

# *Linee guida per una* **COMUNICAZIONE SENSIBILE AL GENERE**

**PROGETTO GEMIS**  
**Promuovere l'uguaglianza di  
genere per una società più inclusiva**





Co-funded by the  
Europe for Citizens Programme  
of the European Union



Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



**01**

**LINGUAGGIO SENSIBILE AL GENERE  
NELL'AMMINISTRAZIONE PUBBLICA**

- 1.1 Suggerimenti per un linguaggio sensibile al genere
- 1.2 Suggerimenti per la comunicazione via email

**Tavola dei  
Contenuti**

**02**

**IMMAGINI NEUTRE RISPETTO AL GENERE:  
COSA FARE E COSA NON FARE**

- 2.1. Violenza domestica
- 2.2. Molestia sessuale
- 2.3. Conciliazione famiglia e lavoro
- 2.4. Divorzio
- 2.5. Conciliazione lavoro e cura
- 2.6. Matrimonio forzato

**03**

**PUBBLICITÀ**



# Il progetto in breve



## ACRONIMO

**GEMIS**

## TITOLO

Promuovere l'uguaglianza di genere per una società più inclusiva

## FINANZIAMENTO

EUROPE FOR CITIZENS

## DURATA

2021-2023

## OBIETTIVO GENERALE

L'obiettivo generale era quello di contribuire alla promozione dell'uguaglianza di genere e l'inclusione sociale delle donne nella società Europea.

## OBIETTIVO SPECIFICO

Obiettivi specifici:

1. *accrescere la consapevolezza tra i decisori politici, i dipendenti pubblici e i cittadini sulle disuguaglianze di genere e su come accelerare il processo verso una uguaglianza di genere;*
2. *scambiare buone pratiche sul tema della governance sensibile alle questioni di genere;*
3. *promuovere un linguaggio inclusivo contro gli stereotipi di genere*

## CAPOFILA

Comune di Norrköping (SE)

## ALTRI PARTNER

Sweden Emilia Romagna Network - SERN (IT), Comune di Parma (IT), Comune di Piotrkow Trybunalski (PL), Comune di Esslingen am Neckar (DE), Comune di Santo Tirso (PT), Comune di Vienne (FR), Gender studies, o.p.s. (CZ).

## SITO WEB

[www.gemis-project.eu](http://www.gemis-project.eu)



NORRKÖPING



**SERN**



Stadt Esslingen  
am Neckar



Piotrków  
Trybunalski



SANTO TIRSO  
CÂMARA MUNICIPAL



Comune di Parma



**Caro lettore,**

*Con il progetto UE "Promuovere l'uguaglianza di genere per una società più inclusiva" (GEMIS), i comuni e le istituzioni di sette paesi europei si sono posti l'obiettivo di prestare maggiore attenzione al tema della parità. Perché, come concordano i partecipanti al progetto, solo quando raggiungeremo una vera uguaglianza in ambito politico e nei vari ambiti della società avremo raggiunto una società inclusiva. Durante vari seminari e incontri, i partner del progetto hanno scambiato idee con il personale amministrativo, i politici e gli attori locali, hanno condiviso le loro esperienze e raccolto idee che contribuiscono a una maggiore uguaglianza. Il manuale offre molti esempi pratici che possono essere implementati rapidamente e facilmente nel lavoro quotidiano e in politica. Le linee guida integrano queste raccomandazioni per l'azione e sono rivolte anche a tutti coloro che lavorano con il tema della parità nella loro vita professionale quotidiana. L'attenzione è rivolta al linguaggio e alla comunicazione. Ad esempio, il primo capitolo affronta la questione del linguaggio sensibile al genere nell'amministrazione, mentre il secondo riguarda il linguaggio e il potere delle immagini. L'ultimo capitolo mostra come le immagini nella pubblicità possono influenzare la questione della parità di genere. Gli esempi e le raccomandazioni contenuti nel presente documento si basano sullo scambio e sulle esperienze dei partecipanti GEMIS tra il 2021 e il 2022. Come ha dimostrato la pandemia Corona virus, in alcuni casi vecchi stereotipi e modelli di comportamento sono stati nuovamente messi in luce. D'altra parte, la discussione ha guadagnato molta attenzione dal 2020, quindi queste linee guida rappresentano un'istantanea e dovrebbero essere continuamente adattate nei prossimi anni. Inoltre, questo documento contiene principalmente esempi dall'Italia e dalla Germania. Tuttavia, questi possono essere trasferiti a tutti gli altri paesi dell'UE e servire solo come esempio.*

01

## LINGUAGGIO SENSIBILE AL GENERE NELL' AMMINISTRAZIONE PUBBLICA

Molte amministrazioni hanno introdotto linee guida negli ultimi anni per promuovere e stabilire l'uso del linguaggio sensibile al genere. Le città di Parma e Norrköping servono da buon esempio. Le linee guida possono essere trovate a questi link: [Comune di Parma](#) and [Comune di Norrköping](#).

La dott.ssa Kristina Bedijs ha tenuto una presentazione sulla lingua inclusiva in diversi paesi nell'ambito del progetto GEMIS. Puoi trovare la presentazione a questo [link](#).

Il linguaggio sensibile al genere interessa molte aree di un'amministrazione e principalmente i dipartimenti che comunicano internamente ed esternamente, come il dipartimento della comunicazione, l'ufficio dell'ordine pubblico, i manager dell'amministrazione, ecc.

Tutte le lingue cambiano ed evolvono sotto l'azione di molti fattori interni ed esterni, e tra questi ci sono anche i cambiamenti politici e sociali, di portata internazionale, relativi allo status delle donne e al loro ruolo nella società, all'elaborazione di politiche per valorizzare la differenza tra uomini e donne e all'introduzione del concetto di genere e alla sua riflessione.

## 1.1 Suggerimenti per un linguaggio sensibile al genere

Negli anni 2000 grazie all'introduzione in Italia del concetto di genere, sviluppato negli Stati Uniti, con 'genere' si intende l'insieme di caratteristiche socio-culturali che si accompagnano all'appartenenza all'uno o all'altro sesso. Per ottenere la parità di diritti tra uomini e donne non era più necessario cancellare le differenze tra uomini e donne e rendere la donna "uguale" all'uomo, ma, al contrario, era necessario riconoscere le differenze di genere e impegnarsi nella costruzione dell'identità di genere. E poiché dal punto di vista dell'importanza nella società, delle posizioni lavorative e istituzionali occupate, del riconoscimento dei diritti, l'equilibrio pendeva pesantemente sul lato maschile, era necessario riequilibrarlo valorizzando il genere femminile, che era fortemente discriminato. Il linguaggio è stato subito riconosciuto come un potere in questo processo: è stato necessario prima di tutto cominciare ad affermare la presenza delle donne attraverso un uso del linguaggio che le rendesse "visibili" per poi essere in grado di riconoscere le differenze di genere. Abitudini linguistiche che non erano mai state molto considerate come l'uso di termini maschili in riferimento alle donne o stereotipi negativi, assunsero un significato "sessista": le donne dovevano essere riconosciute attraverso l'uso del genere femminile.

L'opera di Alma Sabatini, *Il sessismo nella lingua italiana*, promossa dalla Commissione nazionale per la realizzazione della parità tra uomini e donne e dalla Presidenza del Consiglio dei ministri, faceva riferimento al programma di governo presentato alla Camera dei Deputati il 9 agosto 1983 dall'allora Primo Ministro Bettino Craxi. Oggetto dell'analisi dell'opera di Sabatini è denunciare che *"la lingua italiana, come molte altre, si basa su un principio androcentrico: l'uomo è il parametro attorno al quale ruota e si organizza l'universo linguistico"* (A. Sabatini 1987: 24) e che proprio le asimmetrie grammaticali e semantiche che punteggiano il linguaggio lo rendono, nell'inconsapevolezza generale del parlante, "sessista".

Nel terzo capitolo, *Raccomandazioni per un uso non esistenziale della lingua italiana*, e sui singoli usi sessisti che ha focalizzato l'attenzione del pubblico si trova:

### DISSIMMETRIE GRAMMATICALI

- Maschile non marcato (uso di *uomo* con un valore generale), es, *rapporto uomo-macchina*
- maschile inclusivo, e.g., *gli studenti entrino uno alla volta*
- use del maschile per titoli professionali e prestigiosi ruoli istituzionali, es., *il ministro* - Il Ministro Fornero è entrato nell'aula
- uso del suffisso -essa, es., *la presidentessa* - La presidentessa dell'associazione Iride.

## DISSIMMETRIE SEMANTICHE

- Stereotipi: aggettivi, ad esempio, altruista, fragile, isterica e diminutivi, ad esempio, mamma, mogliettina, starlet
- Polarizzazione semantica, ad esempio, uomo libero vs. donna libera, governante uomo vs. donna governante
- Identificazione della donna attraverso l'uomo o professione, ad esempio, Prof. Baldini e la signora, moglie di, donna di

## 1,2 Suggerimenti per una comunicazione via email

Durante la corrispondenza e-mail, che si tratti di cittadini, dipendenti, colleghi o clienti, ecc, è importante utilizzare l'indirizzo corretto. Tuttavia, non è sempre possibile sapere come rivolgersi a qualcuno se non sei stato precedentemente in contatto.

Il Dipartimento per le Pari Opportunità della Città di Stoccarda include la seguente frase in fondo alle loro e-mail per garantire che tutti si sentano adeguatamente indirizzati:

*Wir wollen Sie respektvoll ansprechen. Gerne können Sie uns mitteilen, wenn Sie eine andere Ansprache wünschen.*

Questo significa: "Vogliamo rivolgerci a voi con rispetto. Siete invitati a farci sapere se desiderate essere indirizzati in modo diverso". Incoraggiando apertamente il destinatario dell'e-mail a rispondere se preferirebbe essere indirizzato in un modo diverso (ad esempio con "Signora." invece di "Signore" o l'informale "tu" rispetto al formale "lei"). La Città di Stoccarda crea un ambiente di comprensione e garantisce una corrispondenza rispettosa con tutti i destinatari delle e-mail.

02

## IMMAGINI NEUTRE RISPETTO AL GENERE: COSA FARE E COSA NON FARE

Le immagini dei volantini e dei manifesti utilizzati per le relazioni pubbliche nel campo della parità di genere dovrebbero essere scelte in modo sensibile. Le immagini trasmettono realtà, attribuiscono ruoli. Nel processo di percezione, il ricorso a schemi cognitivi preesistenti gioca un ruolo decisivo. Il pubblicitario statunitense Walter Lippmann ha definito questi modelli di stereotipi di pensiero. Ha parlato anche di "immagini nella nostra testa" che determinano in modo decisivo la nostra percezione: "Ci viene detto del mondo prima di vederlo. Immaginiamo molte cose prima di viverle. E quei preconcetti, a meno che l'educazione non ci abbia reso profondamente consapevoli, governano profondamente l'intero processo di percezione." <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Walter Lippmann, Public Opinion. With a New Introduction by Michael Curtis, New Brunswick-London 19982 (1922), p. 3, p. 90.)



Gli stereotipi di genere si basano sulla categorizzazione in base al genere (principalmente due generi, vale a dire "femminile" e "maschile") e l'orientamento sessuale, nonché l'attribuzione ripetuta di caratteristiche più o meno positive basate sulla categorizzazione.

Gli stereotipi perpetuano e rafforzano i modelli di ruolo patriarcali. Le immagini neutre dal punto di vista del genere, invece non costringono nessun genere a un ruolo o riflettono relazioni di potere. Ciò consente una visualizzazione neutra dell'immagine e (vecchi) modelli di ruolo non vengono riprodotti. Per questo motivo, è molto importante pensare immagini prive di discriminazioni e stereotipi. Nella selezione delle persone, l'intersezionalità deve essere presa in considerazione.

## 2.1 Violenza domestica

### DA FARE

#### **CAMPAIGNA: "LA VIOLENZA SESSUALE LASCIA TRACCE"**

FONTE: KREIS ESSLINGEN / STADT ESSLINGEN AM NECKAR (ESSLINGEN DISTRICT AND CITY)



Questo è un buon esempio di immagine non-stereotipata, in quanto non è possibile alcuna attribuzione di genere. Qui, l'attenzione è focalizzata sul fatto che se avete sperimentato la violenza sessuale, è possibile ottenere cure mediche e avere prove di sicurezza che si alzerebbe in tribunale senza dover decidere immediatamente di sporgere denuncia. La violenza sessuale avviene spesso in un ambiente sociale - la decisione di sporgere denuncia è quindi spesso difficile per le persone colpite. Il volantino è ben visibile perché nessuna persona è mostrata.

# VOLANTINO: "CONSIGLI E AIUTO: VIOLENZA DOMESTICA E SESSUALE"

FRONTE: STADT ESSLINGEN AM NECKAR / FRAUEN HELFEN FRAUEN ESSLINGEN E.V.

**Beratung und Hilfe**  
Bei häuslicher und sexualisierter Gewalt

Kreisdiakonieverband im Landkreis Esslingen  
**DIAKONISCHES BERATUNGSZENTRUM**  
☎ 0711 342157 - 100  
[www.kreisdiaonie-esslingen.de](http://www.kreisdiaonie-esslingen.de)  
Im Diakonischen Beratungszentrum gibt es unterschiedliche Beratungsstellen:  
Psychologische Beratung, Anlaufstelle Esslingen, Schwangerschafts- und Schwangerschaftskonfliktberatung (staatlich anerkannt).

Hilfe und Beratung für junge Migrantinnen in Konfliktsituationen  
**BERATUNGSSTELLE YASEMIN**  
☎ 0711 6586 9526  
[www.eva-stuttgart.de/nc/unsere-angebote/angebote/beratungsstelle-yasemin](http://www.eva-stuttgart.de/nc/unsere-angebote/angebote/beratungsstelle-yasemin)  
YASEMIN ist eine Beratungsstelle in Stuttgart für junge Migrantinnen zwischen 12 und 27 Jahren, die Schwierigkeiten mit ihrer Familie, mit ihren Verwandten und mit ihrem sozialen Umfeld haben. Die Mädchen und jungen Frauen befinden sich in einer Konfliktsituation. Die Ursache liegt im traditionellen und kulturellen Hintergrund ihrer Familie. Sie sind von sogenannter Gewalt im Namen der Ehre, von Zwangsverheiratung und/oder weiblicher Genitalbeschneidung/verringelung bedroht oder betroffen. Die Beratungsstelle YASEMIN unterstützt die jungen Frauen - und auch vertraute Dritte, wie zum Beispiel Freundinnen oder Lehrerinnen.

**Bundesweite Hilfefonnum**  
(kostenfrei und auf Wunsch anonym)  
**HILFELEFON „GEWALT GEGEN FRAUEN“**  
☎ 0800 - 0116016  
[www.hilfefonnum.de](http://www.hilfefonnum.de)  
Das Beratungsangebot umfasst alle Formen von Gewalt gegen Frauen, insbesondere Gewalt in Ehe und Partnerschaft, sexuelle Übergriffe und Vergewaltigung, sexuelle Belästigung sowie Stalking, Zwangsverheiratung, Menschenhandel und Zwangsprostitution. Das Angebot wendet sich an von Gewalt betroffene Frauen, das soziale Umfeld der Frauen sowie an Personen, die bei ihrer Tätigkeit mit der Beratung und Unterstützung von Frauen befasst sind. Das Hilfefonnum „Gewalt gegen Frauen“ erreichen Sie rund um die Uhr. Das Angebot ist mehrsprachig. Online-Beratung ist möglich.  
**HILFELEFON SEXUELLER MISSBRAUCH**  
☎ 0800 2255 530  
[www.anrufen-hilft.de](http://www.anrufen-hilft.de)  
Das „Hilfefonnum Sexueller Missbrauch“ ist Anlaufstelle für Betroffene von sexueller Gewalt, für Angehörige sowie Personen aus dem sozialen Umfeld von Kindern, Menschen, die Entscheidung, Beratung und Unterstützung suchen, die sich um ein Kind sorgen, die einen Verdacht oder ein „körnliches Gefühl“ haben, die unsicher sind und Fragen zum Thema stellen möchten, können anrufen.  
Online-Beratung: [www.save-me-online.de](http://www.save-me-online.de)  
**HILFELEFON SCHWANGERE IN NOT**  
☎ 0800 - 4040 020  
[www.geburt-vertraulich.de](http://www.geburt-vertraulich.de)  
Das Hilfefonnum soll sicherstellen, dass schwangere Frauen in Konfliktsituationen jederzeit und unverzüglich eine kompetente Ansprechpartnerin haben. Das Hilfefonnum hat eine mehrsprachige Lotsenfunktion und ermöglicht einen niedrigschwelligen Zugang zum professionellen Beratungssystem.

Hilfe für Kinder und Jugendliche  
**NUMMER GEGEN KUMMER**  
☎ 116 111  
(kostenfrei von Handy und Festnetz)  
[www.nummergegenkummer.de](http://www.nummergegenkummer.de)  
Gibt es etwas, das Dich aus dem Gleichgewicht bringt? Etwas, das Dich unglücklich macht und Dich denken lässt: „Ich weiß nicht mehr weiter.“ Wir von der „Nummer gegen Kummer“ stehen Dir zur Seite und sprechen mit Dir darüber. Dabei ist es egal, was Dich gerade bedrückt.  
**ELTERNTELEFON**  
☎ 0800 1110550  
Wenn Sie sich Sorgen um Ihr Kind machen, sich überfordert oder manchmal sogar hilflos fühlen, sind wir für Sie da.  
Die Website der Initiative #Stärker als Gewalt bündelt bestehende Hilfsangebote für gewaltbetroffene Frauen und Männer und zeigt praktische Maßnahmen sowie Wege zur Unterstützung und Hilfe auf, auch in Leichter Sprache:  
[www.staerker-als-gewalt.de](http://www.staerker-als-gewalt.de)

STADT ESSLINGEN AM NECKAR  
Referat für Chancengleichheit  
Rathausplatz 2  
73728 Esslingen am Neckar  
[www.esslingen.de/chancengleichheit](http://www.esslingen.de/chancengleichheit)  
Kontakt:  
Barbara Strauß  
Tel: 0711 3512-2993  
Diesen Flyer finden Sie auch auf unserer Website.

**Beratung und Hilfe**  
Bei häuslicher und sexualisierter Gewalt  
Adressen und Anlaufstellen des Hilfesystems

Il volantino raffigura vari centri di consulenza e linee di assistenza a cui rivolgersi se uno è affetto da violenza domestica e sessuale. Poiché circa 80% le donne sono colpite da violenza domestica, le cifre giustificano l'uso di una foto di una donna.

## "HELP! LOOK. ACT. HELP. AGAINST DOMESTIC VIOLENCE."

SOURCE: KREIS BORKEN, NORDRHEIN-WESTFALEN

**HILFE!**

HINSEHEN!  
HANDELN!  
HILFE!  
GEGEN  
HÄUSLICHE  
GEWALT.

Nella foto, il genere della vittima non è raffigurato. Le mani non sono chiaramente assegnate a un genere. È un buon esempio di non-stereo tipizzazione.

## VOLANTINO: “LA VIOLENZA DOMESTICA NON È OK!”

FONTE: LANDESHAUPTSTADT STUTTGART

### Häusliche Gewalt ist NICHT ok!

■ Der Flyer soll für alle Menschen leicht verständlich sein, deshalb enthält er wenig Text und viele Bilder.

#### ■ Worum geht es in diesem Heft?

In diesem Heft geht es um Gewalt in der Ehe und in Beziehungen.

Manchmal sind Frauen Opfer von Gewalt.  
Manchmal sind Männer Opfer von Gewalt.



Manchmal sind Männer die Täter, zum Beispiel wenn ein Mann seine Ehefrau bedroht oder schlägt.



Manchmal sind Frauen die Täterinnen, zum Beispiel wenn eine Frau ihren Ehemann bedroht oder schlägt.



Il volantino è scritto in un linguaggio semplice e descrive sia le donne che gli uomini come vittime di violenza.

Un aspetto positivo è la diversa rappresentazione delle donne.

**IMPORTANTE: I VOLANTINI CHE USANO UN LINGUAGGIO SEMPLICE SONO UN SUPPORTO IMPORTANTE PER LE PERSONE CON CAPACITÀ COGNITIVE LIMITATE E PER LE PERSONE CHE HANNO COMPETENZE LINGUISTICHE LIMITATE.**



## 2.2 Molestia sessuale

### DA FARE

#### VOLANTINO: 'NO SIGNIFICA NO!' MOLESTIA SESSUALE: ROMPERE UN TABÙ ATTRAVERSO L'INFORMAZIONE E L'AIUTO

FONTE: LMU - LUDWIG MAXIMILIAN UNIVERSITY OF MUNICH



## 2.3 Conciliazione famiglia e lavoro

### DA FARE

#### IL VOLANTINO RAFFIGURA UOMINI E DONNE COME RESPONSABILI PER LA CURA, PER I LAVORI DOMESTICI E CON UNA CARRIERA.

FONTE: DEUTSCHER GEWERKSCHAFTSBUND (GERMAN FEDERATION OF TRADE UNIONS)



L'immagine è un buon esempio della compatibilità famiglia e lavoro. Sia la donna che l'uomo svolgono un lavoro di cura (del figlio) e sono impiegati.

## VOLANTINO: COMPATIBILITÀ LAVORO, CARRIERA E FAMIGLIA PRESSO L'AMMINISTRAZIONE COMUNALE DI HEIDELBERG

FORNITORE: STADT HEIDELBERG



Vereinbarkeit von Beruf, Karriere und Familie  
bei der Stadtverwaltung Heidelberg

Fünfter Bericht zur Umsetzung der Dienstvereinbarung  
zur Förderung der Gleichstellung  
von Frauen und Männern  
und  
Ergebnisse einer schriftlichen Befragung  
von Ämtern und anderen Einrichtungen  
des öffentlichen Dienstes in Heidelberg.

Il volantino è ben fatto perché non ci sono persone raffigurate qui. In questo modo, nessun genere è attribuito alla responsabilità della famiglia e della carriera.

## VOLANTINO: "SE NON ORA, QUANDO?" RIENTRO PROFESSIONALE - PER LE DONNE CON E SENZA STORIA DI MIGRAZIONE."

FORNITORE: STADT ESSLINGEN AM NECKAR

**Wann, wenn nicht jetzt?!**  
Beruflicher Wiedereinstieg - für Frauen mit und ohne Migrationsgeschichte

Ein Vormittag  
mit Informationen, Impulsen und Netzwerken  
Die Teilnahme ist kostenfrei

Dienstag, 28. Juni 2022  
8.30 bis 12.30 Uhr  
vhs Esslingen, Mettinger Straße 125  
Esslingen am Neckar

[www.esslingen.de/frau-beruf](http://www.esslingen.de/frau-beruf)

**Beruflicher Wiedereinstieg und Umstieg**  
Diese Veranstaltung richtet sich an Frauen mit und ohne Migrationsgeschichte, die beruflich wiedereinstiegen, sich verändern oder sich weiterentwickeln wollen.

**Program**

- 8.30 Uhr: Ankommen
- 8.45 Uhr: Begrüßung
- 9.00 Uhr: Podiumsgespräch: „Arbeit und Kinder - wie geht das?“
- 9.15 Uhr: „Wie bewerbe ich mich richtig?“ oder „Die eigene Chefin werden - wie mache ich das?“
- 9.45 Uhr: „Welche Angebote und Hilfen bekomme ich vom JCI“ oder „Input: Stärken & Ziele“
- 10.15 Uhr: Zeit für Messestände
- 11.15 Uhr: „Mentoring-Projekt“ oder „Input: Stärken & Ziele“
- 11.45 Uhr: Zeit für Messestände

Unterschiedliche Institutionen präsentieren sich an Informationsständen. Zusätzlich gibt es Angebote wie Bewerbungsmappencheck und Anerkennungsberatung.

Veranstalterinnen:  
 Bundesagentur für Arbeit  
 Jobcenter Esslingen  
 Landkreis Esslingen  
 BeFF  
 Stadt Esslingen am Neckar  
 Netzwerk Fortbildung Regionaltour  
 vhs Esslingen

Le donne con e senza un background migratorio che vogliono iniziare o sviluppare la loro carriera dopo una pausa a causa di lavoro di cura, possono partecipare a questo evento.

L'evento sul rientro si svolge annualmente e, a parte il sottotitolo in cui si specifica il tipo di evento che è specifico per donne con background migratorio oppure no, il volantino rimane lo stesso!

## DA NON FARE

### VOLANTINO: “SUPPORTO IN FAMIGLIA DA FORNITORI DI SERVIZI PROFESSIONALI”

SOURCE: BUNDESMINISTERIUM FÜR FAMILIE, SENIOREN, FRAUEN UND JUGEND



Questo volantino fornisce informazioni su un servizio legato alla famiglia per permettere di conciliare lavoro e cura. È problematico in questa illustrazione che solo una donna è raffigurata nel contesto della compatibilità della famiglia e del lavoro. Questa immagine continua a identificare la donna nel ruolo di unica responsabile per il lavoro di cura.

### FLYER: “PER LA CONCILIAZIONE FAMIGLIA E CARRIERA: LE DOMANDE E RISPOSTE PIÙ IMPORTANTI PER LE IMPRESE NELLA REGIONE MEO”

SOURCE: MÜLHEIMER BÜNDNIS FÜR FAMILIE, ESSENER BÜNDNIS FÜR FAMILIE, OBERHAUSENER BÜNDNIS FÜR FAMILIE



Il volantino è problematico da un lato perché mostra un rappresentazione molto sessista delle donne e dall'altro perché sul tema della compatibilità della famiglia e del lavoro è presente solo una donna.



## 24 Divorzio

### FARE

**FOTO USATA PER UN VOLANTINO CHE PUBBLICIZZA UN GRUPPO DI SOSTEGNO FEMMINILE PER LE DONNE CHE ATTRAVERSANO UNA SEPARAZIONE.**

FONTE: STADT ESSLINGEN AM NECKAR



Una foto neutrale che non rappresenta stereotipi di genere.

## 25 Conciliazione lavoro e cura

### FARE

**VOLANTINO: GUIDA PER LA CURA - TUTTO QUELLO CHE C'È DA SAPERE SULLA CURA**

FONTE: BÜNDESMINISTERIUM FÜR GESUNDHEIT (FEDERAL MINISTRY OF HEALTH)



Il lavoro di cura è più spesso attribuito alle donne. Poiché il volantino non raffigura una donna premurosa, ma è mantenuto neutrale rispetto al genere, questo volantino è un buon esempio.

**NON FARE****IMMAGINE RAFFIGURANTE UNA DONNA CHE SI PRENDE CURA DI UN UOMO ANZIANO**

FONTE: VEREINIGTE LOHNSTEUERHILFE / VLS.DE



In questa immagine, la badante indossa un vestito viola ed è quindi vista come una donna. Questo è problematico in quanto supporta l'idea che il lavoro di cura è il lavoro di una donna.

**216 Matrimonio forzato****DA FARE****IMMAGINE NEUTRALE DI UN LUCCHETTO E DUE FEDI PER RAPPRESENTARE UN MATRIMONIO FORZATO.**

FONTE: SOURCE: BERLIN.DE



L'immagine è molto neutrale sul tema del matrimonio forzato, nessuna persona è raffigurata. Il matrimonio forzato può essere traumatizzante per le donne e gli uomini.

03

# PUBBLICITÀ

La pubblicità gioca con le immagini per influenzare le persone. La scelta delle immagini è importante: non dovrebbero essere utilizzare immagini sessiste, razziste, immagini che riproducono stereotipi per promuovere prodotti o eventi.

I comuni dispongono spesso di un proprio spazio pubblicitario e possono quindi influenzare la pubblicità. Sono utili criteri trasparenti che aiutino a scegliere immagini adeguate.

In Germania, c'è il German Advertising Council (Deutscher Werberat), che può essere contattato in caso di questioni controverse. [www.werberat.de](http://www.werberat.de)

## FARE

### **VOLANTINO: PUBBLICITÀ PUNTO DI RICARICA VERDE A PARETE**

SOURCE: E.ON ENERGY COMPANY



L'immagine non mostra le persone nei loro ruoli stereotipati, poiché la donna ricarica l'auto e l'uomo ha il bambino in grembo.

### **PUBBLICITÀ PER MICRO FILTRI IN PLASTICA PER LAVATRICI DI GRUNDIG: "LAVAGGIO SENZA COSCIENZA"**

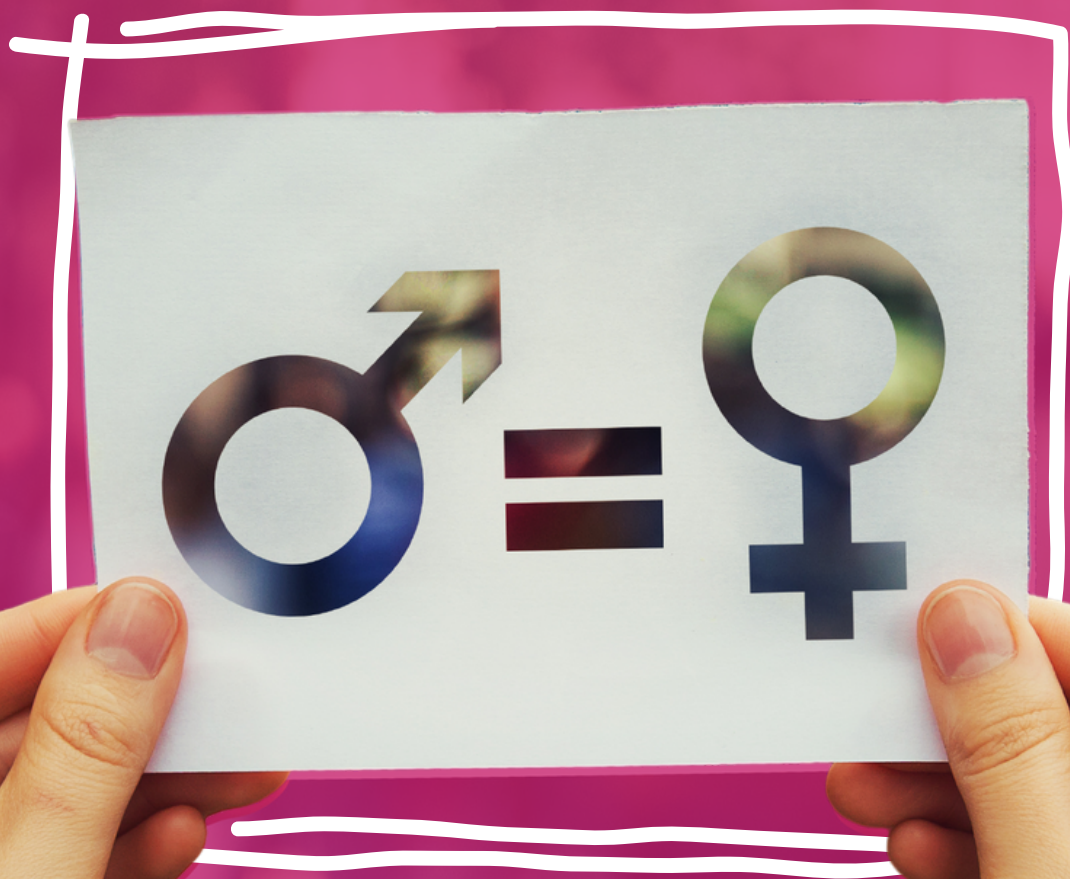
FONTE: GRUNDIG, 2022. WÄSCHE OHNE SCHLECHTES GEWISSEN. BRIGITTE, BE GREEN, FEBRUARY, P. 49.



In questa immagine è un uomo che fa il bucato e non la donna, come è frequentemente appare nella pubblicità.



*Lo scambio e l'esperienza maturati durante il progetto GEMIS hanno dimostrato quanto sia importante attirare maggiore attenzione sulla questione della parità di genere. Come il manuale e le linee guida rendono chiaro, ci sono molti approcci e idee diverse. GEMIS ha inoltre dimostrato che sono necessari molti altri progetti, iniziative europee e modalità di scambio affinché i comuni, i politici, i cittadini possano imparare gli uni dagli altri, scambiare strategie e sviluppare ulteriormente idee su temi quali, ad esempio, il divario retributivo di genere o la conciliazione della vita professionale e familiare, per citare solo alcuni dei molti esempi. Pertanto, il progetto è un buon inizio per molti altri progetti europei che condividono l'obiettivo comune di raggiungere una società più egualitaria e inclusiva.*



[www.gemis-project.eu](http://www.gemis-project.eu)



@GEMISProject