

Donne e gioco d'azzardo così il Campidoglio vieta gli spot offensivi

- > I messaggi sessisti proibiti dal piano-cartelloni
- > “Toglieremo le concessioni a chi viola le norme”
- > Toscani: “Foto spesso insensate ma è sbagliato oscurarle”

AL BANDO il messaggio sessista dai muri di Roma. Via dai cartelloni pubblicitari sguardi ammiccanti, corpi di donne utilizzati per vendere prodotti ma anche tutte quelle réclame che invitano al gioco d'azzardo, a puntare nei casinò on line, a provare l'ebbrezza del poker virtuale. Col nuovo piano dei cartelloni del Campidoglio, scatta la stretta voluta

dalla giunta Marino. Nelle gare future per aggiudicarsi gli spazi pubblicitari verranno inserite le norme che vietano questo tipo di réclame. In caso di violazione, si potranno rescindere i contratti e rimuovere i cartelloni.

CILLIS, FAVALE E LODOLI
ALLE PAGINE II E III



Poster sessisti e réclame del poker il pugno duro del Campidoglio

Ecco tutti i messaggi al bando con le norme del piano-cartelloni

MAURO FAVALE

ADDIO doppi sensi, addio ammiccamenti, addio corpi di donne fotografati dall'alto, dal basso, di profilo. Ma addio anche a promesse di facili guadagni nei casinò virtuali, addio a più o meno noti croupier che dai manifesti invitano a entrare nei siti di scommesse, a provare l'ebbrezza del rilancio all'ultimosecondo dell'*all-in*, della "puntata totale" in una mano di *Texas hold'em*, il poker famoso in tutto il mondo. Sui muri di Roma, negli spazi dedicati ai cartelloni pubblicitari, non si vedranno più réclame di questo tipo: bandite da un emendamento inserito nel nuovo Prip, il Piano regolatore degli impianti pubblicitari, approvato qualche settimana fa dall'assemblea capitolina e sul quale Ignazio Marino gioca anche una partita simbolica.

«Nessuna pubblicità che comparirà sui muri di Roma potrà usare il corpo della donna come messaggio commerciale a solo scopo di propaganda — ha spiegato il sindaco in un'intervista a *Repubblica* due giorni fa — non si tratta di essere bacchettoni ma è una scelta di civiltà». Una scelta tradotta in un articolo del regolamento, il 12 bis: «È vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto contenga stereotipi e disparità di genere, veicoli messaggi sessisti, violenti o rappresenti la mercificazione del corpo femminile. È altresì vietata l'esposizione pubblicitaria il cui contenuto sia lesivo del rispetto delle libertà individuali, dei diritti civili e politici, del credo religioso, dell'appartenenza etnica, dell'orientamento sessuale e dell'identità di genere, delle abilità fisiche e psichiche».

Si disciplinano, così, le affissioni pubblicitarie in città coinvolgendo i concessionari degli spazi. Perché il regolamento verrà declinato all'interno delle future gare per occupare i cartelloni pubblicitari in città. Nei bandi verranno messe nero su bianco le prescri-

zioni presenti nel Prip (che riguardano anche il gioco d'azzardo) e la possibilità, in caso di gravi violazioni, di rescindere i contratti con i concessionari. Il controllo, però, non sarà "ex ante" ma "ex post". Il Campidoglio spera che già il nuovo regolamento valga da "dissuasore" per quegli slogan e quei *claim* più equivoci.

Nel caso in cui, dopo le affissioni, l'amministrazione comunale (allertata anche da cittadini o associazioni) ritenga che il messaggio sia lesivo di uno dei principi enunciati nel Prip ne può chiedere la rimozione o direttamente o attivando il "Gran giurì della pubblicità", un organo arbitrale istituito dal Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale. Resta, ovviamente, la possibilità di rivolgersi anche ai vari gradi della giustizia civile o amministrativa.

«Le associazioni di settore incontrate hanno accolto favorevolmente la nuova disciplina — ricorda l'assessore a Roma produttiva, Marta Leonori — La nostra città rifiuta qualsiasi tipo di discriminazione sia di genere, sia per le libertà civili e religiose e con questa regola testimonia questo suo carattere».

Soddisfatto anche il sindaco Marino: «Usare il corpo delle donne per vendere un prodotto commerciale, così come veicolare messaggi pubblicitari discriminatori o offensivi non è più tollerabile in una società moderna e inclusiva. Vogliamo sostenere e promuovere i valori fondanti di uno Stato laico, che intende coltivare e trasmettere un rispetto profondo delle persone e delle minoranze che, purtroppo ancora oggi, vengono talvolta mercificate, calpestate o offese».



IL CARTELLONE

La famosa pubblicità di "Fracomina" che comparve sui muri della città qualche anno fa. L'allora sindaco Gianni Alemanno polemizzò con la réclame e firmò un'ordinanza per rimuovere i cartelloni

