

L'INIZIATIVA

Accordo tra aziende e consumatori stop alla pubblicità che offende le donne

Siglata un'intesa tra società e associazioni che aderiscono al *Consumers' Forum* per difendere la dignità dell'immagine femminile negli spot e promuovere forme di comunicazione corrette e prive di volgarità

di *MONICA RUBINO*



SUL CARTELLONE pubblicitario una donna vestita solo con un perizoma e un paio di scarpe rosse tacco 12 staziona carponi su un pannello fotovoltaico, sul quale campeggia la scritta: "Montami a costo zero". La pubblicità è stata prontamente ritirata dallo Iap (Istituto di autodisciplina pubblicitaria), ma è solo uno dei tanti esempi di reclame gratuitamente volgari e lesive della dignità femminile. Per evitare che ci si possa imbattere ancora in cartelloni come questo, le aziende e le associazioni dei consumatori aderenti al [Consumers' Forum](#)¹ - unica realtà che unisce entrambe le anime del mercato - hanno sottoscritto per la prima volta un accordo per una pubblicità non sessista, che rispetti l'immagine femminile e contenga messaggi commerciali corretti, privi di contenuti volgari e umilianti. La "Carta degli impegni" rispecchia i principi del protocollo di intesa sottoscritto dal ministero delle Pari Opportunità con lo Iap, finalizzato a rafforzare il divieto di utilizzare il corpo femminile in modo offensivo o tale da incitare alla violenza sulle donne.

[VIDEO Uno spot "rispettoso"](http://tv.repubblica.it/copertina/uno-spot-per-una-pubblicita-che-rispetti-le-donne/65441?video)² (http://tv.repubblica.it/copertina/uno-spot-per-una-pubblicita-che-rispetti-le-donne/65441?video)

Durante il convegno "Il consumo dell'immagine della donna", che si è tenuto a Roma nella sede della Federazione nazionale della stampa, aziende, associazioni dei consumatori, istituzioni, esperti di comunicazione e pubblicitari confrontano sul tema della pubblicità offensiva, basata su una concezione stereotipata dei rapporti di genere. La pubblicità sui vari media è parte della vita quotidiana di tutti e veicola messaggi potenti. Spesso i modelli proposti sono discriminatori e degradanti e vengono recepiti anche dai più giovani, che stanno costruendosi una propria immagine interiore e una propria rappresentazione degli adulti e dell'ambiente circostante. Una volta che tali stereotipi vengono assorbiti, diventa poi difficile innescare un processo virtuoso che favorisca l'evoluzione culturale della società. Viceversa, una pubblicità creativa e innovativa può contribuire all'evoluzione sociale nella direzione di una visione della donna più attuale e di una compiuta parità di genere.

"Crediamo che i creativi, i pubblicitari e le aziende committenti possano riuscire a trovare un modo più rispondente alla realtà di rappresentare le donne evitando di ricorrere alla volgarità e all'uso troppo spesso inappropriato del corpo femminile - spiega **Sergio Veroli**, presidente di Consumers' Forum - per questo ci impegniamo a promuovere il rispetto delle norme di autoregolamentazione e a valorizzare i messaggi commerciali corretti". Veroli annuncia anche l'istituzione di un premio per la migliore pubblicità dell'anno, che non solo non diffonda immagini volgari e offensive, ma che rifletta la modernità e la varietà del mondo femminile.

Le aziende che hanno firmato l'accordo con il Consumers' Forum aderiscono anche al "Manifesto responsabile dell'immagine femminile", lanciato dal **Comitato Pari o Dispare**, che ha in Emma Bonino il suo presidente onorario. Il "Manifesto" raccoglie e rilancia raccomandazioni e risoluzioni più volte espresse dalle Nazioni Unite e dal Parlamento europeo.

(03 aprile 2011)

MANIFESTO PER UN UTILIZZO RESPONSABILE DELL'IMMAGINE FEMMINILE

http://www.pariodispare.org/index.php?option=com_content&view=article&id=104:manifesto-per-un-utilizzo-responsabile-dellimmagine-femminile&catid=13:media-e-stereotipi&Itemid=29

Il "Manifesto" sottoscritto raccoglie e rilancia sostanzialmente raccomandazioni e risoluzioni più volte espresse dalle Nazioni Unite e dal Parlamento Europeo.

La pubblicità sui vari media è parte della vita quotidiana di tutti, e indirettamente propone modelli interessanti e di rilievo alla cittadinanza tutta, inclusi i minori, i quali stanno costruendosi una propria immagine interiore ed una propria rappresentazione degli adulti e dell'ambiente circostante. È quindi importante che la pubblicità si impegni responsabilmente a non trasmettere messaggi discriminatori o degradanti basati su una concezione stereotipata dei rapporti tra i due generi o messaggi che incitino alla violenza verso le donne. Lo stereotipo di genere è infatti controproducente nella famiglia, nella società, nello stesso mercato del lavoro, nelle professioni e carriere.

Una pubblicità creativa e innovativa può viceversa contribuire all'evoluzione sociale nella direzione di una più realistica ed attuale visione della donna e di una compiuta parità di genere.

Come:

§ Astenendosi dal proporre **immagini femminili riduttive** o in termini di intelligenza o in quanto associate a stereotipi limitati, ripetitivi e segreganti e promuovendo una diversificazione delle immagini che comprenda tagli, proporzioni, ed età differenti;

§ Dissuadendo da una **trasformazione esagerata dell'aspetto fisico** e dalla produzione di ideali estetici basati sulla finzione;

§ Astenendosi dal ridurre il ruolo femminile ad un **corpo esposto** a sproposito o non pertinente al contesto del prodotto/servizio promosso e **ridotto a merce** per l'appagamento di pulsioni sessuali;

§ Articolando le immagini proposte entro una varietà di registri e una **più moderna concezione dei ruoli**, rispetto sia alle donne che agli uomini, essendo lo stereotipo bilaterale;

§ Garantendo il **rispetto della dignità umana** e dell'integrità della persona, evitando messaggi che comportino discriminazioni dirette o indirette, o incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale, o contengano elementi che, valutati nel loro contesto, approvino e esaltino la violenza contro le donne.

CANZONE DI TENCO

<http://www.youtube.com/watch?v=Av0pA7d1hCE>