

No alla cultura del lolitismo o dei toyboys

Roma

«No alla cultura del lolitismo o dei toyboys. No ai messaggi sulla perfezione corporea a tutti i costi, pericolosa soprattutto per gli adolescenti: si pensi alle derive patologiche come l'anorexia. No all'adultizzazione dei bambini e dei ragazzi, soprattutto quando c'è un uso malizioso delle immagini dei più giovani». Con queste parole, Vincenzo Spadafora, Autorità Garante per l'infanzia e l'adolescenza, riassume gli aspetti più incisivi del Protocollo d'intesa firmato con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) presieduto

da Giorgio Florida, il quale sottolinea uno dei sensi profondi di questo atto: «La sottoscrizione del Protocollo va nella direzione di rendere più funzionali i rapporti tra l'Autodisciplina e alcuni rilevanti Organismi dello Stato, nel comune obiettivo di rendere la comunicazione commerciale migliore, sia nell'interesse dei cittadini, che di quello degli operatori». Un passo dunque importante per una maggiore tutela dei minorenni e per rendere ancora più responsabili tutti i soggetti che operano nella comunicazione commerciale. Il Protocollo arriva dopo altri documenti di rilevanza etico socia-

le e in particolare quello sottoscritto dallo IAP nel 2011 (rinnovato nel 2013) con il Ministero delle Pari opportunità e quello firmato con l'ANCI, l'Associazione Nazionale Comuni Italiani, entrambi mirati a rendere più efficace il controllo delle pubblicità ritenute lesive della dignità della donna. Ora si pensa a rafforzare la tutela di chi ha meno di 18 anni: il Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale - riconosciuto e rispettato dalla maggioranza degli operatori del settore - ha da sempre una norma specifica - l'art.11 - a tutela dei minori. L'Autorità garante ha voluto pe-

rò ricordare l'importanza di salvaguardare sempre e comunque i più giovani: questo Protocollo sensibilizza ancora di più gli operatori ad una maggiore attenzione della comunicazione commerciale sia quando è rivolta ai bambini, sia quando questi possono riceverla o esserne protagonisti. Un documento questo che avrà una ricaduta pratica, tangibile, come spiega Vincenzo Spadafora: «Il Protocollo è un buon esempio di collaborazione costruttiva fra pubblico e privato, perché se lo Iap ha dimostrato di essere in grado di attivare un controllo efficace della comunicazione commerciale, è anche vero che l'Authority è un punto d'osservazione competente e privilegiato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

The thumbnail shows a page from the Corriere Adriatico newspaper. It features several news articles, including one titled 'I trani erigenti' and another 'Lo chef Cedroni nel direttivo Fipe'. There is also a financial table at the bottom of the page with the heading 'ALESSANDRO SENSITIVO'.