

**COMMISSIONE
PER LA
REGOLAMENTAZIONE DELLE
PUBBLICITA'**

Preambolo

Una relazione del Parlamento Europeo “*Women and Girls as subjects of Media's Attention and Advertisement Campaigns: the Situation in Europe, Best Practices and Legislation 2013*” **evidenzia che esiste una correlazione fra la diffusione di immagini discriminatorie e lesive della donna sui media e gli atti di violenza fisica e morale sulle donne.**

La pubblicità offensiva rappresenta un ostacolo per la creazione di una società paritaria.

Gli alunni dell'ITCG Carlo Matteucci dopo attenta valutazione di alcune pubblicità in circolazione, estremamente offensive e riduttive dell'immagine femminile, hanno prodotto alcuni articoli per la disciplina della pubblicità, in ogni sua forma di diffusione, che lo Stato italiano dovrebbe adottare.

ARTICOLO 1

Il Presente codice di disciplina di ogni forma di pubblicità è vincolante per tutte le agenzie pubblicitarie, per tutte le testate giornalistiche e/o utenti e/o produttori della pubblicità in tutte le sue forme.

ARTICOLO 2

La pubblicità è comunicazione, diffonde linguaggi e valori che non devono essere stravolti con velati o diretti giochi di parole, allusioni ironiche, o immagini che legittimano il discredito della figura femminile.

ARTICOLO 3

Sarà creata “ LA COMMISSIONE PER LA PUBBLICITA’ DIGNITOSA “ incaricata di valutare la correttezza del messaggio che le pubblicità trasmettono.

La Commissione avrà una sede centrale in Roma, ed una sottocommissione in ogni regione. Ciascuna Commissione (centrale e regionale) sarà composta da 20 membri: 10 donne e 10 uomini di cui 8 aventi età compresa tra 18 e 35 anni.

I più giovani saranno eletti negli atenei Universitari, gli altri saranno scelti fra giuristi, esperti di comunicazione e psicologi. La durata dell’incarico è fissata in tre anni e gli stessi membri saranno rieleggibili solo una volta.

ARTICOLO 4

La dignità delle DONNE, in quanto madri, mogli, sorelle, figlie, lavoratrici o semplicemente donne è Inviolabile.

Nessuno stato di livello culturalmente elevato, che vuole definirsi democratico può accettare che l'immagine femminile venga ridicolizzata, fraintesa, sminuita, emarginata a puro oggetto di piacere, attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione di massa.

ARTICOLO 5

Non vi può essere autorizzazione a pubblicare manifesti, o a trasmettere pubblicità di qualunque tipo e/o con qualunque mezzo di comunicazione che abbia palesi fini sessisti, che ritragga immagini assolutamente non inerenti all'oggetto che si sta pubblicizzando, che si usino corpi di donna nudi o seminudi, o in atteggiamenti assolutamente ammiccanti o equivoci, con l'unico scopo di attirare l'attenzione morbosa dei consumatori.

ARTICOLO 6

Sarà compito della detta Commissione Nazionale e delle sottocommissioni regionali vigilare sulla correttezza della pubblicità, con controllo preventivo.

Almeno 30 giorni prima dell'immissione sul mercato la pubblicità dovrà essere sottoposta al visto della sottocommissione locale, in caso di parere negativo potrà essere adita la Commissione Nazionale .

La Commissione Nazionale concorderà con le sottocommissioni regionali i criteri univoci di valutazione e accettazione dei messaggi pubblicitari.

Le pubblicità immesse sul mercato senza il predetto visto, che saranno ritenute contrarie alla dignità e all'immagine femminile, saranno sottoposte al controllo diretto della Commissione Nazionale, che provvederà secondo i poteri sanzionatori di cui all'articolo successivo.

ARTICOLO 7

Sarà nei poteri della Commissione Nazionale bloccare la divulgazione delle pubblicità sessiste o immesse sul mercato senza il visto, quindi applicare una sanzione economica all'Ente erogatore e/o il responsabile della medesima da € 10.000,00 a € 25.000,00 secondo la gravità del messaggio trasmesso, con obbligo per il medesimo di pubblicare - con gli stessi mezzi utilizzati per la pubblicità ritirata - un messaggio di scuse diretto a tutti i cittadini e, in particolare alle donne, per aver utilizzato una pubblicità inadeguata/offensiva/volgare.

Qualora il messaggio sessista risultasse gravemente offensivo, è previsto un provvedimento estremo che stabilisca la temporanea chiusura della testata giornalistica, o del sito, o dell'agenzia di pubblicità o comunque dell'ente erogatore del messaggio pubblicitario, per almeno una settimana.

GLI ALUNNI DELL'ITCG MATTEUCCI Roma