meglio il dialogo sui social media e i rapporti online.**

Il Manifesto...per le aziende:

- > **è stato scritto da Annamaria Testa e da un gruppo di aziende sensibili al tema.**
- > **vuole essere uno strumento al servizio di tutte le aziende per favorirne il ruolo di attori fondamentali in grado di promuovere la consapevolezza rispetto al linguaggio sui social media e di attivare una sensibilizzazione sui comportamenti comunicativi delle persone.**
- > **verrà presentato giovedì 7 giugno in occasione di Parole O\_Stili 2018, l'appuntamento annuale che vedrà riunirsi a Trieste oltre 1.000 esperti della rete, giornalisti, manager, politici, docenti, comunicatori, influencer e numerose persone e professionisti provenienti da tutta Italia, con la volontà di promuovere un dialogo per contrastare il linguaggio dell'odio in rete e non solo.**

Consapevolezza, responsabilità, ascolto, rispetto: sono solo alcune delle parole chiave che emergono dal nuovo **Manifesto della comunicazione non ostile...per le aziende** - dieci principi a cui le imprese possono ispirarsi per gestire al meglio il dialogo sui social media e i rapporti online - realizzato dall'**Associazione Parole O\_Stili** sotto la guida di **Annamaria Testa** e grazie alla collaborazione di una ventina di realtà d'impresa sensibili a una tematica oggi centrale, nella vita e nel lavoro, come quella dell'uso di un linguaggio non ostile in rete e nella nostra quotidianità.

Le aziende che hanno partecipato alla stesura del Manifesto sono: **Aeroporto di Trieste, Axa Italia, Carrefour, Coca Cola, Costa Crociere, Discovery, Genertel, Granarolo, Groupon, Gruppo Nestlé Italia, Ikea, Illy, Mondadori, Nissan, Piaceri Mediterranei, Playmobil, SEC - Strategy PR Advocacy, Signify, Sorgania, Spin Master, The Walt Disney Company Italia.**

“Le aziende sono attori chiave della società contemporanea e possono avere un ruolo di primissimo piano anche a favore della **sensibilizzazione ed educazione verso una maggiore consapevolezza nell'uso degli strumenti del digitale**. Nasce da qui il Manifesto della comunicazione non ostile...per le aziende, per rendere disponibile a tutte le realtà d'impresa uno strumento che possa accompagnarne una buona pratica digitale nella propria attività di business e promuovere allo stesso tempo una più ampia consapevolezza, all'interno e all'esterno, sul linguaggio utilizzato attraverso i social, e non solo, allo scopo di attivare una sensibilizzazione sui comportamenti comunicativi delle persone”, ha commentato **Rosy Russo**, fondatrice di Parole O\_Stili.

## **Cos'è il Manifesto della comunicazione non ostile ... per le aziende?**

Rappresenta una risposta delle imprese e per le imprese ai rischi connessi alla diffusione del linguaggio d'odio nella società ed è composto da dieci principi a cui le imprese possono ispirarsi per gestire al meglio il dialogo sui social media e i rapporti online.

È uno strumento che definisce poche e semplici regole che consentano di instaurare un dialogo trasparente e sincero all'interno delle aziende, ma anche anche fra aziende, clienti, e stakeholder più in generale.

## **Perché è nato?**

Il Manifesto vuole essere uno strumento al servizio di tutte le aziende per favorirne il ruolo di attori fondamentali in grado di promuovere la consapevolezza rispetto al linguaggio sui social media e di attivare una sensibilizzazione sui comportamenti comunicativi delle persone.

## **Com'è stato realizzato?**

A partire dal Manifesto della comunicazione non ostile - dieci principi di stile per arginare e combattere i linguaggi ostili in Rete – e come già era avvenuto per le elaborazioni in chiave Politica e poi per la PA, ogni punto del Manifesto ha trovato una corrispondente declinazione per le Aziende, elaborata nella sua versione finale da Annamaria Testa sulla base dei contributi proposti da aziende sensibili alla tematica dell'ostilità nel linguaggio in rete e non, che hanno deciso di partecipare alla stesura del documento.

Il Manifesto della comunicazione non ostile...per le aziende fa parte delle iniziative promosse dall'**Academy di Parole O\_Stili**, nata per promuovere la consapevolezza rispetto al linguaggio sui social allo scopo di attivare un cambiamento nei comportamenti comunicativi delle persone: virtuale è reale, reale è virtuale. Alle aziende che scelgono di sposare il progetto e che, attraverso la formazione dei collaboratori, si impegnano a diffondere la cultura di una comunicazione non ostile, viene assegnata la certificazione "Parole O\_Stili. Per una comunicazione responsabile" da parte dell'Associazione Parole O\_Stili, che ne valorizza in varie forme la buona pratica.

## **Parole O\_Stili e il Manifesto della comunicazione non ostile**

Nato dal lavoro collettivo di oltre cento professionisti della comunicazione, il Manifesto della comunicazione non ostile esprime una duplice volontà: rendere la Rete un luogo migliore, meno violento, più rispettoso e civile e responsabilizzare ed educare gli utenti a praticare forme di comunicazione non ostile. Lanciato a Trieste nel febbraio 2017, in pochi mesi si è diffuso non solo in Italia, ma in tutta Europa, ed è stato tradotto in 17 lingue. Oggi è al centro di un grande e ambizioso progetto di educazione collettiva promosso dall'Associazione Parole O\_Stili, impegnata nella sensibilizzazione contro l'ostilità delle parole online e offline. Sono numerose le iniziative che, negli ultimi mesi, si sono sviluppate intorno al Manifesto, dalla comunicazione tra Pubblica Amministrazione e cittadini, alla comunicazione d'impresa, a quella politica, oltre a progetti e appuntamenti dedicati a studenti e docenti. Tutte le iniziative sono consultabili su: [paroleostili.com](http://paroleostili.com)

## **Il lancio a Trieste in occasione di Parole O\_Stili 2**

Il Manifesto della comunicazione non ostile...per le aziende viene presentato ufficialmente nell'ambito del panel sul "Business" il 7 giugno a Trieste in occasione di Parole O\_Stili 2, l'appuntamento annuale che vedrà riunirsi a Trieste oltre 1.000 esperti della rete, giornalisti, manager, politici, docenti, comunicatori, influencer e numerose persone e professionisti provenienti da tutta Italia, con la volontà di promuovere un dialogo per contrastare il linguaggio dell'odio in rete e non solo.

*"Quando le parole sono un ponte"* sarà il filo conduttore della giornata, a cui parteciperanno tanti i nomi che, a partire da ambiti, esperienze, stili e professioni diverse, dialogheranno e rifletteranno sull'importanza del linguaggio e delle parole, sulla consapevolezza che "virtuale è reale" e che l'ostilità espressa in Rete può avere conseguenze concrete e permanenti nella vita delle persone ma anche di aziende, enti e istituzioni. Con l'obiettivo di trovare insieme soluzioni che possano contribuire a ridurre e contrastare questo fenomeno. Dalla scrittrice Michela Murgia ad Agnese Moro, dalla giornalista Maria Concetta Mattei alla Senatrice Valeria Fedeli, da Antonia Klugmann, chef stellata e giudice di MasterChef Italia, a Carlo Verna, Presidente Ordine dei Giornalisti Italiani, da Annamaria Testa, esperta di comunicazione e saggista, a Paola Bonini, Consultant Digital



Direction Rai.

La giornata prevede, in apertura, una sessione plenaria alle ore 9 e, a seguire, una serie di panel di approfondimento, della durata di un'ora e mezza, su diverse tematiche legate alla comunicazione in rete: Giornalismo, Social media e scritture, Parole come ponti, Politica, Business, Scuola e famiglia, Disinformazione, Pubblica Amministrazione e Fact-checking e Fake news – Corso Google News Lab.

La partecipazione è gratuita su iscrizione al sito: [www.paroleostili.com](http://www.paroleostili.com)



**Ufficio Stampa Parole O Stili**

T. +39 02 89052366

Alessandra de Antonellis | M+39 339 3637388 | Email:[alessandra.deantonellis@ddlstudio.net](mailto:alessandra.deantonellis@ddlstudio.net)

Mara Linda Degiovanni | M+39 3496224812 | Email:[maralinda.degiovanni@ddlstudio.net](mailto:maralinda.degiovanni@ddlstudio.net)

# Il Manifesto

## della comunicazione non ostile

- 1. Virtuale è reale**  
Dico e scrivo in rete solo cose che ho il coraggio di dire di persona.
- 2. Si è ciò che si comunica**  
Le parole che scelgo raccontano la persona che sono: mi rappresentano.
- 3. Le parole danno forma al pensiero**  
Mi prendo tutto il tempo necessario a esprimere al meglio quel che penso.
- 4. Prima di parlare bisogna ascoltare**  
Nessuno ha sempre ragione, neanche io. Ascolto con onestà e apertura.
- 5. Le parole sono un ponte**  
Scelgo le parole per comprendere, farmi capire, avvicinarmi agli altri.
- 6. Le parole hanno conseguenze**  
So che ogni mia parola può avere conseguenze, piccole o grandi.
- 7. Condividere è una responsabilità**  
Condivido testi e immagini solo dopo averli letti, valutati, compresi.
- 8. Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare**  
Non trasformo chi sostiene opinioni che non condivido in un nemico da annientare.
- 9. Gli insulti non sono argomenti**  
Non accetto insulti e aggressività, nemmeno a favore della mia tesi.
- 10. Anche il silenzio comunica**  
Quando la scelta migliore è tacere, taccio.

## PER LE AZIENDE

*So che ogni parola in rete ha conseguenze concrete e può costruire o distruggere relazioni reali. Modero i toni e valorizzo l'empatia, l'ascolto rispettoso e, se è il caso, lo humor. Sono coerente e mantengo le promesse fatte online.*

*Quanto comunico rispecchia valori e identità miei e dell'azienda. Promuovo la fiducia e la trasparenza. Sono leale e intellettualmente onesto con i concorrenti. Curo la qualità di ciò che comunico così come curo quella di ciò che produco.*

*Comunico in modo semplice e chiaro, con l'obiettivo di farmi capire, e mi prendo il tempo che serve per riuscirci. Evito i tecnicismi inutili, do sempre le informazioni necessarie. So che le mie idee avranno successo solo se le racconto bene.*

*L'ascolto prescinde dalla gerarchia: solo ascoltando gli altri, colleghi partner o clienti, posso costruire un progetto vincente per tutti. Agevolò la comunicazione. Rispondo alle domande, accolgo le critiche e le uso per migliorare.*

*Trovo parole giuste, entusiasmanti, ospitali, inclusive, tali da creare un terreno comune e costruire relazioni di valore. Cerco di conoscere ragioni e interessi dei miei interlocutori per capire il loro punto di vista e sono disposto a cambiare il mio.*

*Le mie parole rappresentano la mia azienda, hanno un peso e concorrono alla creazione dell'immaginario collettivo: ne sono consapevole e me ne assumo la responsabilità. Ho il coraggio di rispondere ad attacchi ostili con gentilezza.*

*Quanto condivido in rete influisce sulla reputazione e la credibilità della mia azienda. Seleziono e valuto fonti e contenuti, non diffondo mai notizie, informazioni e dati falsi o riservati. Rispetto la privacy e tutelo la sicurezza.*

*Discutere aiuta a crescere. Discutendo – anche energicamente – opinioni e prospettive, valorizzo la libera espressione delle idee, indipendentemente dalle gerarchie. Rispetto sempre le persone, la loro diversità e la multiculturalità.*

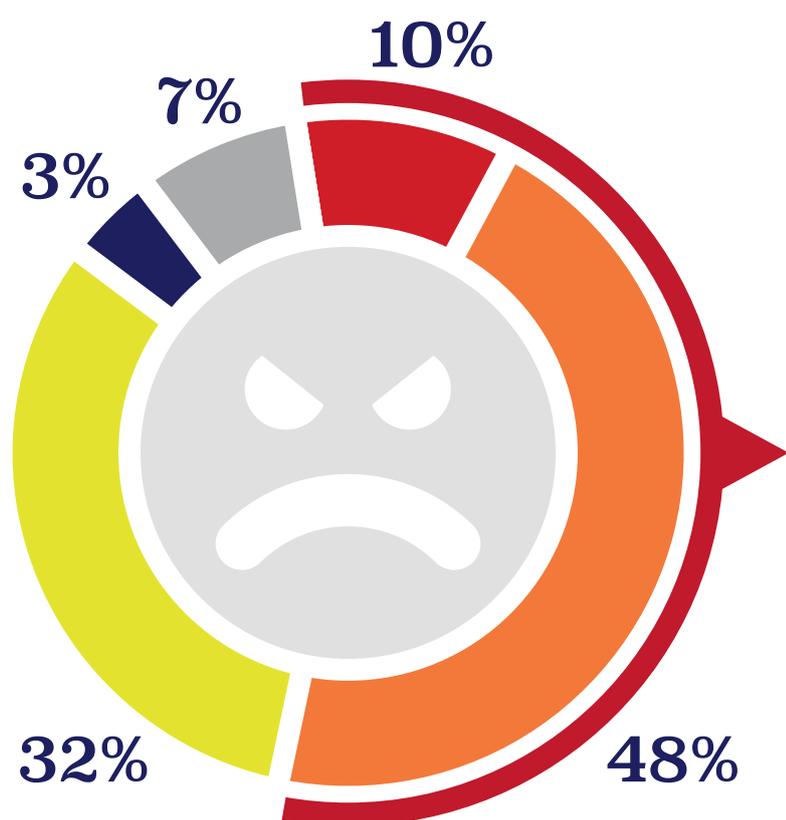
*L'aggressività è nemica di una comunicazione efficace e costruttiva. Insultare è umiliante e sterile, e chi insulta dimostra solo di non avere argomenti migliori. Sensibilizzo i miei collaboratori a comunicare in modo equilibrato e non ostile.*

*C'è un tempo per ascoltare, un tempo per riflettere, un tempo per rispondere. So quando è meglio la parola e quando è meglio il silenzio: tacere aiuta a dare risposte lucide al momento giusto, e il silenzio può anche esprimere valore e forza.*

# I dipendenti: per il 58% aggressività diffusa sul luogo di lavoro

Parliamo della vita da lavoratore dipendente.

**Secondo la sua esperienza, l'uso di linguaggio aggressivo e irrispettoso nelle organizzazioni (aziende, enti, ecc.) è molto o poco diffuso?**



**“molto” +  
“abbastanza”**

**58%**

## Genere

**60%** uomo  
**55%** donna

## Istruzione

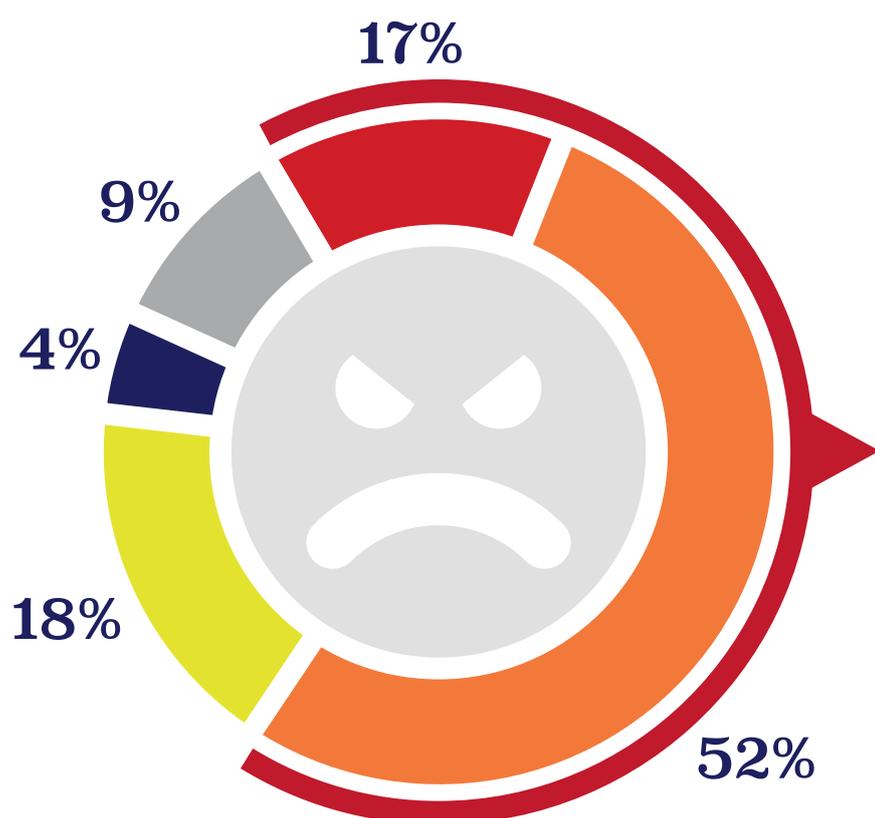
**75%** bassa  
**57%** media  
**55%** alta

## Generazione

**66%** millennials  
**56%** generazione X  
**59%** baby boomers  
- over 70

# I dipendenti: per 7 su 10 lo stile aziendale ha funzione pedagogica

Secondo lei, quanto **lo stile comunicativo delle imprese** incide sul cambiamento di linguaggio della società?



**“molto” +  
“abbastanza”**

**69%**

## Genere

**72%** uomo  
**65%** donna

## Istruzione

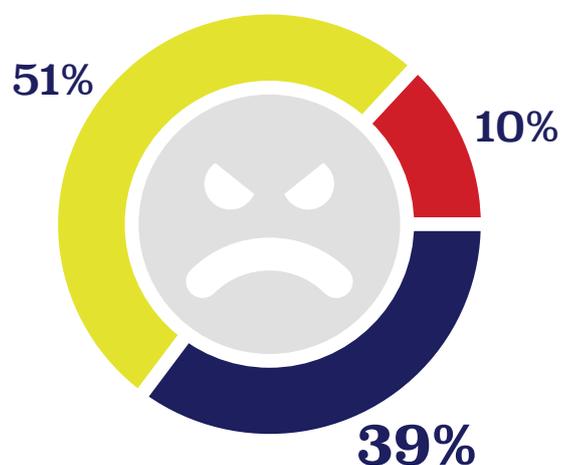
**80%** bassa  
**68%** media  
**67%** alta



# I dipendenti: il peso del genere nell'hate speech aziendale

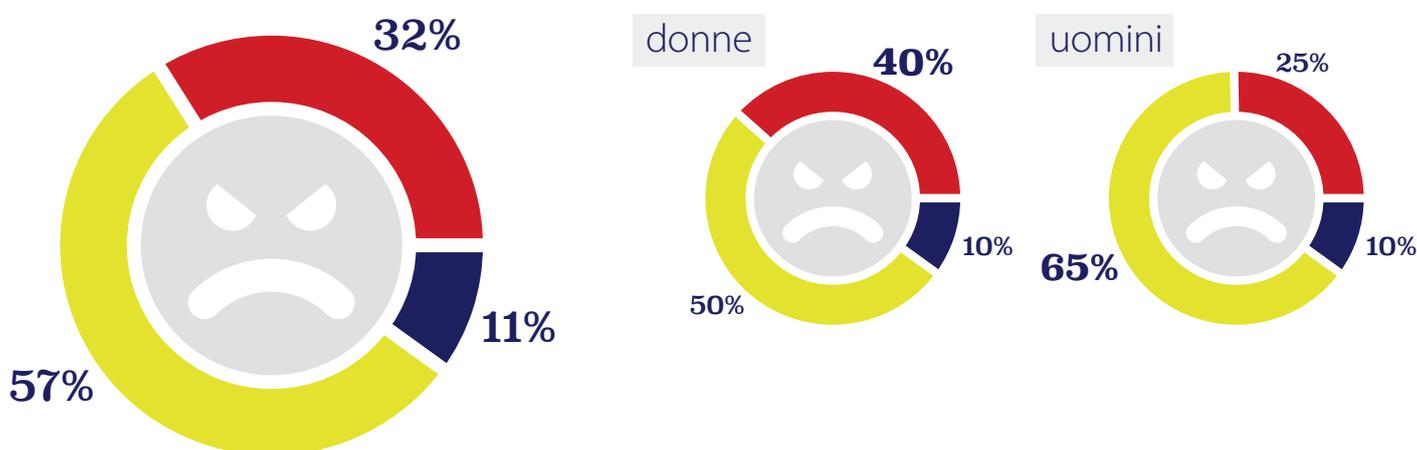
## HATE SPEAKERS

Chi usa un linguaggio più aggressivo e irrispettoso nei luoghi di lavoro? Gli uomini o le donne?



## HATE RECEIVERS

E chi è maggiormente colpito da un linguaggio ostile? Gli uomini o le donne?



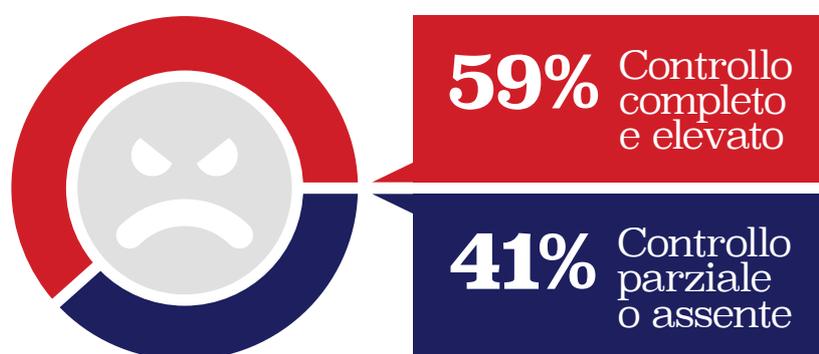
■ non c'è differenza di genere

■ le donne

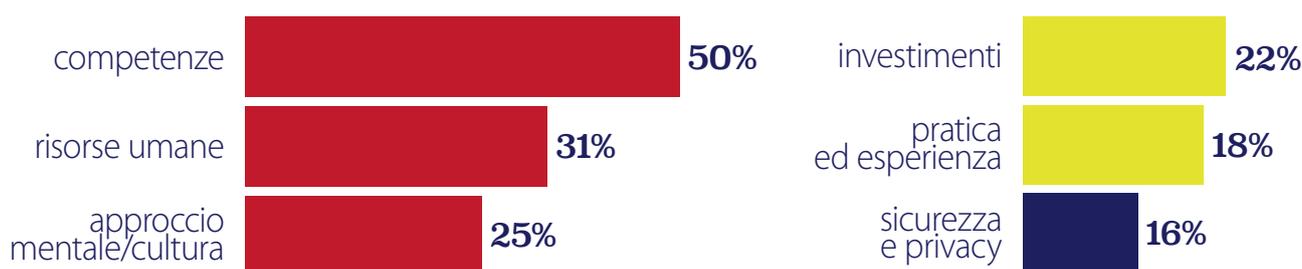
■ gli uomini

# I dirigenti: la brand image online difficile da controllare

Secondo lei, in che misura le aziende sentono di avere il **controllo della propria immagine** online e sui social?



E **cosa manca alle aziende** per sentirsi attrezzate a comunicare sui social network? *(risposte spontanee)*



Quanto secondo lei, **hate e speech e fake news** prendono di mira le aziende?

**81%** “molto” + “abbastanza”

## I dirigenti: sulla linea tra buona educazione e toni forti

Quanto incidono la **buona educazione** e il linguaggio **sulla brand reputation** (la reputazione del marchio/ dell'azienda) delle imprese di oggi?

95%

“molto” +  
“abbastanza”

Qualcuno dice che oggi una **pubblicità**, per essere efficace, **deve usare toni forti**. Qual è il suo grado di accordo con questa affermazione?

43%

“molto” +  
“abbastanza  
d'accordo”