

ITALIA

La tutela dell'immagine femminile nella pubblicità, i dati del Protocollo DPO/IAP e i prossimi obiettivi

Si è riunito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento per le Pari Opportunità, il Comitato paritetico avente il compito di monitorare, sostenere e promuovere l'attuazione del Protocollo d'intesa per la tutela dell'immagine della donna in pubblicità sottoscritto tra il Dipartimento e l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria.

Il Comitato è costituito da tre rappresentanti del Dipartimento, le dott.sse Antonella Graziadei, Alessandra Sgroi, Luisa Tiberio, e da tre rappresentanti dello IAP, il dott. Vincenzo Guggino e gli avv.ti Elisabetta Mina e Carlo Orlandi.

Dal rinnovo del Protocollo d'Intesa, sottoscritto nel gennaio 2013, il Dipartimento Pari Opportunità ad oggi ha segnalato all'Istituto 14 messaggi ritenuti lesivi della dignità della donna, di cui 7 sono stati bloccati dal Comitato di Controllo IAP. Le procedure autodisciplinari di controllo sono state applicate con la massima celerità, permettendo che i casi più rilevanti si concludessero

in meno di 4 giorni.

Nello stesso periodo, i provvedimenti del Giurì e del Comitato di Controllo che hanno condotto al blocco di pubblicità che hanno leso l'immagine della donna sono stati 19, tra cui il messaggio relativo ad un panno in microfibra che "elimina tutte le tracce", che mostrava il corpo inanimato di una donna riversa a terra, o quello del succo di frutta dal gusto "pieno" che mostrava in primo piano il fondoschiena di una donna senza volto.

Invece 26 segnalazioni hanno condotto – espletata la relativa istruttoria – all'archiviazione.

I prossimi obiettivi che il Comitato si è dato sono:

1) Aumentare la conoscenza presso il pubblico dell'esistenza del Protocollo e degli strumenti di tutela dei cittadini messi a disposizione dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria contro la pubblicità che offende la dignità delle

donne.

2) Spingere i Comuni italiani ad applicare il Protocollo che lo IAP ha sottoscritto con l'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani - ANCI il 6 marzo scorso, al fine di ampliare la competenza dell'Autodisciplina anche su quelle affissioni che risultano talvolta escluse dal proprio ambito di competenza, per far sì che vengano adottati modelli di comunicazione commerciale che non contengano immagini o rappresentazioni lesive della dignità delle donne. Alcuni Comuni (ad esempio, Catania, Rimini, Ravenna, Milano, Arcore) si sono già attivati in tal senso, ma è opportuno che per ottenere la massima efficacia nel reprimere la pubblicità sessista ciò avvenga alla luce delle indicazioni previste dal Protocollo ANCI-IAP.

3) L'istituzione di un concorso per l'assegnazione di un premio alla pubblicità che abbia meglio rappresentato la figura femminile.

