

Manifesto per un utilizzo responsabile dell'immagine femminile

I firmatari aderiscono, nel quadro di un impegno di Corporate Social Responsibility, al “Manifesto per un utilizzo responsabile dell'immagine femminile”, promosso dal Comune di Siena, al fine di consolidare modelli di comunicazione ispirati al rispetto della dignità della donna e del principio di pari opportunità.

I firmatari sono consapevoli che la pubblicità sui vari media, essendo parte della vita quotidiana di tutti e svolgendo conseguentemente un ruolo importante nella cultura della società di massa, propone modelli di comportamento e valori alla cittadinanza che possono avere conseguenze sul modo di concepire l'essere umano, le relazioni affettive e gli equilibri fra uomini e donne nella vita pubblica e privata.

Sono consapevoli altresì che detta influenza è tanto più forte nei confronti dei minori, che sono particolarmente vulnerabili nella fase di crescita in cui costruiscono una propria immagine interiore ed una propria rappresentazione degli adulti e dell'ambiente circostante.

Per questo ritengono importante che la pubblicità si impegni responsabilmente a non trasmettere messaggi discriminatori o degradanti basati su una concezione stereotipata dei rapporti tra uomo e donna o messaggi che incitano alla violenza verso le donne.

I firmatari sono d'accordo che l'uso dello stereotipo di genere in pubblicità contribuisce a creare nella società un sostrato culturale ancorato a schemi comportamentali e relazionali arretrati e discriminatori e ad avere conseguenze negative sulla famiglia, sulla vita sociale, sullo stesso mercato del lavoro, sulle professioni e carriere e sullo sviluppo economico della comunità.

I firmatari ritengono che una rappresentazione delle donne moderna, articolata, che rifletta le molteplici facce della realtà femminile attuale, rispettosa della dignità della persona, possa invece contribuire allo sviluppo del paese e a creare un miglior dialogo con le consumatrici e i consumatori.

Non intendono perciò associare il proprio marchio a messaggi discriminatori o degradanti, siano essi espressi in forme dirette o indirette, tramite immagini o slogan, basati su stereotipi di genere, o che possano indurre una qualsiasi forma di violenza contro le donne.

Si impegnano pertanto a fare scelte coerenti con tali presupposti nelle proprie campagne e iniziative pubblicitarie, a rispettare i principi enunciati dal codice di autodisciplina pubblicitaria IAP e a promuovere una pubblicità creativa, innovativa e utile a contribuire all'evoluzione socio-culturale nella direzione di una visione della donna più realistica, attuale e paritaria anche fra i propri clienti e/o associati e/o iscritti..

Nello specifico si impegnano a:

- garantire il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona, evitando messaggi che comportino discriminazioni dirette o indirette o incitamento all'odio o contengano elementi che, valutati nel loro contesto, approvino e esaltino la violenza contro le donne;
- astenersi dal proporre slogan sessualmente allusivi e dal ridurre i corpi umani a mero oggetto sessuale, da abbinare a un prodotto in modo incongruo e pretestuoso, al solo scopo di rendere quest'ultimo desiderabile sulla base di allusioni o stimoli sessuali;
- articolare le immagini e gli slogan entro una varietà di registri e una più moderna concezione dei ruoli, rispetto sia alle donne che agli uomini, essendo lo stereotipo bilaterale;
- astenersi dal proporre immagini femminili riduttive o in termini di intelligenza o in quanto

associate a stereotipi limitati, ripetitivi e segreganti;

– promuovere una diversificazione delle immagini femminili e maschili che comprenda tagli, proporzioni ed età differenti senza propagandare un'unica tipologia di immagine e senza proporre un canone estetico che celebri la bellezza quale valore assoluto.