

ALL'INTERNO

FIRMATO PROTOCOLLO D'INTESA TRA IAP E GARANTE PER L'INFANZIA E L'ADOLESCENZA

pag. 2

MINORI E COMUNICAZIONE COMMERCIALE

Firmato protocollo d'intesa tra Iap e Garante per l'Infanzia e l'Adolescenza

L'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria e l'Autorità Garante per l'Infanzia e l'Adolescenza hanno sottoscritto un Protocollo d'Intesa per favorire una comunicazione commerciale ancora più attenta ai bambini. "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'anoressia. No all'adultizzazione dei bambini e dei ragazzi, soprattutto quando c'è un uso malizioso delle immagini dei più giovani", ha commentato Vincenzo Spadafora, Garante per l'infanzia e l'adolescenza

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



za, riassumendo 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 importante, dunque, per una maggiore tutela dei minori e per rendere ancora più responsabili tutti i soggetti che operano nella

comunicazione commerciale. Il Protocollo arriva dopo altri documenti di rilevanza etico sociale 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 però 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 che avrà una ricaduta pratica, tangibile, perché "diventerà un nuovo strumento operativo per intervenire tempestivamente, insieme allo Iap, sulle comunicazioni commerciali lesive della dignità dei bambini e promuovere la cultura dei diritti dell'infanzia", conclude Spadafora.