

## PUBBLICITA', UDI E PARLAMENTO UE PREMIANO QUELLE NON SESSISTE

Non servono leggi o censure, per non avere più pubblicità sessiste sarebbe sufficiente un codice di autoregolamentazione che venga rispettato e che le decisioni su eventuali sanzioni vengano prese da un ente giudicante composto da donne che abbiano la sensibilità giusta per le politiche di genere. La senatrice Cecilia Guerra, ex ministra per le Pari opportunità e la giornalista e scrittrice Daniela Brancati e la responsabile nazionale dell'Udi Vittoria Tola si sono dette d'accordo sulla necessità di puntare su una riforma dello IAP, l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, più che sulle varie proposte di legge presentate al Senato.

È quanto emerso nel corso dello svolgimento della quarta edizione del Premio Immagini Amiche, l'iniziativa promossa dall'Udi e dal Parlamento Europeo, in collaborazione con il Comune di Venezia, volta a valorizzare una comunicazione che, al di là degli stereotipi, veicoli messaggi creativi positivi.

La cerimonia di premiazione, condotta dall'attrice Giorgia Cardaci, (in nero e con le scarpe rosse stesso look usato nei racconti di "Ferite a morte", lo spettacolo di Serena Dandini contro la violenza sulle donne), si è svolta il 10 marzo a Venezia nello splendido scenario dell'Ateneo veneto, in una sala gremita soprattutto di giovani.

La giuria, composta oltre che dalla presidente Daniela Brancati e da Vittoria Tola, da Clara Albani, cofondatrice del premio, da Bruno Marasà, dell'Ufficio italiano del Parlamento europeo, dalla ricercatrice Monia Azzalini, dalle docenti universitarie Milly Buonanno e Gioia Di Cristofaro Longo, da Serena Ballista dell'Udi, dalla scrittrice Loredana Lipperini e dall'esperta in comunicazione d'impresa Valeria Monti, ha decretato i seguenti vincitori:

San Crispino, per pubblicità televisiva, la campagna del Ministero delle Pari Opportunità Riconosci la violenza a pari merito con la campagna Meno giallo più rosa per le affissioni, Rai news 24 e per la televisione; Novolac e "In genere" per il web, Formia come città virtuosa, l'Istituto Venturi di Modena e l'Istituto Vaccarini di Catania, per quanto riguarda le scuole.

Accanto al premio della giuria quello decretato dal popolo del web che si è espresso votando online sul sito [www.premioimmaginiamiche.it](http://www.premioimmaginiamiche.it) e che ha visto vincitori

Edison per la pubblicità televisiva, Avon Cerchi d'acqua per le affissioni e per la pubblicità cartacea, ancora Rai news 24 per la televisione e Toponomastica femminile per il web.

Presente alla premiazione l'assessora alle Pari opportunità al Comune di Venezia, Tiziana Agostini che ha ricevuto un riconoscimento per l'impegno che il Comune ha profuso negli anni a favore del Premio e della comunicazione amica delle donne.

Presente anche se a distanza la presidente della Camera Laura Boldrini che, non potendo partecipare per motivi istituzionali, ha voluto mandare un videomessaggio nel quale ha ribadito il suo impegno contro le pubblicità e il linguaggio sessista, confermando la sua sensibilità alle tematiche di genere.

Nel corso della cerimonia Pasquale Diaferia, vincitore con "Meno giallo più Rosa", assieme alla consigliera per le pari opportunità della Regione Puglia Serenella Molendini, ha illustrato il kit della campagna che delimita con un nastro rosa i luoghi che escludono le donne e che le hanno viste vittime di violenza fisica e morale, annunciando che sarà a disposizione di

tutti i comuni intenzionati a utilizzarlo.

“Da quattro anni portiamo avanti una battaglia tenace per una pubblicità consapevole e rispettosa - ha detto la presidente del premio Daniela Brancati - da quando è partito il premio ci sono stati dei progressi visibili, anche se non ancora soddisfacenti. I pubblicitari ci hanno dimostrato grande attenzione, le loro associazioni più rappresentative hanno sottoscritto con noi lo scorso anno a Milano un accordo per bandire le pubblicità sessiste. Non basta, andremo avanti per far crescere una cultura diversa. Per questo il nostro obiettivo principale è lavorare sulle aziende committenti, quelle che hanno il potere di decidere le linee culturali e commerciali della loro pubblicità. La nostra linea è mostrare con esempi di successo che non serve mortificare le donne per far notare la propria comunicazione, basta lavorare di creatività”.

L'edizione di quest'anno è stata caratterizzata da una massiccia partecipazione delle scuole che ha messo in difficoltà la giuria nel decretare i vincitori vista la qualità dei lavori segnalati. Alla fine è stato scelto l'Istituto Vaccarini di Catania, da anni impegnato sul tema e già finalista nella precedente edizione e il Venturi di Modena autore di quattro video incentrati sul tema della violenza e una serie di cartoline contro gli stereotipi di genere.

Presenti alla premiazione oltre alle scuole vincitrici anche i ragazzi del liceo Benedetti di Venezia, Bruno di Mestre e Masotto di Noventa Vicentina che hanno partecipato attivamente alla cerimonia.

Partecipazione molto sentita anche da parte dei comuni: ha vinto Formia, ma anche qui la scelta non è stata facile.

“Il fatto che ben 150 città abbiano aderito al progetto, rifiutandosi di dare l'autorizzazione ad affiggere manifesti contenenti pubblicità lesive per la donna, e obbligandone la rimozione nei casi che sfuggono al controllo preventivo delle amministrazioni comunali - ha aggiunto Vittoria Tola, responsabile dell'UDI Unione donne in Italia - è una grande vittoria che possiamo ascrivere alla nostra campagna di sensibilizzazione”.

Roma 10 marzo 2014