

Il genere di *SEO*

Anna M. Thornton

PUBBLICATO: 12 FEBBRAIO 2021

Quesito:

Diverse persone chiedono quale sia il genere di *SEO*, acronimo di *search engine optimization*.

Il genere di *SEO*

Come osservato già in alcune delle domande pervenute, nell'uso troviamo diffusi sia *il SEO* che *la SEO*. Entrambe le opzioni sono facilmente spiegabili.

Chi usa *la SEO* applica le due regole seguenti: 1) gli acronimi ereditano il genere della loro testa; 2) i prestiti che vengono identificati con una corrispondente parola della lingua che li riceve prendono il genere di questa. Nel nostro caso, il nome inglese *optimization* viene identificato con il nome italiano *ottimizzazione*, e dunque riceve il genere femminile in base alla regola 2); poiché *optimization* è la testa del composto *search engine optimization* ('ottimizzazione per i motori di ricerca') che sta alla base dell'acronimo *SEO*, anche *SEO* prende il genere femminile, in base alla regola 1): *la SEO*.

Tuttavia, è possibile che qualcuno usi la parola *SEO* senza sapere sciogliere l'acronimo; può aver imparato questa forma e il suo significato come un tutto inanalizzabile. In tal caso, di fronte a una forma che termina in *o*, in italiano è normale assegnare il genere maschile. Ad esempio, al prestito *kimono* (dal giapponese, lingua priva della categoria di genere) è stato assegnato il maschile.

Il caso di acronimi usati con un genere diverso da quello della propria testa, per inconsapevolezza della sequenza esatta che è alla base dell'acronimo, non è raro. Per esempio, *ONU*, che abbrevia *Organizzazione delle Nazioni Unite*, dovrebbe essere femminile come *organizzazione*, ma è spesso usato al maschile. Nel corpus che raccoglie le annate 1985-2000 del quotidiano "la Repubblica", [consultabile online](#), troviamo entrambi gli usi: "L'Onu è stata a lungo un'ossessione della Casa Bianca", "l'Onu è diventata 'la lunga mano di Mosca'", ma anche "nel 50 per cento dei casi l'Onu è stato in grado di risolvere i problemi", "l'Onu è riuscito a imporre la pace".

Nello stesso corpus non abbiamo occorrenze di *SEO*, perché evidentemente questo termine tecnico si è diffuso in italiano dopo il 2000. Per verificarne l'uso ho quindi utilizzato il corpus *Italian Web 2016 (itTenTen6)*. Si tratta di un corpus contenente testi scaricati da pagine web in italiano, contenente circa 5 miliardi di occorrenze di parole. In questo corpus ho esaminato le occorrenze di *SEO* precedute dalle forme singolari dell'articolo determinativo *il* e *la*, anche in preposizione articolata; gli usi di *SEO* al femminile e al maschile sostanzialmente si bilanciano, con una lievissima prevalenza del femminile (1.924 vs. 1.747, con un rapporto di 1,1:1 in favore del femminile).

Va però osservato che *SEO* è attestato in questo corpus anche in un altro senso, che si riferisce non all'attività di ottimizzazione, ma alle persone che svolgono questa attività, dette in inglese *SEO specialists*. Troviamo questo senso di *SEO* in esempi come i seguenti:

Ciao, mi presento: sono Giannicola Montesano e sono **un SEO** / SEM / Webmaster / Consulente Analista Programmatore;

Sono **un SEO** e webmaster con oltre 5 anni d'esperienza;

Parlo per me: non sono **un SEO**, ma per i siti che sviluppiamo curo anche quell'aspetto.

In questo significato, come comunemente accade con i nomi d'agente che indicano attività professionali, abbiamo due possibilità: si usa il nome (che in questo caso è un acronimo e un prestito) con il genere congruente con quello della persona designata, oppure si usa un maschile generico per designare persone dei due sessi. Scegliendo la prima opzione Giannicola Montesano e altri si definiscono *un SEO* in quanto uomini, ma nello stesso corpus troviamo anche i testi seguenti, nei quali *SEO* è usato al femminile perché riferito a donne che svolgono questo lavoro:

Ciao sono Anna, ho 31 anni e sono **una SEO** con specialistica nei Social Network;

Il blog di **una SEO** partita da Bari e finita a lavorare a Tel Aviv;

Jill Whalen, **una SEO** americana.

La seconda opzione si trova soprattutto al plurale, quando ci si riferisce in generale a persone che svolgono il lavoro di SEO, e che come abbiamo appena visto possono anche essere donne:

Su questo argomento **molti SEO** si stanno interrogando da qualche anno;

guadagnano molto, ma molto, ma molto più di **molti SEO**;

possiamo spiegarvi come lavorano **molti SEO** e come riescono a far precipitare il vostro sito dalle prime posizioni quando non pagate più il canone che vi chiedono.

In conclusione, *SEO¹* nel senso di *search engine optimization* è preferibilmente femminile, come l'italiano *ottimizzazione*, ma è molto diffuso anche l'uso al maschile, favorito dalla opacità dell'acronimo e dal fatto che la parola termina in o; *SEO²* nel senso di 'specialista che lavora per ottenere una *SEO*' dovrebbe prendere il genere congruente con il sesso della persona designata.

Cita come:

Anna M. Thornton, *Il genere di SEO*, "Italiano digitale", 2021, XVI, 2021/1 (gennaio-marzo)
DOI: 10.35948/2532-9006/2021.5475

Copyright 2021 Accademia della Crusca

Pubblicato con licenza creative commons **CC BY-NC-ND**