

STOP AGLI STEREOTIPI, ACCORDO TRA PUBBLICITARI PER UN'IMMAGINE "AMICA" DELLA DONNA

Mai più messaggi pubblicitari discriminatori e o degradanti per le donne basati sul genere e gli stereotipi di genere. Questo il fulcro della lettera d'intenti firmata oggi a Milano, in occasione della terza edizione del Premio immagini amiche, da ADICI, Federpubblicità TP, Unicom.

Si tratta di un importante successo raggiunto proprio grazie al Premio immagini amiche, l'iniziativa promossa dal Parlamento Europeo e dall'Udi, in collaborazione con la Commissione europea, volta proprio a valorizzare una comunicazione che, al di là degli stereotipi, veicoli messaggi creativi positivi.

Nella lettera d'intenti i firmatari "si impegnano, nell'esercizio della propria professione, ad evitare di commissionare, ideare realizzare e diffondere qualsiasi genere di rappresentazione che possa essere considerata stereotipata, degradante o discriminatoria o che sfrutti l'esposizione mediatica di parti del corpo della donna senza alcuna correlazione con il prodotto promosso".

"Quando tre anni fa abbiamo dato vita con il Parlamento europeo e l'Udi al Premio Immagini amiche - ha detto Daniela Brancati presidente del premio - abbiamo fatto una scommessa: far capire a pubblicitari e committenti che la comunicazione può essere al tempo stesso molto efficace e socialmente responsabile. Responsabile verso tutti perché un'offesa recata alle donne fa arretrare l'intera società. Oggi penso di poter dire che abbiamo raggiunto un primo e importante risultato anche se c'è ancora molto da fare. A questo punto aspettiamo la firma anche dei committenti"

Milano 1 marzo 2013