

Fondazione Gioventù Musicale d'Italia

Brand guidelines

Indice dei contenuti

01.	P. 3
02.	P. 5
03.	P. 11
04.	P. 20
05.	P. 23
06.	P. 26
07.	P. 30
08.	P. 33
09.	P. 34
10.	P. 37

Introduzione

Una brand identity riconoscibile è importante. Se il carattere della Fondazione si riflette in modo coerente nelle sue comunicazioni facilita la comprensione e incoraggia lo sviluppo di relazioni significative con il suo pubblico.

Queste linee guida sono il riflesso del nucleo di valori e strategie che la Fondazione mette in campo, e se usate bene aiutano a sostenere e ne rafforzano la mission. Questa guida è quindi una risorsa importante, un'alleata, e come ogni risorsa è massimamente efficace quando viene applicata con attenzione e costanza. È progettata per far co-esistere in armonia carattere istituzionale, concerti, rassegne e tutto ciò che si muove intorno alla Fondazione. Sono anche pensate per essere sufficientemente flessibili e funzionali alle esigenze di un'istituzione culturale viva.

In questo caso è importante che tutti i materiali pubblici (siano essi offline o online) aderiscano quanto più possibile a queste linee guida e che siano revisionati e approvati dallo staff della Fondazione.

A chi è rivolta?

→ Allo staff interno della Fondazione, che ha il compito primario di applicare, diffondere, guidare e supportare nell'applicazione di queste linee guida.

→ A tutte/i le/i professioniste/i che si trovano e si troveranno a lavorare con la Fondazione.

Per domande riguardanti l'uso di questi materiali contattate info@jaunesse.it

Introduzione / Concept

Il brand della Fondazione Gioventù Musica d'Italia (JMI) trova la propria origine nel logo di JM International (JMI): un cerchio che accoglie forme organiche reminiscenti delle note su uno spartito, segni che parlano il linguaggio universale della musica. Da questa premessa grafica nasce il nostro concept identitario, fondato sul principio della sinestesia della forma.

Il programma artistico e culturale della fondazione Italia presenta un panorama ricco e stratificato di artisti, ognuno portatore di un'identità musicale distintiva: dal repertorio barocco al contemporaneo, dalla musica da camera alle grandi formazioni orchestrali.

Racchiudere questa pluralità in un unico linguaggio visivo codificato avrebbe significato tradire la natura stessa di tale programmazione, imponendo limiti espressivi agli artisti e alla loro arte. Il nostro concept risponde a questa esigenza di flessibilità: ogni evento genera la propria forma unica, un segno grafico che risuona con l'essenza dell'esperienza musicale proposta. Come nella sinestesia — fenomeno percettivo in cui uno stimolo sensoriale ne attiva un altro — la forma diventa traduzione visiva dell'universo sonoro dell'artista.

"I violini, i bassi gravi e particolarmente gli strumenti a fiato, incarnarono allora per me tutta la forza di quell'ora di prima sera. Vidi nella mente tutti i miei colori, erano davanti ai miei occhi: linee tumultuose, quasi folli si disegnavano davanti a me"
Vassilij Kandinskij

Proprio a partire da questa idea di tratto libero, creativo, dinamico, abbiamo tracciato delle linee visive capaci di richiamare astrattamente la notazione grafica come espressione dello spirito del/della musicista, stabilendo con esso/a un'affinità intuitiva, non letterale.

Logo

Il simbolo che identifica la JMI di compone del monogramma del network internazionale e del testo JM Italia, Gioventù Musicale Italia, rispettando la tipografia usata dal marchio internazionale.

Il logo è unico e non esiste in altre versioni e rapporti, nè può essere usato scorporandone i componenti.

Il margine di cui si compone è pari all'altezza del testo JM Italia.



Costruzione e margini



Logo / formati

È importante saper adattare i diversi formati di logo ai diversi utilizzi.

Accertati che la versione utilizzata sia corretta e adatta al tuo scopo.

STAMPA	SCHERMO	PRESENTAZIONE
TIPO DI FILE	png / svg	png / svg
RISOLUZIONE	72 dpi	96 dpi
Usa i file vettoriali (EPS e PDF) quando utilizzi il logo a stampa. I file vettoriale usano dati matematici anziché pixel per creare un'immagine, che permette ti scalare/ridimensionare il logo senza perdita di qualità. Se devi utilizzare un file diverso (PNG, JPG, ecc.) a stampa, accertati che la risoluzione sia minimo 300 dpi.	Mentre i file vettoriali rappresentano l'opzione meno soggetta ad errori, a schermi può essere necessario utilizzare formati diversi. Il formato PNG è preferibile al formato JPG in quanto permette la trasparenza. Assicurati che il logo appaia chiaro, leggibile e unpixelated verificando i diversi formati schermo (mobile, ecc.).	Se la versione estesa del logo è sempre preferibile, in alcuni casi può essere usato il solo simbolo grafico. Se vuoi utilizzare il solo simbolo, contatta lo staff della Fondazione e assicurati che il nome esteso della Fondazione e il sito vengano sempre inseriti all'interno dello spazio grafico, in modo che il simbolo non sia mai presente da solo sul supporto.

Logo / Utilizzo in nero

Nella maggior parte dei casi il logo va utilizzato in colore nero, in trasparenza, rendendo il marchio riconoscibile su ogni supporto.

Nero
CMYK: 0 0 0 100
WEB: #000000



Esempi di utilizzo



Logo / Utilizzo in bianco

Per l'utilizzo del logo su immagini, sfondi neri o supporti molto scuri, il principio guida è la leggibilità rispetto allo sfondo, che dovrà essere più uniforme possibile e privo di elementi di disturbo.

Bianco

CMYK: 0 0 0 0

WEB: #FFFFFF



Esempi di utilizzo in bianco



Logo / Posizione e dimensione

All'interno di un layout grafico il logo si inserisce sempre in alto a sinistra, nel margine della pagina.

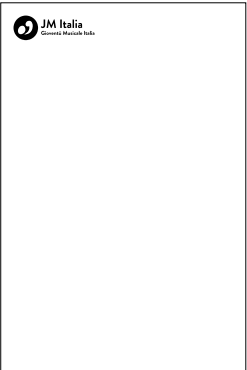
Dimensioni

Le dimensioni del logo devono permettere la piena leggibilità del testo nel logo, per il *piccolo formato* cartaceo (cartoline 10x15, brochure) l'altezza minima del logo dovrà essere di 10mm, per il *medio formato* (poster, locandine) l'altezza minima dovrà essere di 15mm. Viene data autonomia per la progettazione del *grande formato*. Per il *formato digitale* l'altezza minima è di 60px.

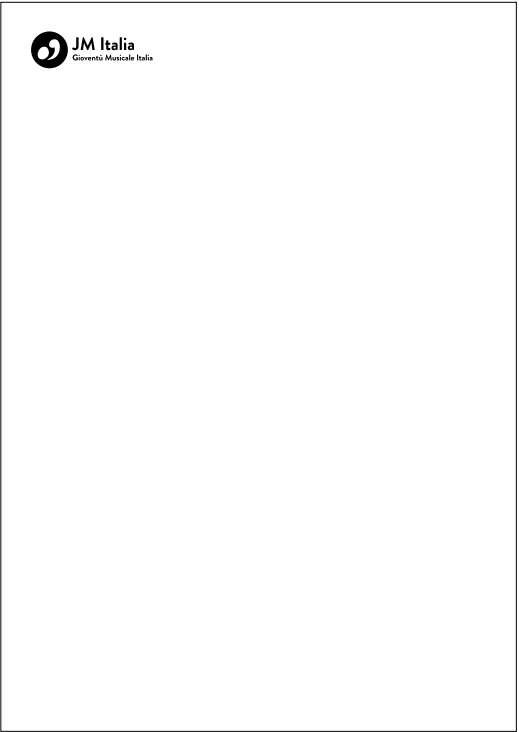


altezza minima:	supporti:
10mm	→ piccolo formato
15mm	→ medio formato
60px	→ formato digitale

Piccolo formato



10x15



A4

Medio formato

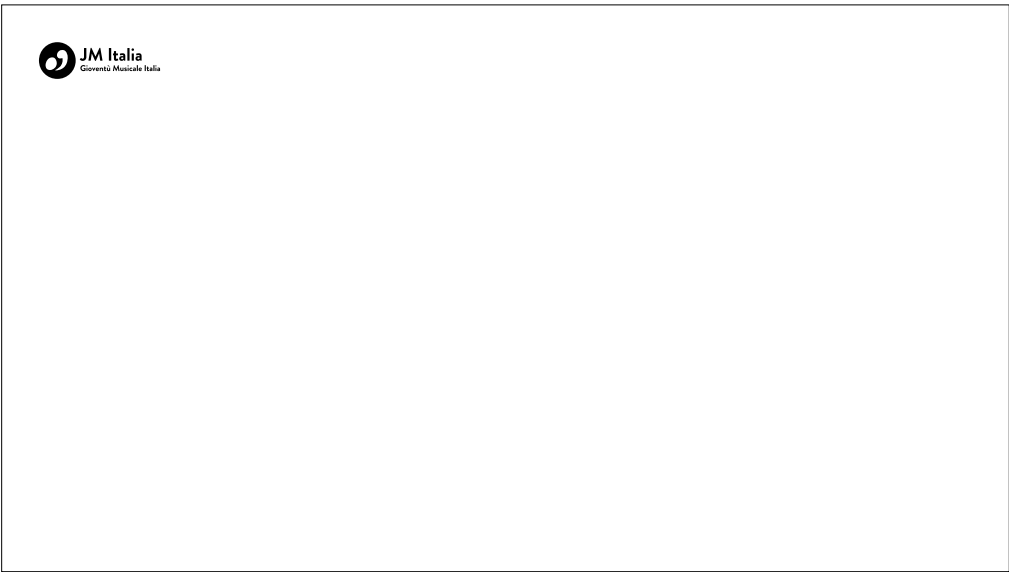


A3

Formato digitale



instagram



1920x1080

Logo / Errori di utilizzo

Come regola generale è fondamentale mantenere le proporzioni di dimensione e spaziatura tra simbolo grafico e lettering.

Gli errori qui indicati riguardano l'utilizzo scorretto su materiali istituzionali, utilizzo da parte di realtà esterne alla Fondazione ed in generale utilizzo che necessita una versione formale del logo.

Indicazioni generali

Scarica il logo dal link al fondo di questo documento, vettoriale o in formato .png. Non modificare il rapporto dell'immagine, lo riconosci perchè il simbolo del monogramma di JMI ha la forma di un cerchio.



Non cambiare dimensioni, posizionamento o allineamento



Non cambiare la tipografia del logotipo o del sottotesto



Non cambiare forma e rapporto del logo



Assicurati che l'interno del monogramma sia trasparente

Tipografia / Titoli

Il Quillon Bold viene usato per i titoli e le indicazioni di data/ora.

Titolo principale

Maiuscolo, Tracking compreso tra -15 e -25, Interlinea 85%

Indicazioni di data e ora

Minuscolo, Tracking compreso tra -5 e -15, Interlinea 90%

SCARICA QUI

Aa

QUILLON
BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz

Tipografia / Testi

I caratteri Satoshi Medium e Medium Italic vengono usati per tutti i testi e le indicazioni sui materiali di comunicazione.

Indicazioni sulla comunicazione

Maiuscolo, Tracking 0, Preferire il Medium Non-Italic, Interlinea 100%

Testi lunghi

Maiuscolo / minuscolo, Tracking adattabile, Interlinea 110%

SCARICA QUI

Aa Aa

SATOSHI
MEDIUM

*SATOSHI
MEDIUM
ITALIC*

A B C D E F
G H I J K L
M N O P
Q R S T
U V W
X Y Z

*A B C D E F
G H I J K L
M N O P
Q R S T
U V W
X Y Z*

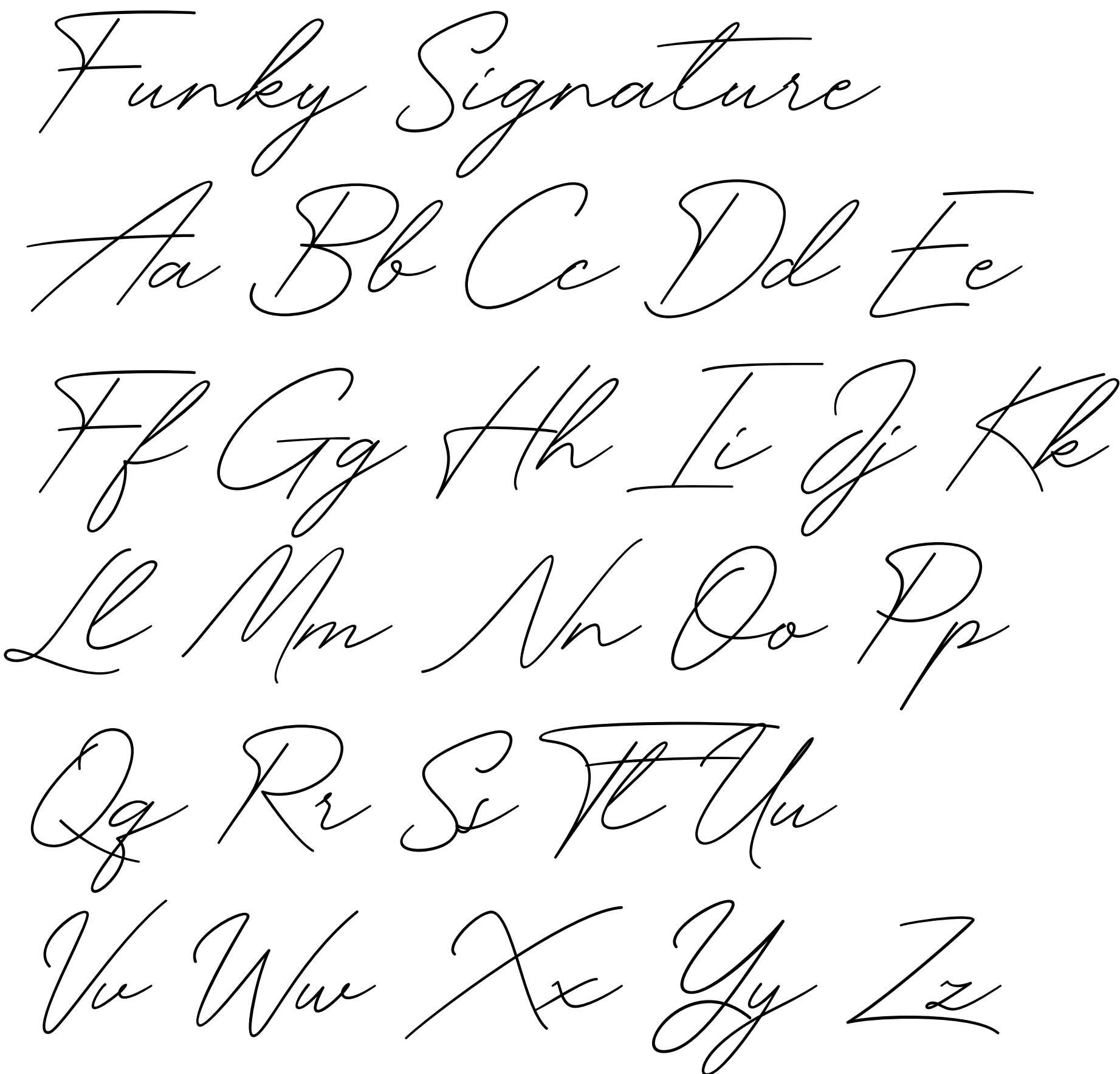
Tipografia / Script

Font script Funky Signature da utilizzare per completare il layout in sovrapposizione al titolo, ripetendolo, simulando un testo scritto a mano.

Sovrapposizioni

Maiuscolo e minuscolo, Tracking -25, Interlinea 110%

SCARICA QUI

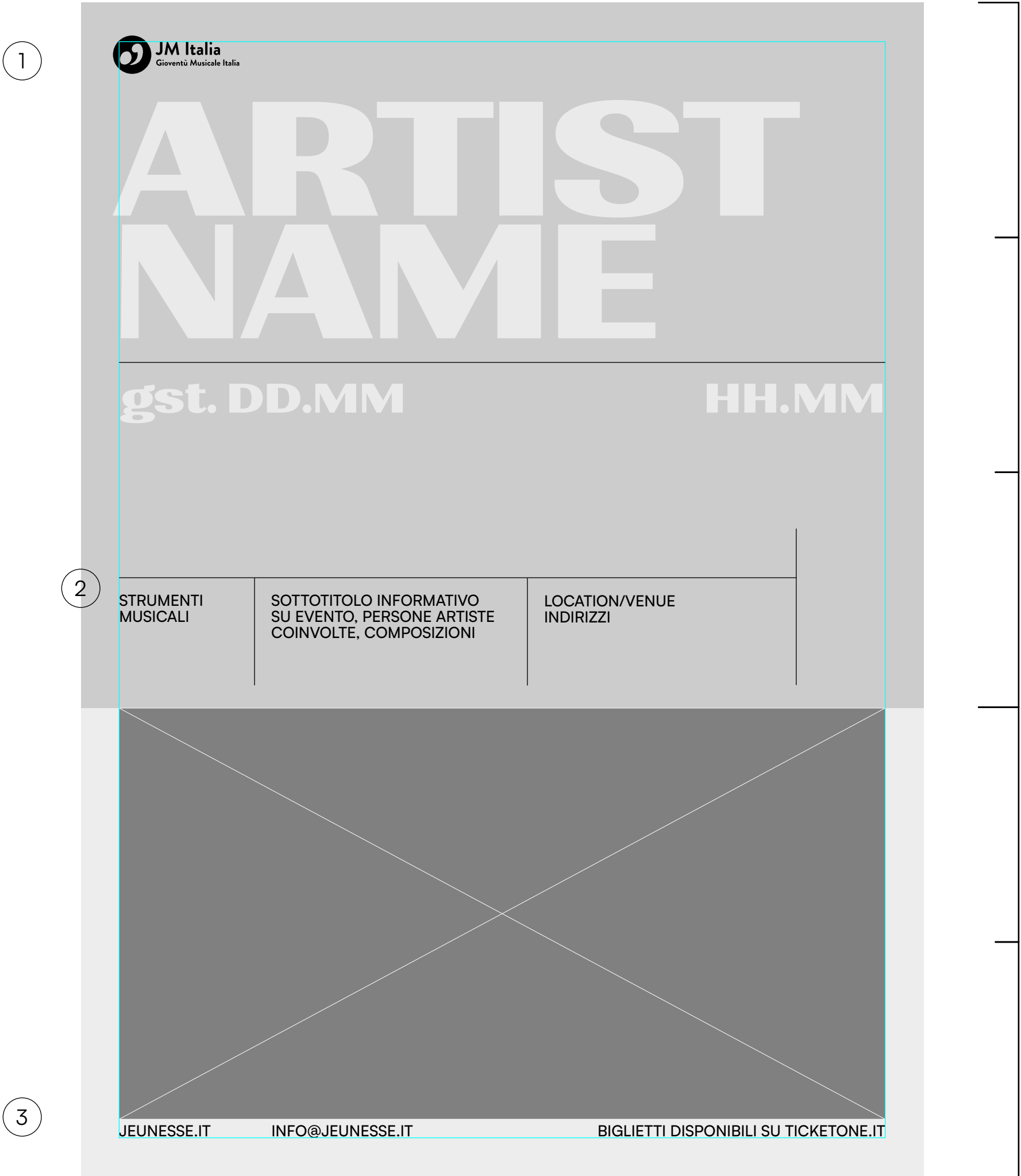


Layout / Elementi

Per costruire un layout grafico mantenendo coordinata l'identità visiva partiamo dal definire il margine, — linea azzurra, uno spazio pari all'altezza del logo, questo ci aiuterà a definire la posizione di tutti gli altri elementi.



- ① **Spazio Superiore**
Si estende per i 2/5 superiori della pagina e contiene le principali informazioni testuali
- ② **Griglia informativa**
Si posiziona nella parte bassa dello spazio superiore.
- ③ **Spazio Inferiore**
Area dedicata alla fotografia e alle informazioni secondarie di contatto



Layout / Indicazioni

① Spazio Superiore

L'angolo sinistro dello spazio superiore è sempre occupato dal logo della Fondazione, segue il titolo e le indicazioni di data ed ora.

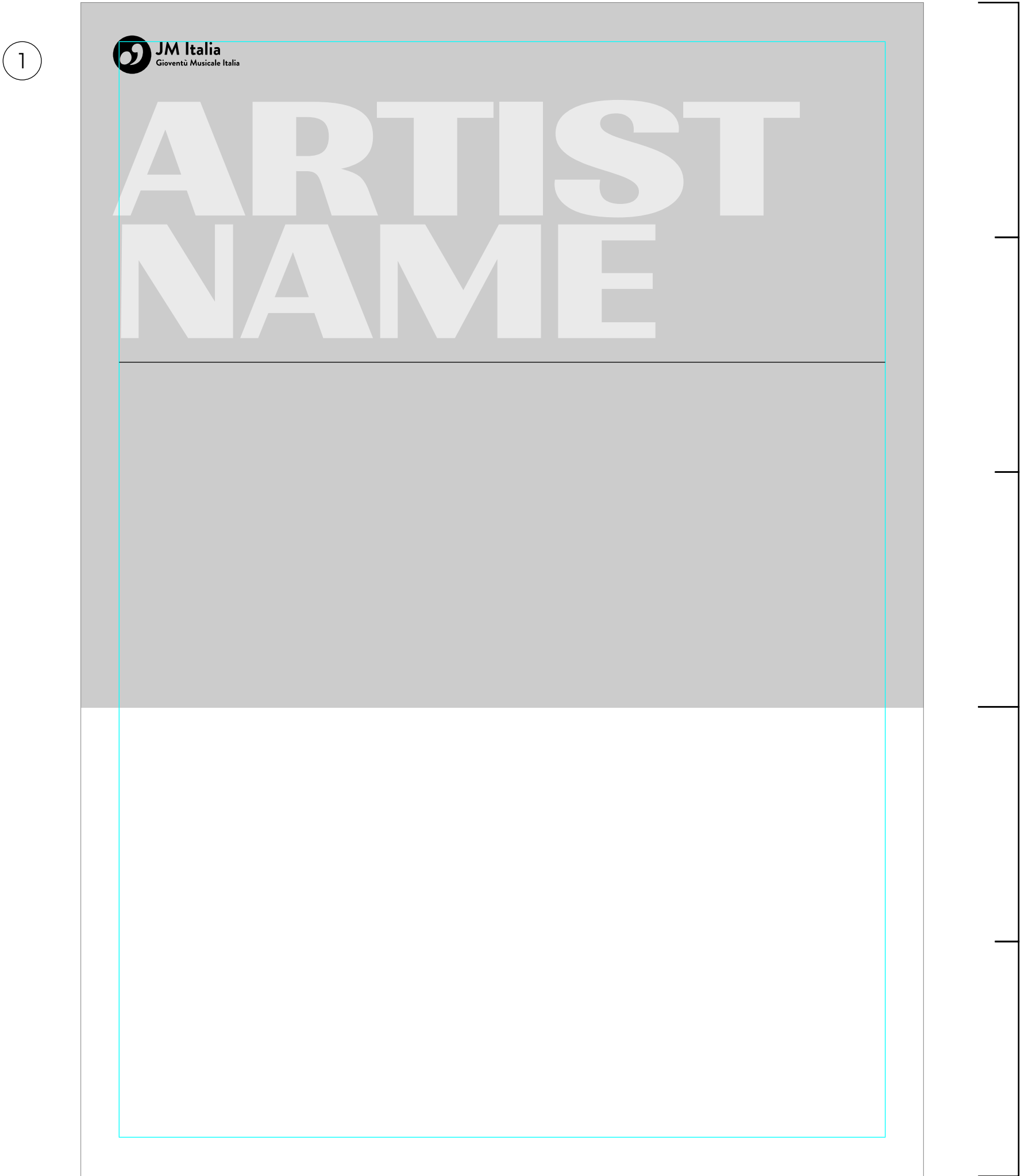
Titolo

Quando il concerto è identificato dal nome della persona artista (es. "Arsenii Moon"), il titolo corrisponde a questo nome, lo definiamo **Caso 1**.

Nel caso di eventi con un titolo specifico che identifica il concerto (es. "Very Parisienne"), lo definiamo **Caso 2**.



esempi di titoli



Layout / Indicazioni

① Spazio Superiore

Data

La data utilizza il formato GG.MM (giorno.mese) ed è preceduta dall'abbreviazione del giorno della settimana (3 lettere): *lun, mar, mer, gio, ven, sab, dom*.

Orario

L'ora utilizza il sistema a 24 ore. Ad esempio è bene utilizzare *21.00* al posto di *9.00*, che potrebbe essere confuso con l'orario del mattino.

Eventi di più giorni

Per eventi che si svolgono su giornate consecutive, le date vengono indicate con il formato: "giorno e data di inizio → giorno e data di fine", omettendo l'orario (es. "sab. 08 → lun. 10.07"). In questo caso, il mese viene indicato solo nella data finale.

gst. DD.MM

esempio ↓

sab. 10.01

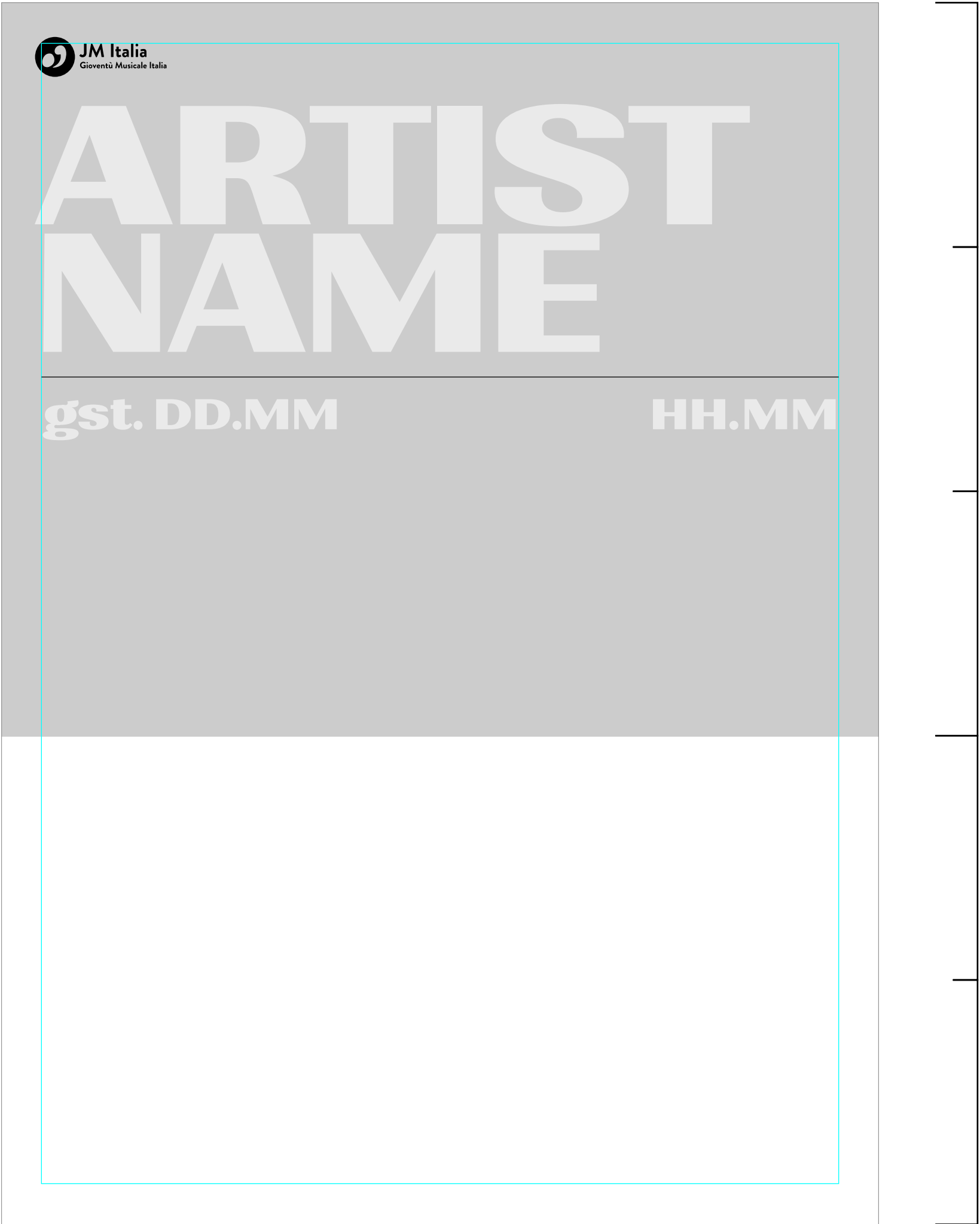
HH.MM

esempio ↓

21.00

formato e esempio di data e ora

1



Layout / Indicazioni

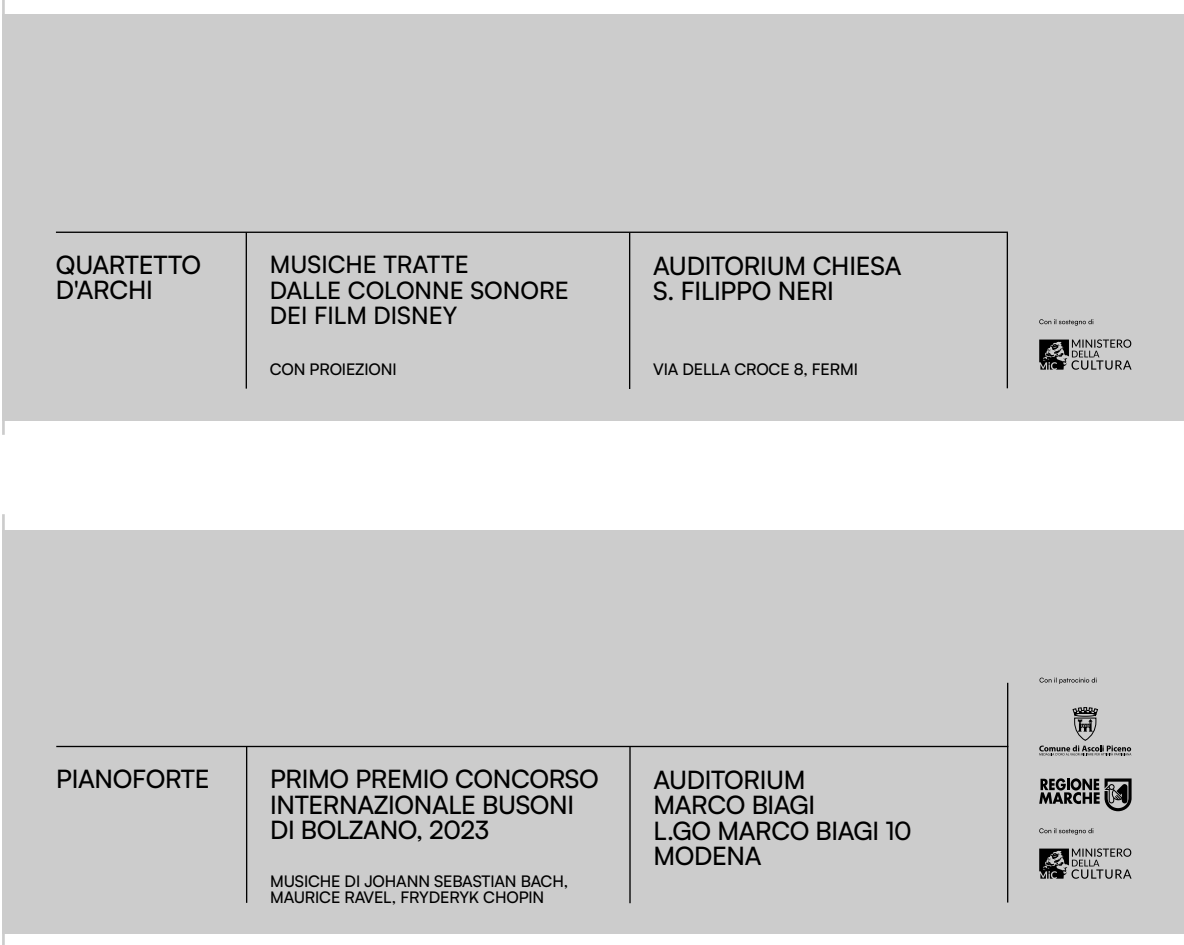
2 Griglia informativa

Un sistema di griglie modulari per adattarsi alle esigenze di comunicazione.

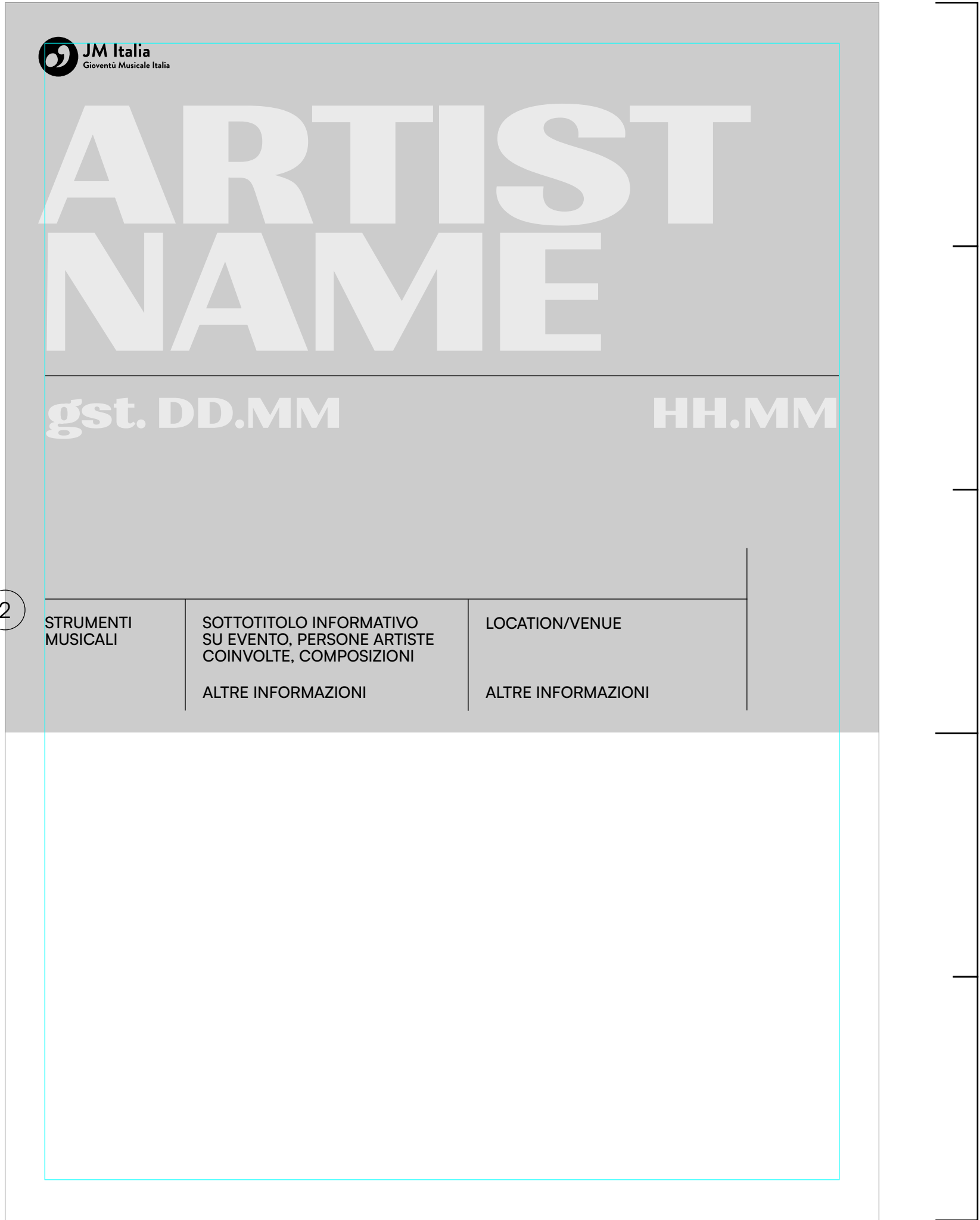
Indicazioni tecniche

La griglia può adattarsi sulla base della quantità di informazioni necessarie in colonne ordinate.

spessore linea:	supporti:
0,5 pt	→ piccolo formato
1 pt	→ grande formato
0,5 px	→ formato digitale



griglie di esempio



Layout / Indicazioni

2 Griglia informativa

Caso 1 Quando il concerto è identificato dal nome della persona nella griglia informativa trova spazio: strumento musicale, location e, quando pertinente, il programma sintetico.

Caso 2 Quando il concerto è identificato con un titolo, nella griglia informativa trovano spazio: esecutori/ esecutrici, strumento (*in italic*), location e, quando pertinente, il programma sintetico.

VOLONCELLO	L. BOCCHERINI PRELUDIO N. 2 DI F. CHOPIN, SONATA IN LA MAGGIORE CLAUDIO CAMUFFI, PIANOFORTE	CHIOSTRO DEL COMPLESSO DI SANTA CHIARA, MODENA	
------------	---	---	---

Esempio caso 1

ROBERTO PORRONI, CHITARRA MAX DE ALOE, ARMONICA CROMATICA TOMMY BRADASCIO, BATTERIA MUSICA DI CHALES MINGUS, GEORGE GERSHWIN, THELONIOUS MONK, CLAUDE DEBUSSY	AUDITORIUM CHIESA S. FILIPPO NERI - FERMO CORSO CAVOUR 72, FERMO	
---	--	---

Esempio caso 2



EVENT
TITLE

gst. DD.MMHH.MM

PERSONA ESECUTRICE 1, STRUMENTO
PERSONA ESECUTRICE 2, STRUMENTO

ALTRE INFORMAZIONI

LOCATION/VENUE

ALTRE INFORMAZIONI

Layout / Indicazioni

② Griglia informativa

Colonna dei partner

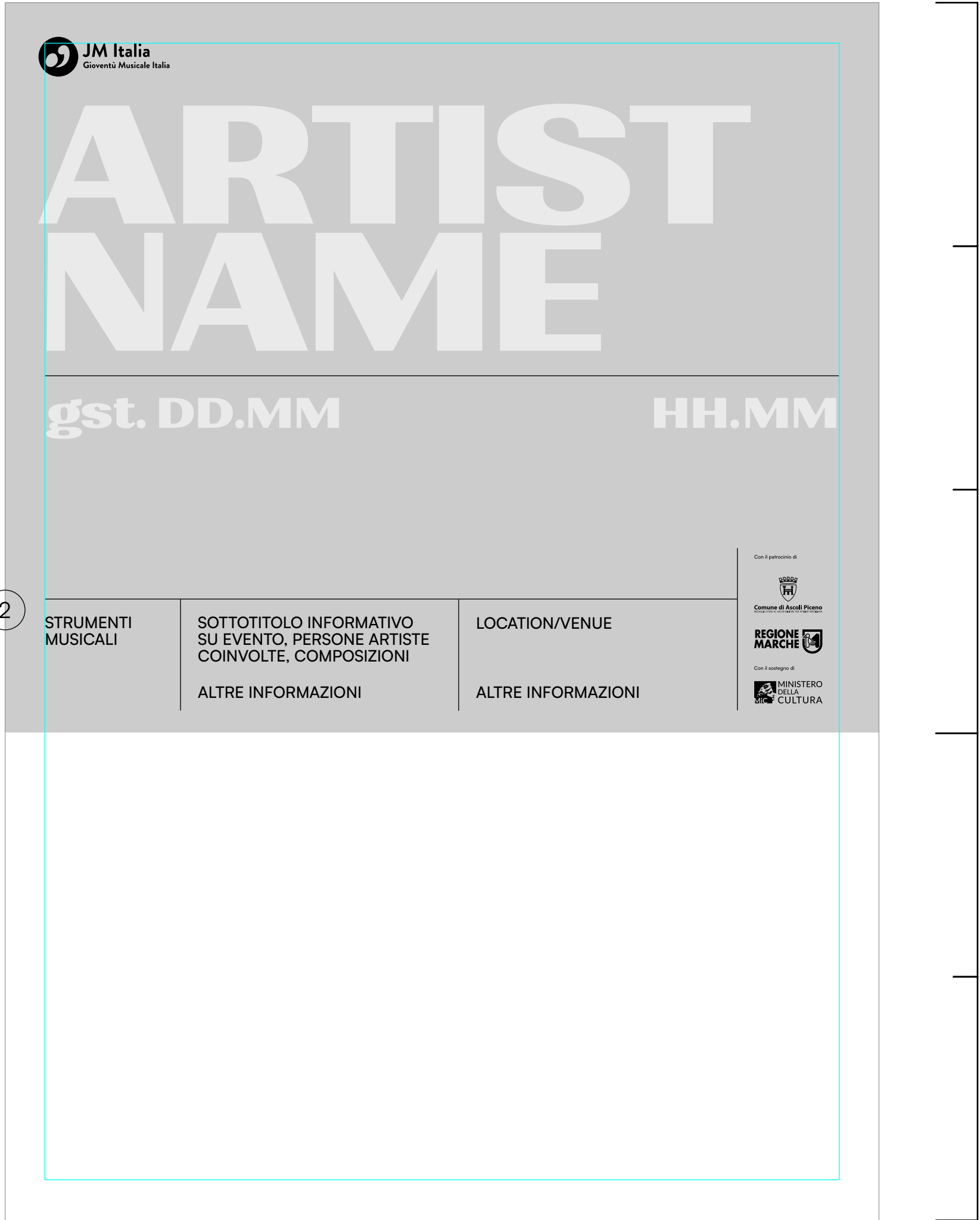
Nello spazio destro della griglia si inseriscono i loghi in colonna verticale, rispettando questa gerarchia: co-promotori (in alto), sostegno, contributo, collaborazioni.

L'altezza del filetto verticale che delimita questa area corrisponde all'altezza occupata dai loghi.

Si raccomanda l'utilizzo di loghi nelle versioni monocromatiche (nero o scala di grigi) per garantire uniformità grafica.



Esempio



Layout / Indicazioni

2 Griglia informativa

Blocco informativo

È possibile inserire un paragrafo di testo sopra al blocco informativo: anziché elencare il programma sintetico, si utilizza un breve testo dal tono promozionale che evoca l'atmosfera e il percorso musicale dell'evento. Il testo si allinea al margine superiore del filetto di destra, se presente.

Da Bernstein a Gershwin, da Hollywood a Parigi. La grande orchestra tra cinema, jazz e sinfonica		
ORCHESTRA ENSEMBLE900 DEL CONSERVATORIO DELLA SVIZZERA ITALIANA	AUDITORIUM DI MILANO	Con il sostegno di 
		Con il contributo di 
DIRETTORE FRANCESCO BOSSAGLIA	LARGO GUSTAV MAHLER	Con il patrocinio di 

griglie di esempio



EVENT
TITLE

gst. DD.MMHH.MM

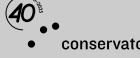
Da Bernstein a Gershwin, da Hollywood a Parigi.
La grande orchestra tra cinema, jazz e sinfonica

ORCHESTRA
ENSEMBLE900 DEL
CONSERVATORIO DELLA
SVIZZERA ITALIANA

DIRETTORE
FRANCESCO BOSSAGLIA

AUDITORIUM
DI MILANO

LARGO
GUSTAV MAHLER


conservatorio

Con il sostegno di
fondazione svizzera per la cultura


Con il contributo di


Con il patrocinio di


Layout / Indicazioni

③ Spazio inferiore

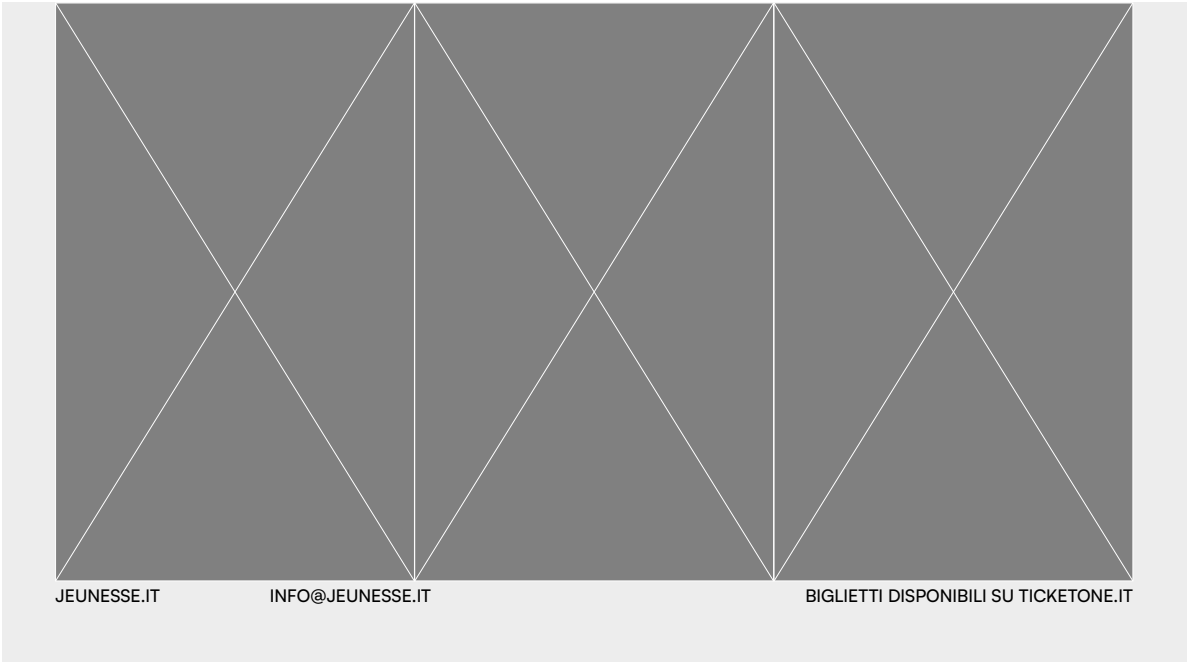
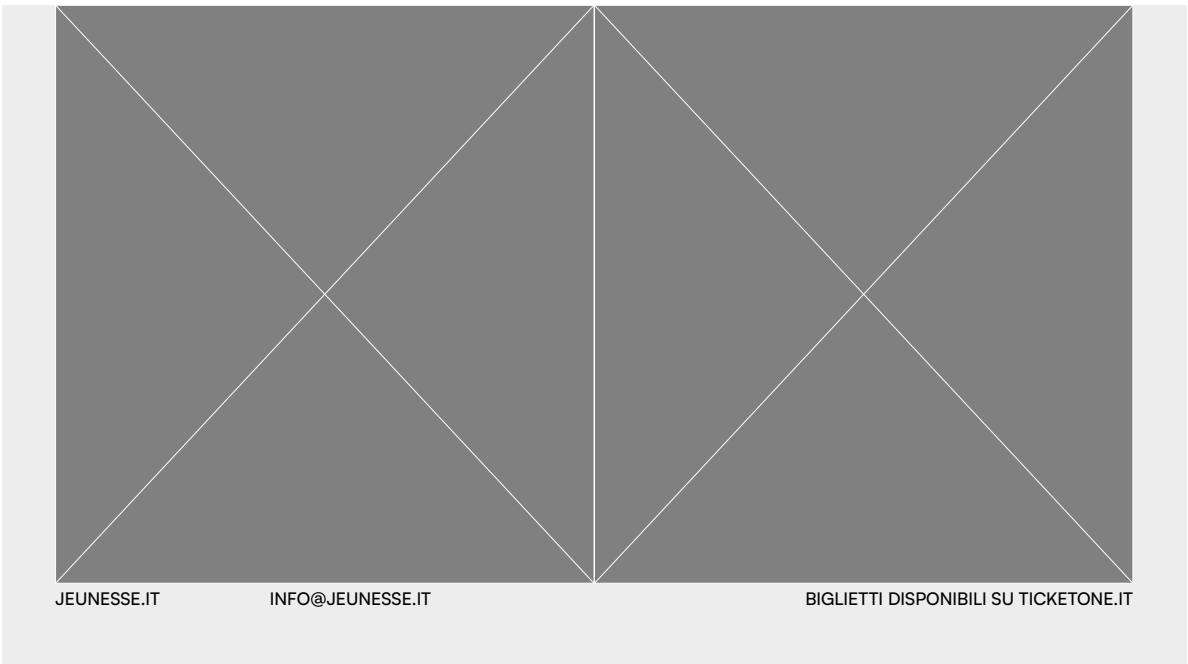
I 2/5 di area inferiore della pagina vengono dedicati alla fotografia dell'artista.

Elementi testuali

Viene lasciato un bordo inferiore dedicato ai collegamenti web, ai contatti email e - quando possibile - alle informazioni per i biglietti.

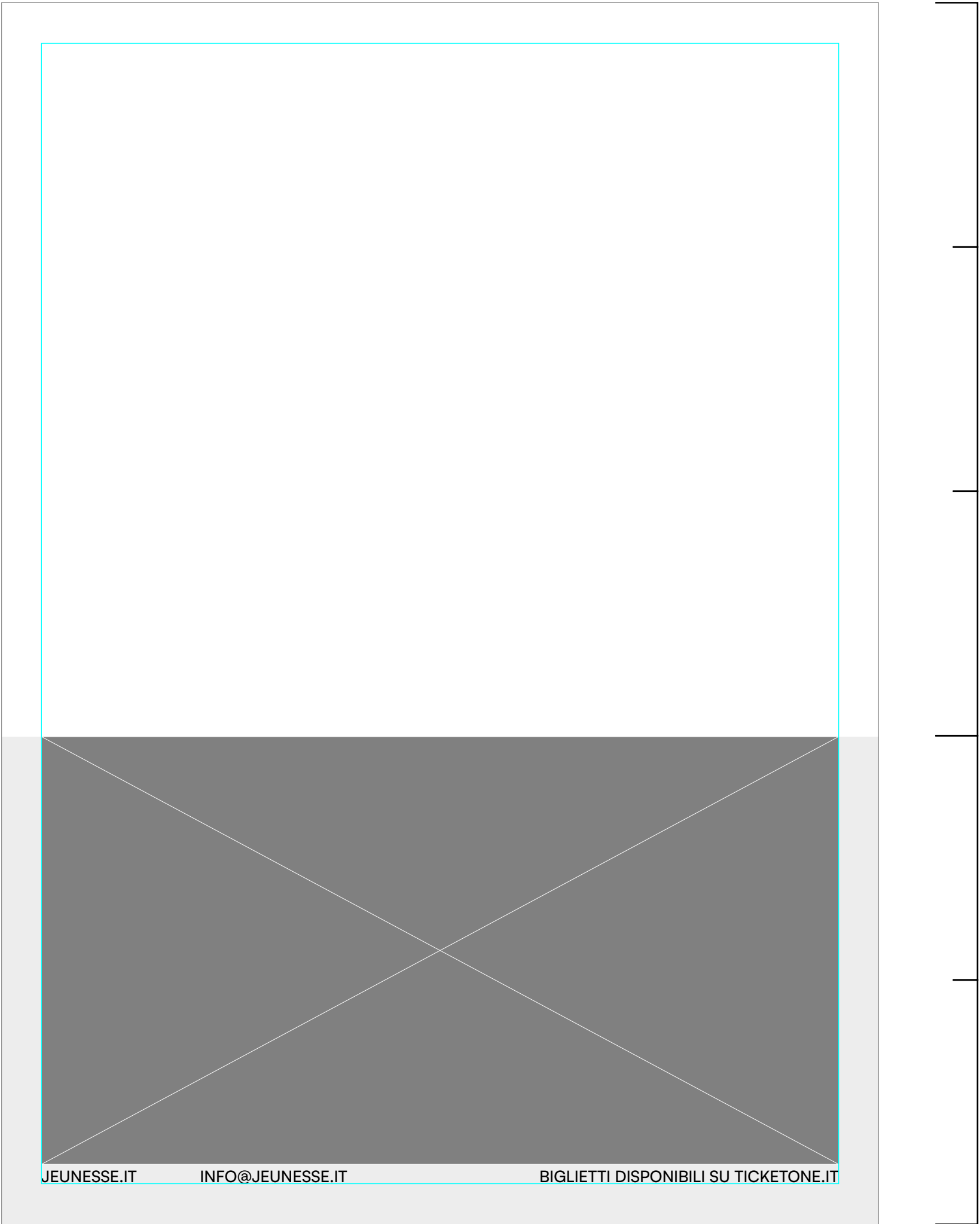
Gestione di più artisti principali

Quando sono presenti più artisti principali non ritratti nella stessa immagine, è possibile disporli in colonne separate fino ad un massimo di tre.



colonne per due e tre fotografie

③



Layout / Applicazione

Adattabilità

Lo stesso layout si adatta facilmente a ridimensionamenti in formati orizzontali e verticali.

Forme organiche

Il layout si integra con gli elementi grafici delle forme organiche, vedi il capitolo dedicato:



Colori / Indicazioni

Scegliere due colori la cui luminosità e saturazione permetta la leggibilità, in nero, dei testi e del logo.

Come scegliere i colori

→ Assicurati che il testo nero sia leggibile su entrambi i colori

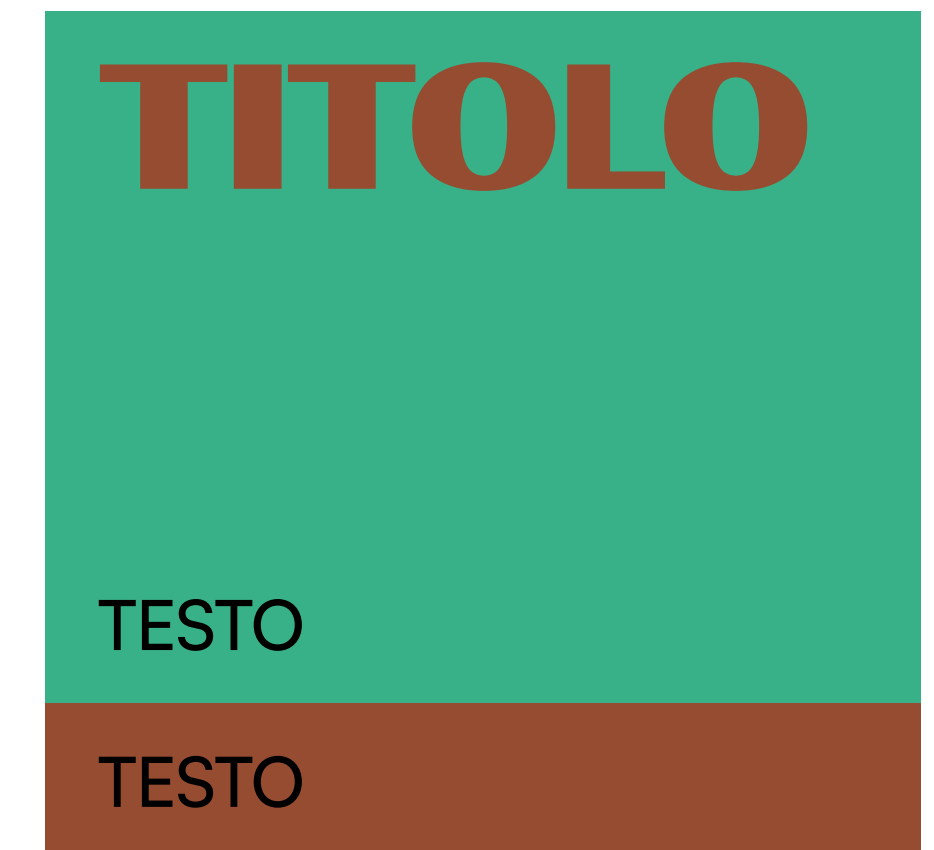
→ Verifica che ci sia un contrasto sufficiente tra il colore del titolo e quello dello sfondo

Indicazioni tecniche

→ Usa il codice RGB HEX per applicazioni digitali e social

→ Usa CMYK per la stampa offset

→ Dove possibile, usa i riferimenti PANTONE per la stampa



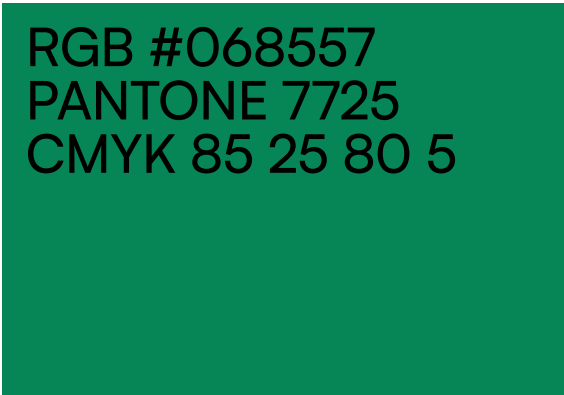
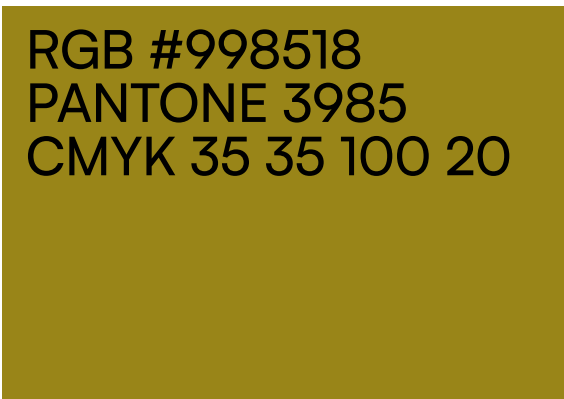
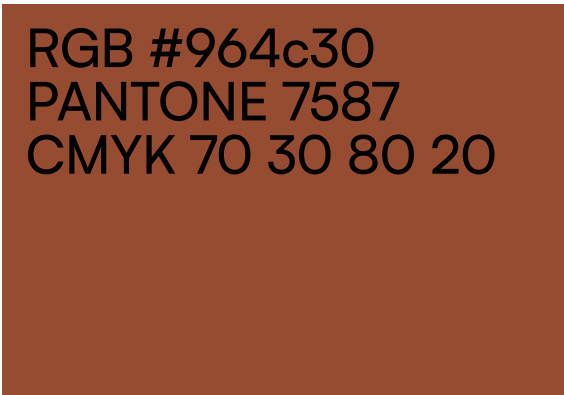
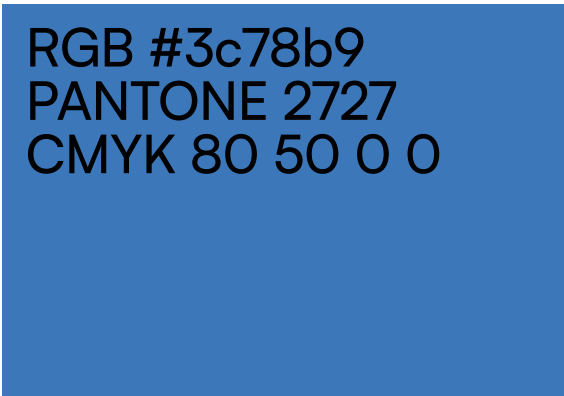
Colori / Collezione

Questa collezione colori permette di creare oltre 190 combinazioni diverse.

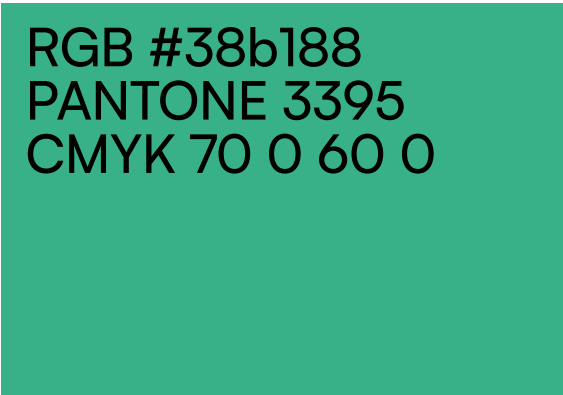
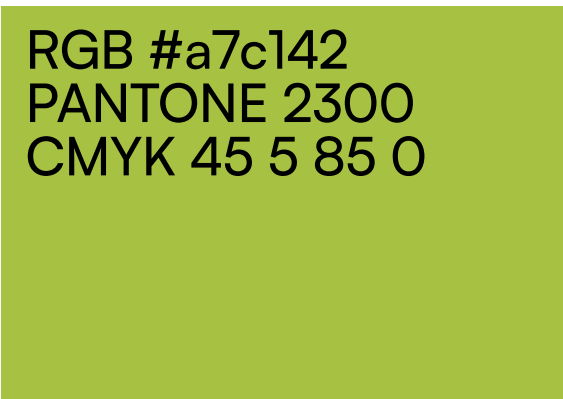
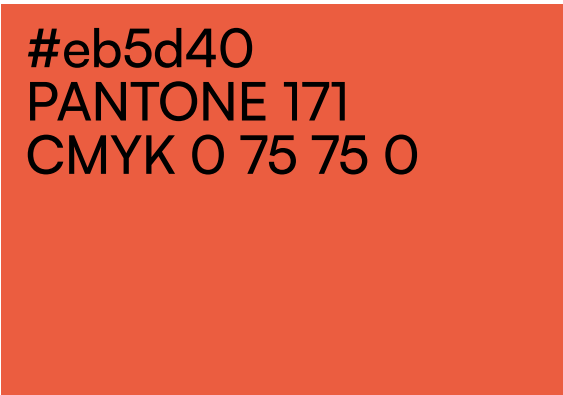
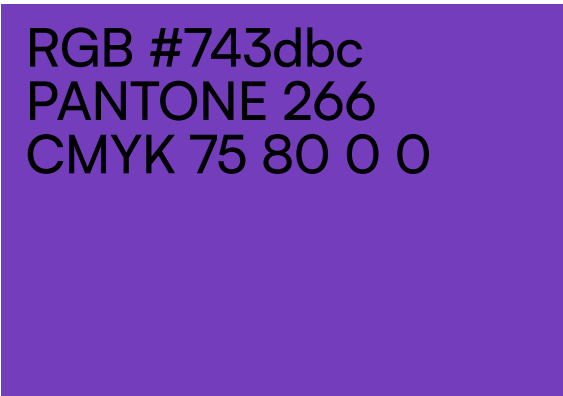
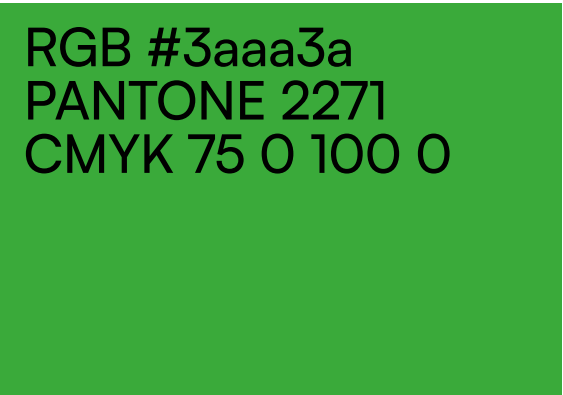
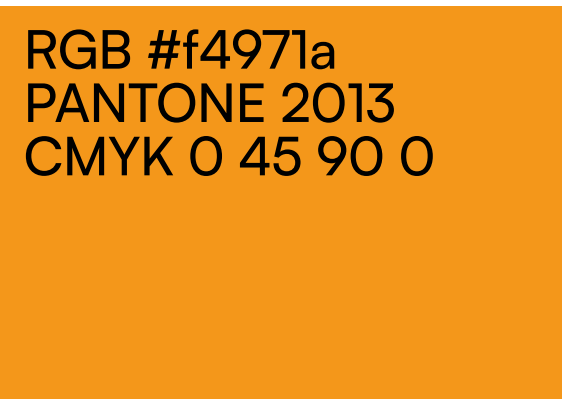
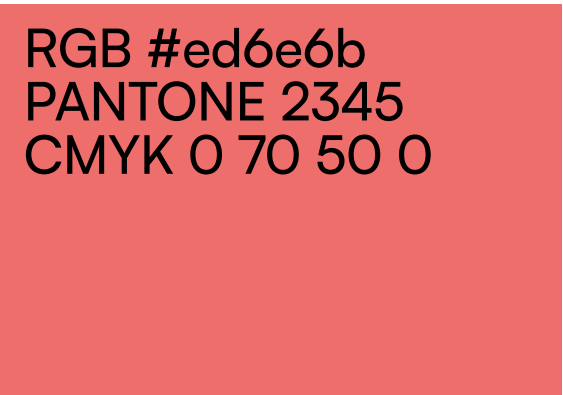
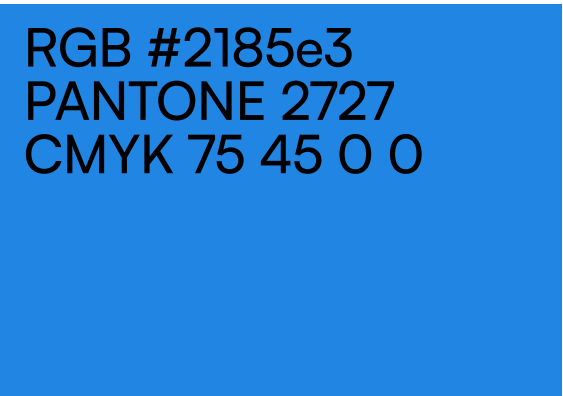
Indicazioni generali

Scegli i colori da gruppi di colonne diverse per aumentare il contrasto e garantire la leggibilità. Le combinazioni più efficaci avvengono tra Toni scuri e Toni chiari, oppure tra Toni accesi e Toni chiari, dove il contrasto è più evidente.

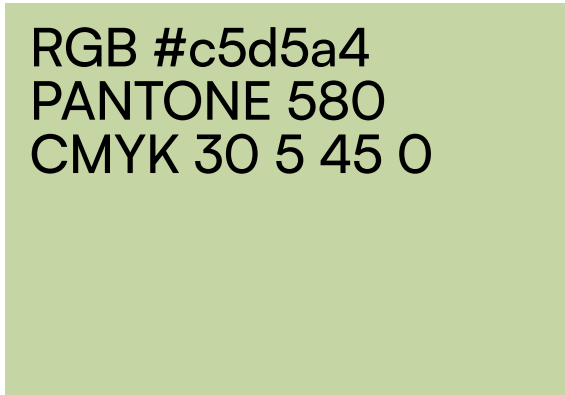
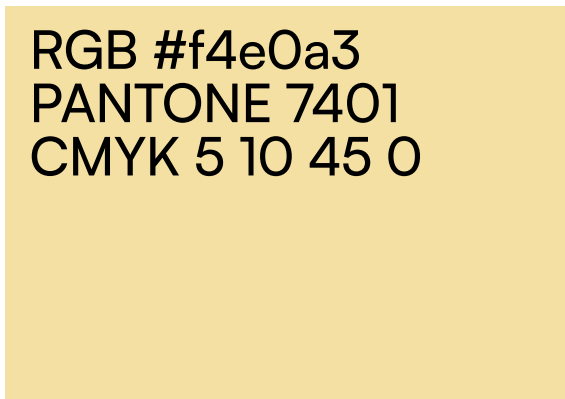
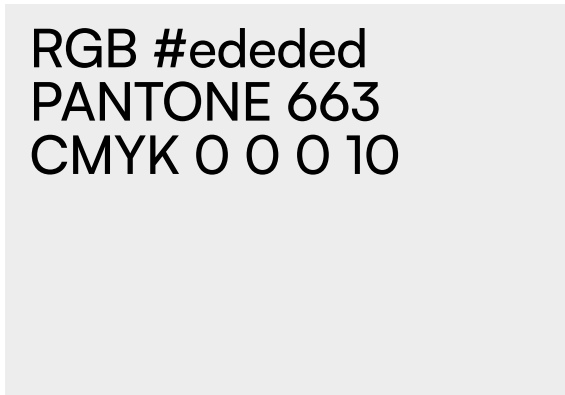
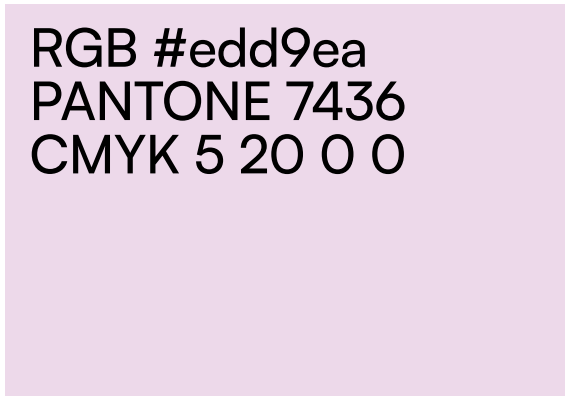
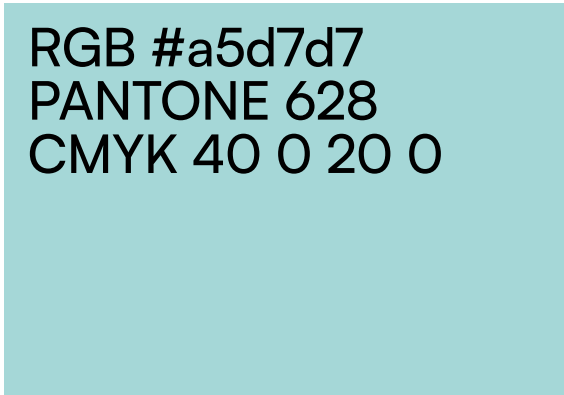
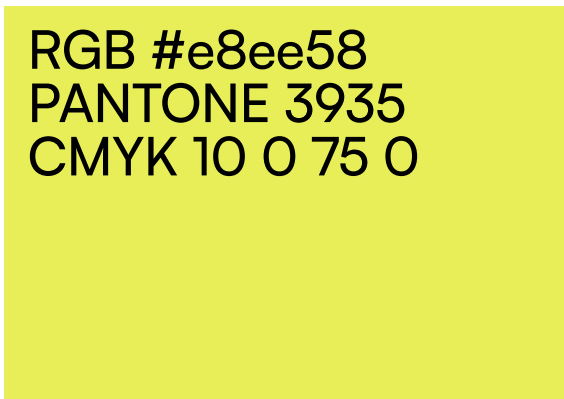
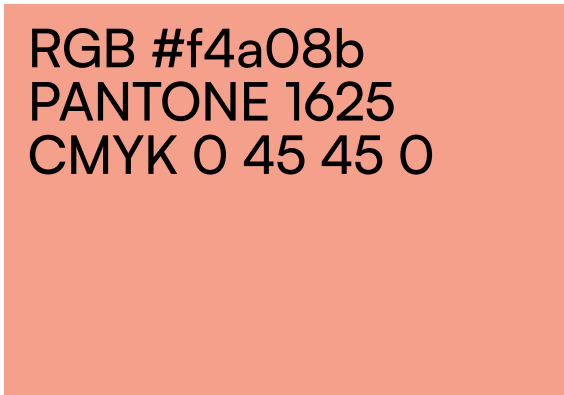
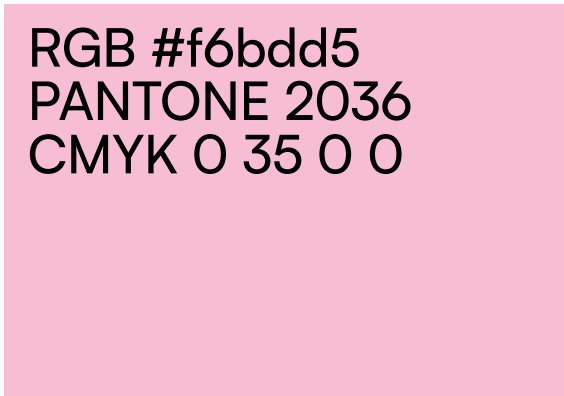
Toni scuri



Toni accesi



Toni chiari

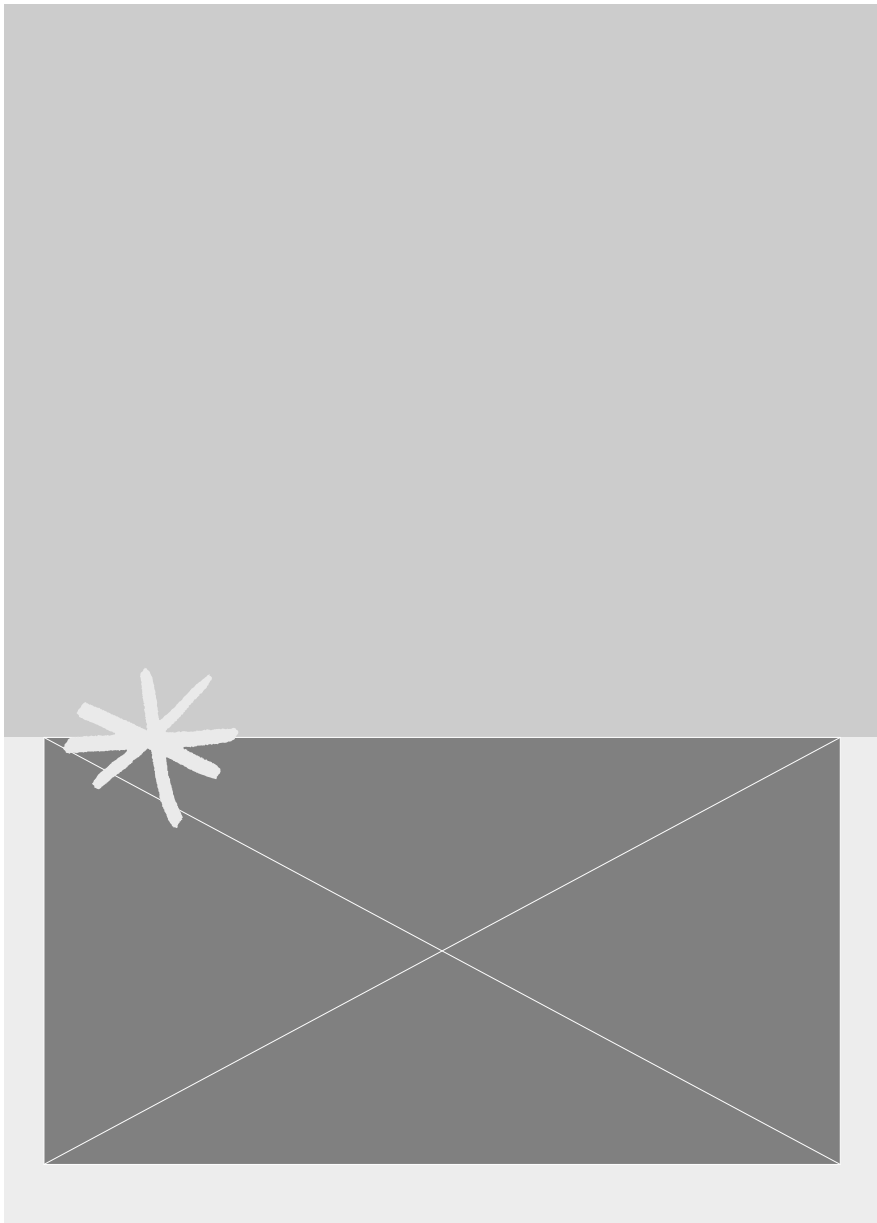


Colori / Combinazioni preset

RGB #964c30 PANTONE 7587 CMYK 70 30 80 20	RGB #998518 PANTONE 3985 CMYK 35 35 100 20	#eb5d40 PANTONE 171 CMYK 0 75 75 0	RGB #38b188 PANTONE 3395 CMYK 70 0 60 0	RGB #f4971a PANTONE 2013 CMYK 0 45 90 0	RGB #a7c142 PANTONE 2300 CMYK 45 5 85 0	RGB #a5d7d7 PANTONE 628 CMYK 40 0 20 0	RGB #e8ee58 PANTONE 3935 CMYK 10 0 75 0
RGB #ededed PANTONE 663 CMYK 0 0 0 10	RGB #edd9ea PANTONE 7436 CMYK 5 20 0 0	RGB #f4e0a3 PANTONE 7401 CMYK 5 10 45 0	RGB #f4a08b PANTONE 1625 CMYK 0 45 45 0	RGB #964c30 PANTONE 7587 CMYK 70 30 80 20	RGB #068557 PANTONE 7725 CMYK 85 25 80 5	RGB #f4971a PANTONE 2013 CMYK 0 45 90 0	RGB #998518 PANTONE 3985 CMYK 35 35 100 20
RGB #3c78b9 PANTONE 2727 CMYK 80 50 0 0	RGB #068557 PANTONE 7725 CMYK 85 25 80 5	RGB #2185e3 PANTONE 2727 CMYK 75 45 0 0	RGB #743dbc PANTONE 266 CMYK 75 80 0 0	RGB #38b188 PANTONE 3395 CMYK 70 0 60 0	RGB #ed6e6b PANTONE 2345 CMYK 0 70 50 0	RGB #ededed PANTONE 663 CMYK 0 0 0 10	RGB #c5d5a4 PANTONE 580 CMYK 30 5 45 0
RGB #a7c142 PANTONE 2300 CMYK 45 5 85 0	RGB #ed6e6b PANTONE 2345 CMYK 0 70 50 0	RGB #f6bdd5 PANTONE 2036 CMYK 0 35 0 0	RGB #e8ee58 PANTONE 3935 CMYK 10 0 75 0	RGB #3c78b9 PANTONE 2727 CMYK 80 50 0 0	RGB #998518 PANTONE 3985 CMYK 35 35 100 20	#eb5d40 PANTONE 171 CMYK 0 75 75 0	RGB #2185e3 PANTONE 2727 CMYK 75 45 0 0

Forma organica

Il linguaggio visivo del brand si completa attraverso l'introduzione di elementi grafici organici, tracciati a mano libera. Questi segni si sovrappongono al design portando con sé la traccia del gesto umano, funzionano come una notazione visiva spontanea, traducendo in forma il carattere immediato ed espressivo della musica dal vivo.



L'aggiunta di elementi organici si può manifestare in due modalità

- ① **Semplice**
Simboli e forme organiche selezionabili da una libreria predefinita.
- ② **Professionale**
Tracce disegnate con tavoletta grafica o scansioni di segni realizzati a mano.

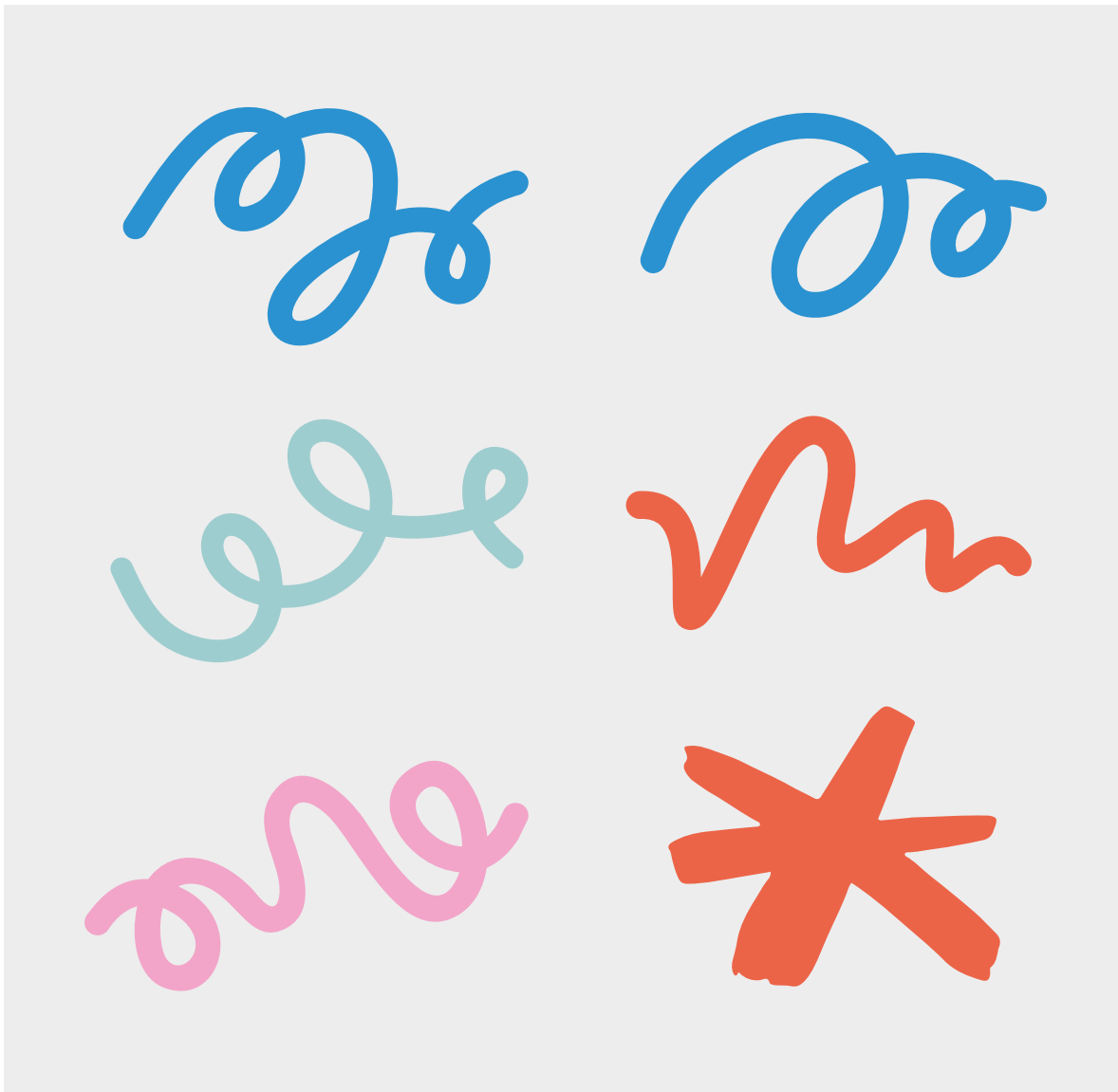


Forma organica / modalità

① **Semplice**

Simboli e forme organiche fornite da un kit predefinito, che garantisce coerenza visiva mantenendo varietà espressiva.

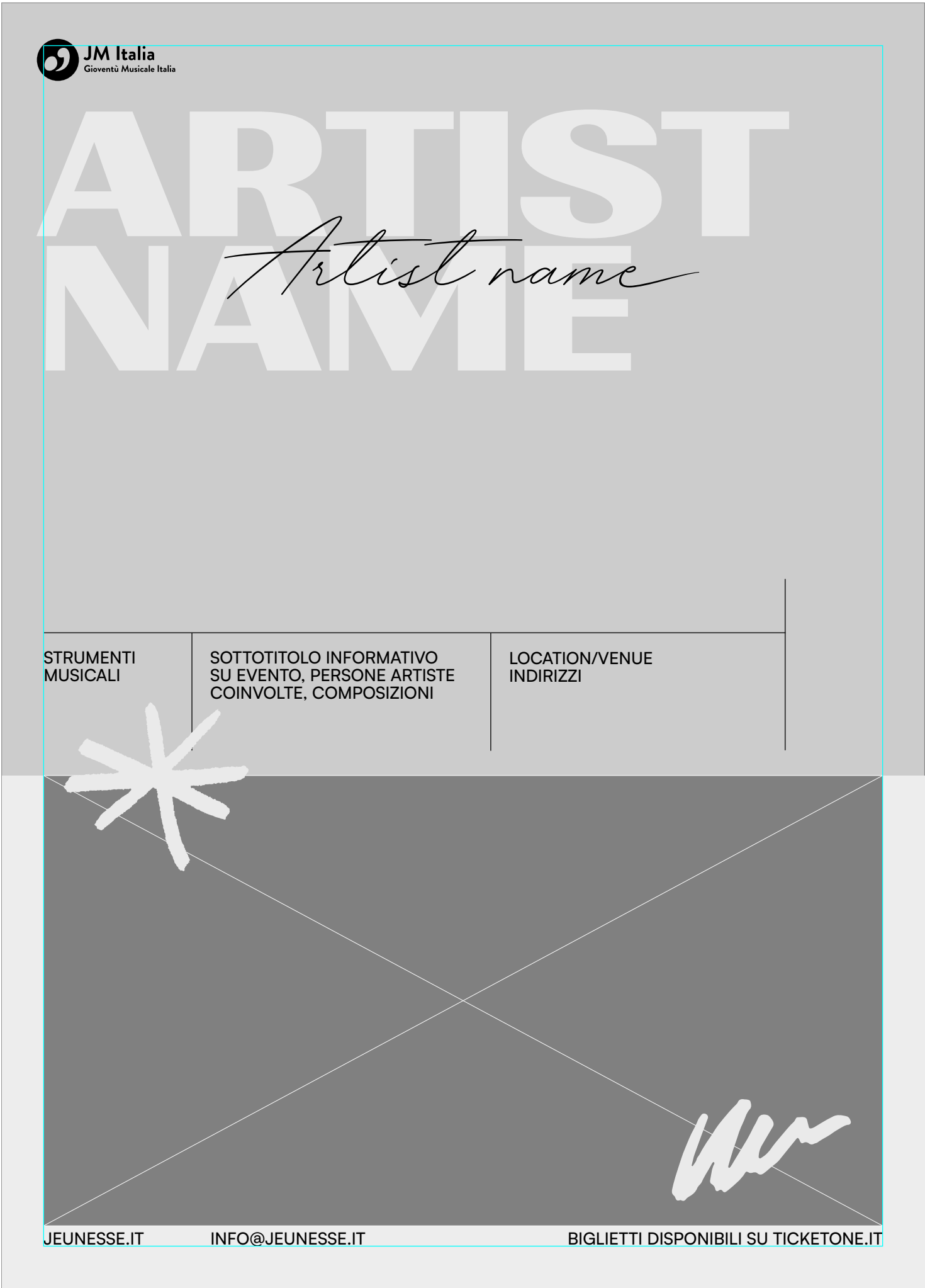
SCARICA QUI



Come utilizzare il kit:

Il kit grafico contiene una selezione di elementi organici già disegnati, pronti all'uso e disponibili in formato vettoriale.

- 1. Scegli uno o più elementi dal kit che risuonano con il carattere dell'evento.
- 2. Sovrapponi gli elementi sullo spazio libero e sulla foto, mai su testi o titoli.
- 3. Scegli il colore secondario dalla palette cromatica del design.



Forma organica / modalità

② Professionale

Tracce disegnate con tavoletta grafica o scansioni di segni realizzati a mano, create specificamente per ogni evento per catturarne l'unicità espressiva.

Destinatari

Questa modalità è dedicata a figure professionali, studi ed agenzie di comunicazione con competenze grafiche e strumenti tecnici adeguati (tavoletta grafica, scanner, software di grafica vettoriale).

Cosa disegnare

Gli elementi grafici devono evocare la dimensione musicale dell'evento attraverso forme astratte e organiche. Linee, cerchi, piccoli simboli che definiscono l'identità sonora dell'evento.



Forma organica / modalità

② Professionale

Tracce disegnate con tavoletta grafica o scansioni di segni realizzati a mano, create specificamente per ogni evento per catturarne l'unicità espressiva.

Indicazioni tecniche

Usa uno spessore di linea coerente tra le varie declinazioni (generalmente sul formato 50x70 va tra 10pt e 20pt). Il colore del segno può essere nero o uno dei colori della palette del design, fai in modo che non si sovrapponga mai alle parti dello stesso colore.

Interazione con la fotografia

Un elemento aggiuntivo per le persone esperte è l'interazione tra le grafiche e l'immagine. Scontorna il soggetto della foto e posiziona i livelli per creare un'interazione tridimensionale tra le forme organiche e la fotografia.

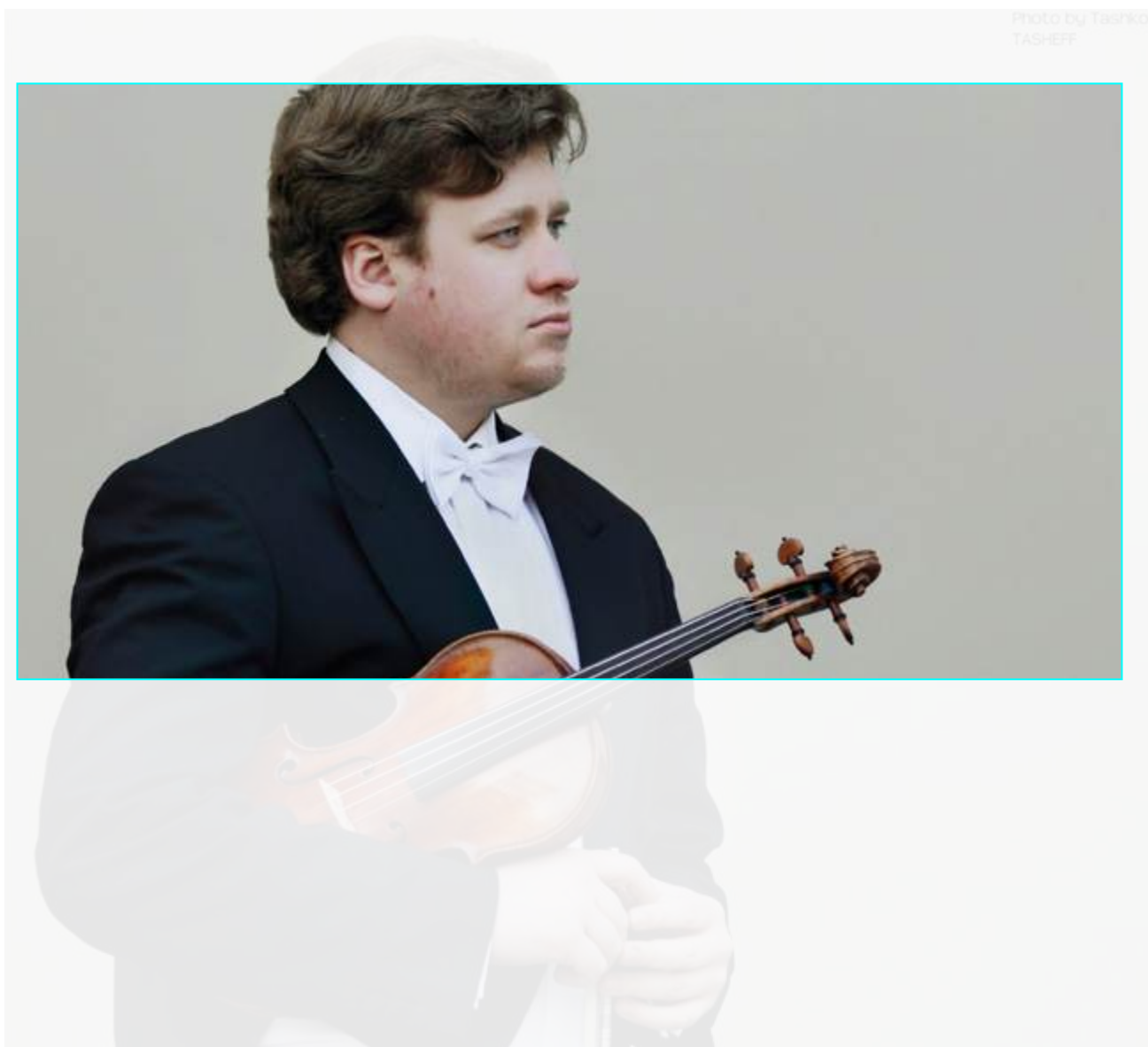


Immagini / Composizione

Indicazioni generali

Lo spazio dedicato all'immagine deve valorizzare il soggetto nella sua interezza, evitando ampie zone vuote sopra o sotto la figura.

La fotografia va posizionata con un'inquadratura ravvicinata all'interno dello spazio assegnato, privilegiando la presenza del soggetto rispetto agli spazi di margine.



Immagini / Composizione

Gestione di più artisti principali

Quando il design presenta più ritratti, disposti in colonne separate, si raccomanda l'utilizzo del bianco e nero per uniformare luminosità e saturazione delle diverse fotografie, garantendo così coerenza visiva.



→

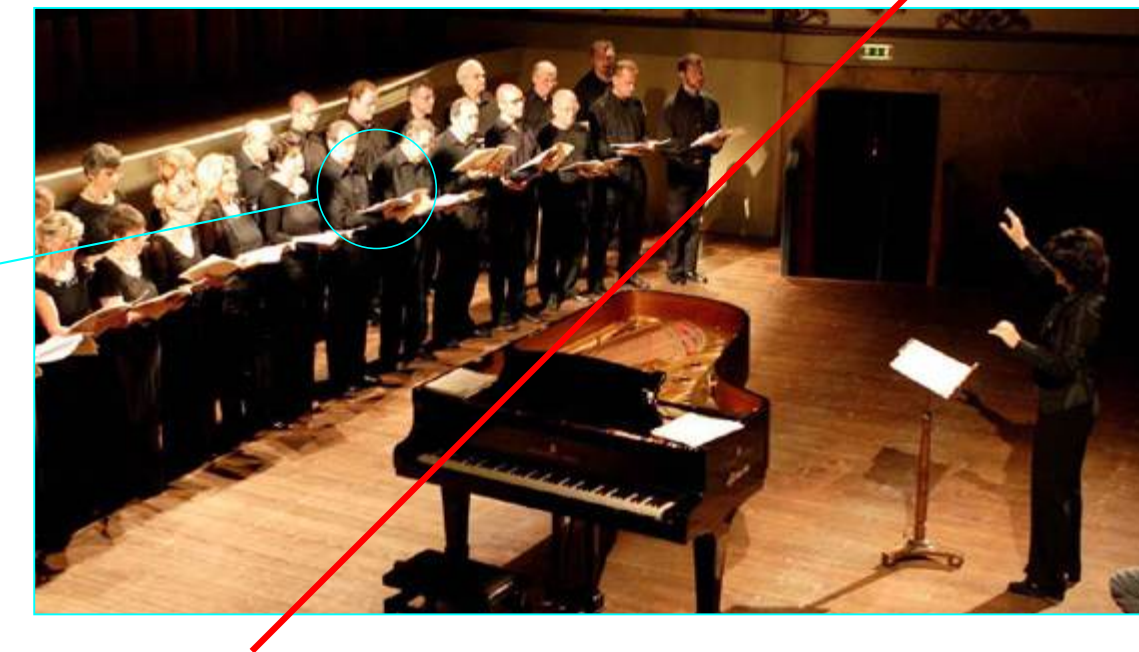


Immagini / Composizione

Immagini a bassa risoluzione

Per le fotografie a bassa risoluzione, si consiglia la conversione in bianco e nero al fine di minimizzare gli eventuali difetti di qualità dell'immagine.

Un'immagine a bassa risoluzione è riconoscibile quando ingrandendo al 100% sul monitor si notano i singoli pixel che compongono l'immagine, i contorni dei soggetti appaiono sfocati o scalettati (specialmente su linee curve o diagonali), e possono essere visibili aloni o "blocchi" tipici dei file JPEG troppo compressi.



Tone of voice / comunicazione inclusiva

Il linguaggio inclusivo è un tipo di linguaggio in cui non sono presenti espressioni o parole che possano creare delle discriminazioni in base ad elementi quali il genere, l’orientamento sessuale, provenienza, nazionalità, colore della pelle, religione, stato socioeconomico, capacità personali e tanto altro ancora. Non fa utilizzo di bias cognitivi, di cliché e di stereotipi.

Linguaggio inclusivo di genere

Evita di considerare il maschile come la norma (usando il cosiddetto maschile sovraesteso), riconosce tutti i generi, non presuppone il binarismo di genere ed evita un linguaggio eteronormativo e supposizioni basate sul genere.

Ad esempio

Benvenuti, signore e signori!
Vi diamo il benvenuto!

Mariti e mogli, fidanzati e fidanzate sono benvenuti!
I partner sono benvenuti!

Quando sei pronto, fai clic su “Avanti”
Una volta terminata l’operazione, fai clic su “Avanti”

Linguaggio anti-abilista

Per abilismo si intende la discriminazione ed il pregiudizio sociale nei confronti delle persone con disabilità. Il linguaggio abilista perpetua stereotipi dannosi e concezioni erranee sulle persone con disabilità, implicando che siano “meno di”.

Ad esempio

Per chi è costretto su una sedia a rotelle.
Per chi si muove in sedia a rotelle.

Il ragionamento zoppica.
Il ragionamento ha qualcosa che non funziona.

Per persone non udenti.
Per persone sorde*.

Linguaggio inclusivo in merito a etnicità, nazionalità e cultura

Molti termini e frasi entrati da tempo nel linguaggio quotidiano hanno radici nel razzismo e nella discriminazione. Anche il linguaggio che usiamo per descrivere l’origine e l’identità etnica delle persone può essere problematico, così come un linguaggio basato sull’appropriazione culturale che siano “meno di”.

Ad esempio

Guru
Esperto

* è importante capire ed adottare il linguaggio che le stesse comunità utilizzano per auto-rappresentarsi: sordo/a è una parola che viene rivendicata con orgoglio dalla comunità sorda, afro-discendente implica invece un punto di partenza (trasformabile, in divenire, multi-identitario: italiano/a afro-discendente) non una condizione data (di colore, nero/a).

Visual id. / Alcuni esempi

JM Italia

LA 55ª STAGIONE CONCERTISTICA DI CAMERINO PRESENTA

ARSENII

Arsenii Moon

MOON

sab. 08.05

20.30

PIANOFORTE

PRIMO PREMIO CONCORSO INTERNAZIONALE BUSONI DI BOLZANO, 2023

AUDITORIUM MARCO BIAGI L.GO MARCO BIAGI 10 MODENA



JEUNESSE.IT

INFO@JEUNESSE.IT

BIGLIETTI DISPONIBILI SU TICKETONE.IT

JM Italia

LA 55ª STAGIONE CONCERTISTICA DI CAMERINO PRESENTA

OMAGGIO

omaggio a Luciano Berio

A LUCIANO BERIO

sab. 08.05

20.30

SELEZIONE DAI DUETTI PER DUE VIOLINI

TOMMASO CISERINO & ALICE ANDREOLI

CHIOSTRO DEL COMPLESSO DI SANTA CHIARA, MODENA



JEUNESSE.IT

INFO@JEUNESSE.IT

BIGLIETTI DISPONIBILI SU TICKETONE.IT

JM Italia

LA 55ª STAGIONE CONCERTISTICA DI CAMERINO PRESENTA

TAEYEON

Taeyeon Kim

KIM

sab. 08.05

20.30

VIOLONCELLO

L. BOCCHERINI, DA SONATA IN LA MAGGIORE

CHIOSTRO DEL COMPLESSO DI SANTA CHIARA, MODENA



JEUNESSE.IT

INFO@JEUNESSE.IT

BIGLIETTI DISPONIBILI SU TICKETONE.IT



Visual id. / Social media



Download

Versioni (vettoriali, PNG, JPG) del logo

SCARICA QUI

Ricorda che l'utilizzo del logo e la release dei relativi materiali (web, stampa, ecc.) devono essere approvati preventivamente dallo staff della Fondazione, sempre attraverso l'e-mail: ufficiostampa@jeunesse.it



Grazie
Grazie