la Repubblica

Quotidiano

Data 04-09-2014
Pagina 25
Foglio 1 / 2

"Basta pubblicità sessiste e violente" Ora i sindaci possono oscurarle

CRISTIANA SALVAGNI

ROMA. I Comuni dichiarano guerra alla pubblicità sessista e violenta. Quella che con il messaggio "Giorgia, Celeste, Stella, Adriana. Provale tutte, una tira l'altra...", intende le varietà di ciliegia coltivate dai produttori locali, ma che in primo piano sul manifesto schiera ammiccanti ragazze in *lingerie* (una bionda, una nera, una rossa, una mora). Oppure lo spot dell'ottico che vicino al "Te la do gratis (la montatura)" mette una bella donna con gli occhiali. O ancora quella che ricorda i più feroci femminicidi: "Elimina tutte le tracce" assicura lo slogan di un panno per la casa tenuto in mano da un uomo stralunato, alle spalle un piumone da cui spuntano, nude e scomposte, un paio di gambe femminili.

D'ora in poi questi slogan ambigui o offensivi, usati per reclamizzare i prodotti più strampalati, dal gommista ("Revisionami", dice la donna discinta stesa sotto una macchina) al compro-oro ("Tu dove glielo metteresti?", accanto alle curve seminude di una *starlette* televisiva), avranno vita più difficile. Sono sempre di più i sindaci che dicono basta alla pubblicità discriminatoria a suon di delibere e modifiche al regolamento comunale.

L'ultimo caso è quello di Roma, che a metà agosto con il nuovo "piano cartelloni" ha proibito gli spot offensivi, pena la revoca per chi viola le norme della concessione. Ma anche Firenze ha inasprito nel giugno scorso le norme contro la discriminazione di genere nella pubblicità: al bando sono finite le immagini che alludono o inducono alla violenza e quei messaggi lesivi delle convinzioni morali, civili o religiose.

Così Ravenna nel suo statuto ha inserito un articolo che promuove la pari dignità tra uomo e donna, mentre la provincia di Catania ha disposto la rimozione lungo le strade dei manifesti offensivi e Bologna ha in cantiere un provvedimento che dovrebbe essere licenziato a breve.

«È un tema che indigna, sono tante le amministrazioni che vogliono correre ai ripari», conferma il delegato alle Pari opportunità dell'Associazione nazionale dei comuni italiani, Alessia De Paulis. L'ultima ondata di interventi segue a ruota il protocollo per la dignità della donna e la parità di genere siglato a marzo dall'Istituto di autodisciplina pubblicitaria e dall'Anci: un documento che offre a comuni, province e regioni alcune linee guida per intervenire in concreto su una questione che periodicamente fa scoppiare polemiche. Ma già Rimini, Milano, Arcore, Genova, Sesto San Giovanni e Galatina avevano fatto da apripista con iniziative simili.

Perché il tallone d'Achille della lotta alla pubblicità scorretta sono proprio le affissioni locali, che sfuggono ai controlli a cui sono sottoposte le concessionarie nazionali. Un ostacolo adesso scavalcabile: inserendo i principi dell'autodisciplina nel regolamento locale (no a immagini violente e stereotipi di genere, rispetto per dignità, parità e immagine di uomini e donne) le amministrazioni possono imporre le stesse regole ai concessionari locali e agli inserzionisti, sottoporre i casi ambigui alla valutazione della commissione Iap e oscurare gli spot ritenuti lesivi o negare l'affissione a chi trasgredisce.

«Fare scandalo è il classico mezzuccio usato da piccole agenzie marginali che con pochi mezzi catturano un'ampia attenzione — commenta la pubblicitaria Annamaria Testa — è il "purché se ne parli" inseguito e perseguito. Ma non bisogna cadere nella trappola: è meglio denunciarli allo Iap, organismo che valuta con competenza il confine tra cattivo gusto e discriminazione e può bloccare la comunicazione scorretta. Sconsiglio le denunce fai-da-te in Rete: rischiano di dare ulteriore visibilità a campagne censurabili e di fare il loro gioco».

> Slogan ambigui, offensivi usati per reclamizzare prodotti strampalati, dal gommista al compro-oro



PIÙ RISPETTO E DIGNITÀ
"La pubblicità deve escludere immagini violente e stereotipi di genere, tutelare la dignità e rappresentare uomini e donne rispettando l'evoluzione dei ruoli nella nostra società"

Codice abbonamento: 091070

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Diritti di Genere - Zeroviolenza.it

la Repubblica

Quotidiano

Data 04-09-2014
Pagina 25
Foglio 2 / 2

GLI ESEMPI

spot discriminatori: le regole che li vietano sono state approvate con una delibera della giunta nel giugno 2013



1

A ROMA
Nel piano cartelloni, varato in agosto, il Comune ha vietato gli spot offensivi o sessisti sui manifesti stradali, pena la revoca della concessione a chi trasgredisce

2

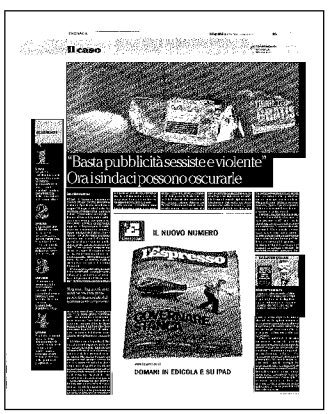
A FIRENZE
Giugno: con una delibera la giunta ha inasprito le norme contro la discriminazione. Al bando gli spot che inducono alla violenza o lesivi delle convinzioni religiose o civili

3

A BOLOGNA
Il Comune sta lavorando a un piano contro la pubblicità scorretta che verrà varato a breve: recepisce in pieno le norme a tutela della dignità dello lap

4

A MILANO
È stato tra i comuni apripista della rivolta contro gli


Il caso
"Basta pubblicità sessiste e violente" Ora i sindaci possono oscurarle
IL NUOVO NUMERO
DOMANI IN EDICOLA E SU IPAD

Codice abbonamento: 091070

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Diritti di Genere - Zeroviolenza.it