



Lista Civica “FRAZIONI e CASTELFRANCO”

Castelfranco Emilia, li 14 gennaio 2015

Gruppo Consigliare

Lista Civica FRAZIONI e CASTELFRANCO

- Al Presidente del Consiglio Comunale di Castelfranco Emilia
- Al Sindaco del Comune di Castelfranco Emilia
- Agli Assessori competenti del Comune di Castelfranco Emilia

ORDINE DEL GIORNO del 14 gennaio 2015

Oggetto: ORDINE DEL GIORNO PER PROMUOVERE I PRINCIPI DI AUTODISCIPLINA DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE IN MATERIA DI PUBBLICITÀ DISCRIMINATORIA E LESIVA DELLA DIGNITÀ DELLA PERSONA

Il Consiglio Comunale di Castelfranco Emilia

premessato che

- Il dibattito intorno alla pubblicità sessista si è intensificato nel nostro paese così come nel resto del mondo e che la sensibilità dell'opinione pubblica è cambiata ed è più attenta a questi temi; istituzioni internazionali e nazionali si sono espresse negli ultimi venti anni nella direzione di richiedere un deciso cambiamento dell'immagine della donna nei media tenendo conto dei mutamenti intervenuti nella società contemporanea, promuovendo una immagine equilibrata e non stereotipata nei media;

- la IV Conferenza Mondiale della Donna organizzata dalle Nazioni Unite (Pechino 1995) ha posto l'accento sulla perdurante diffusione di immagini femminili negative e degradanti nei mezzi di comunicazione di massa in quanto la maggioranza dei paesi non fornisce una rappresentazione equilibrata della diversità della vita delle donne e del loro contributo alla società in un mondo in trasformazione;

- il Parlamento Europeo nel 2002 ha dedicato la propria Raccomandazione 1555 al tema dell'immagine della donna nei media equiparando il concetto di sessismo a quello di razzismo e sollecitando leggi sull'uguaglianza di genere nei media e la promozione di codici di autoregolamentazione su donne e media;

- nel 2005 la 49° sessione della Commissione ONU sulla condizione della donna (CSW) ha rinnovato l'impegno assunto dieci anni prima a Pechino di fronte al perdurare di disuguaglianze e discriminazioni di genere in ogni società;

- la Risoluzione del Parlamento Europeo del 2008 sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini considera che la pubblicità sui media è parte della vita quotidiana di tutti e che è particolarmente importante introdurre norme giuridiche o codici di condotta tesi ad impedire la trasmissione di messaggi discriminatori o degradanti basati sugli stereotipi di genere o che incitano alla violenza;

considerato che

la Convenzione di Istanbul è entrata in vigore nel nostro Paese il 1 agosto 2014 - Convenzione del Consiglio d'Europa sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica prevede l'impegno a promuovere il rispetto della dignità della persona e il contrasto dei ruoli di genere stereotipati nei mass media;

rilevato che

nel 2013 il Ministro del lavoro e delle politiche sociali con delega alle pari opportunità ha sottoscritto un Protocollo d'Intesa con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per l'attuazione di forme di collaborazione e l'impegno a denunciare, anche su segnalazione dei cittadini, le comunicazioni commerciali che ritenga lesive della dignità della donna o che contengano immagini o rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitano ad atti di violenza sulle donne.

verificato che

il 6 marzo 2014 ANCI ha sottoscritto un Protocollo di Intesa con l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) per attuare forme di collaborazione affinché gli operatori di pubblicità ed i loro utenti:

- adottino modelli di comunicazione che non contengano immagini e rappresentazioni di violenza contro le donne o che incitano ad atti di violenza sulle donne;
- tutelino la dignità della donna, rispettino il principio di pari opportunità e diffondano valori positivi sulla figura femminile;
- siano attenti alla rappresentazione dei generi, rispettosi delle identità di donne e uomini, coerenti con l'evoluzione dei ruoli nella società; evitino il ricorso a stereotipi di genere.

considerato che

il Protocollo ANCI/IAP intende ampliare l'efficacia del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, spingendo gli inserzionisti pubblicitari che utilizzano le affissioni locali ad adottare modelli di comunicazione ispirati al rispetto della dignità della donna e del principio di pari opportunità.

considerato inoltre che

ANCI invita i Comuni a regolamentare la disciplina della pubblicità e delle pubbliche affissioni nella direzione espressa dall'Intesa ed ha fornito indicazioni sui possibili dispositivi che le amministrazioni potrebbero attuare.

Visto

il Protocollo d'Intesa “DONNE E Media” sottoscritto da Regione Emilia Romagna, CoReCom, Università degli Studi di Bologna e associazioni di categoria il 25 marzo 2014 per promuovere una rappresentazione rispettosa del genere femminile nell'ambito dell'informazione e della comunicazione;

considerato che

la Legge Regionale n. 6 “Legge quadro per la parità e contro le discriminazioni di genere” approvata il 25 giugno 2014 dedica il Titolo VIII alla rappresentazione femminile nella comunicazione e ritiene fondamentale promuovere un uso responsabile, di tutti gli strumenti di comunicazione fin dai primi anni di vita, affinché i messaggi, sotto qualunque forma e mezzo espressi, discriminatori o degradanti, basati sul genere e sugli stereotipi di genere siano compresi, decodificati e superati.

considerato inoltre che

la Regione, attraverso il CORECOM nei casi di utilizzo offensivo o discriminatorio dell'immagine della donna si fa parte attiva per segnalare ai soggetti competenti la presenza di comportamenti non conformi ai codice dell'autodisciplina della comunicazione commerciale.

Dato atto

delle esperienze già avviate sul tema da altri comuni quali Milano, Catania e Bologna;

dato altresì atto

dell'ordine del giorno approvato dal Consiglio Comunale di Castelfranco Emilia il 2/2/2011 avente ad oggetto "CITTA' LIBERE DALLE PUBBLICITA' LESIVE DELLA DIGNITA' DELLA DONNA" con il quale il Consiglio comunale impegnava Sindaco e Giunta:

- 1) ad accogliere l'iniziativa promossa dal coordinamento nazionale Udi, città libere dalla pubblicità lesiva della dignità della donna, nonché da quelle delle associazioni impegnate nella tutela delle donna,*
- 2) a dichiarare il Comune di Castelfranco Emilia città libera dalla pubblicità offensiva della dignità della donna,*
- 3) a promuovere una adeguata pubblicizzazione e comunicazione sia sul territorio comunale sia al di fuori dello stesso, nelle sedi opportune della adesione del Comune di Castelfranco Emilia all'iniziativa di cui al punto 1 e la dichiarazione di cui al punto 2,*
- 4) a dare adeguata attuazione alla adesione di cui al punto 1 e alla dichiarazione di cui al punto 2 attraverso un impegno a che nessun materiale inerente iniziative collegate o patrocinate dall'ente e nessuna pubblicazione sui propri mezzi di informazione e comunicazione, sito periodico di informazione, sia veicolo di tali stereotipi avvilenti per la dignità delle donne,*
- 5) a chiedere agli organi di governo nazionale e regionale per quanto di competenza l'attuazione della risoluzione comunitaria numero 2038 del 3 settembre 2008 del Parlamento europeo sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra uomini e donne, che indica come inammissibile il modello pubblicitario lesivo verso il genere femminile chiedendo agli Stati membri di adeguare decretazioni e leggi in tal senso,*
- 6) ad accogliere la campagna promossa dal coordinamento nazionale dell'Udi immagine amica sostenendo la moratoria della pubblicità lesiva della dignità di genere e a adottare provvedimenti idonei a salvaguardare l'immagine e la dignità umana.*

Tutto ciò premesso, il Consiglio Comunale di Castelfranco Emilia

INVITA IL SINDACO E LA GIUNTA

- A promuovere i principi del codice di autodisciplina della comunicazione commerciale in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della persona, contenuti nel protocollo d'intesa sottoscritto dall'ANCI e lo IAP, Istituto di Autodisciplina Pubblicitario, nel marzo 2014

- A proporre al Consiglio Comunale le modifiche ai Regolamenti comunali in materia di pubblicità, con clausole che prevedano l'accettazione delle norme del codice di autodisciplina da parte dei gestori degli impianti pubblicitari comunali, anche al fine di dissuadere i diversi soggetti interessati dal promuovere la pubblicità lesiva della dignità delle persone

INVITA INOLTRE

Il Parlamento Italiano - a cui il presente ordine del giorno verrà trasmesso - a colmare l'attuale voto normativo, legiferando in materia di prevenzione e contrasto di ogni forma di comunicazione e pubblicità commerciale discriminatoria, sessista e lesiva della dignità della persona.

Firmato:



Silvia Santunione

Capogruppo Lista Civica FRAZIONI e CASTELFRANCO