

LA GIUNTA COMUNALE

Premesso che con nota acquisita al prot. n.21605 del 31.05.2010 la Responsabile territoriale dell'UDI – Unione Donne in Italia – ha chiesto a questo Comune di aderire all'iniziativa promossa dall'UDI nazionale " Immagini amiche" e deliberare per una città libera da immagini lesive della dignità delle donne;

Considerato che le risoluzioni approvate dal Parlamento Europeo in merito alla discriminazione della donna nella pubblicità (A4-0258/1997 e A6-0199/2008) evidenziano come la pubblicità alimenta e consolida gli stereotipi di genere e l'impatto negativo del marketing e della pubblicità sulla parità tra uomini e donne (2008/2038INI);

che l'adesione alla Carta Europea per l'uguaglianza e la parità delle donne e degli uomini all'art.6, comma 1 prevede l'impegno a "neutralizzare e a prevenire, per quanto possibile, pregiudizi, azioni, utilizzo di espressioni verbali e di immagini basate sull'idea della superiorità o dell'inferiorità dell'uno o dell'altro sesso, e/o il perpetuarsi di ruoli femminili e maschili stereotipati;

Dato atto che l'iniziativa dell' UDI coinvolge Associazioni e Amministrazioni locali in un'azione condivisa per contrastare la pubblicità che offende le donne e gli stereotipi femminili;

Ritenuto di condividere i contenuti delle risoluzioni europee rilanciati dalla campagna dell'UDI ed in particolare:

- che troppo spesso gli stereotipi sulle differenze di genere, proposte dalla pubblicità, presentano i corpi delle donne come oggetti, e che la riduzione dell'essere umano ad oggetto espone l'individuo alla violenza e all'offesa;
- che finalità specifica delle politiche per la parità di genere sia il porre in essere azioni per evitare la diffusione di messaggi che strutturano e consolidano le discriminazioni di genere e il perpetuarsi delle ineguaglianze tra uomo e donna;
- che, poiché pubblicità e marketing, oltre a riflettere la cultura contribuiscono a crearla, è opportuno evitare che le persone subiscano, a qualunque età, anche involontariamente, l'esposizione a messaggi oggettificanti e stereotipizzanti;
- che la pubblicità impostata sugli stereotipi favorisce le discriminazioni in quanto tende a "classificare" le persone in ruoli predefiniti emarginando gli "altri";
- che è fondamentale che la pubblicità sui media sia disciplinata da norme etiche e/o giuridiche vincolanti che proibiscano pubblicità che presentano stereotipi di genere o che incitano al sessismo e alla violenza;
- che la rimozione di messaggi che ledono la dignità umana e che contengono stereotipi di genere può contribuire alla realizzazione di una società moderna e paritaria;
- che è necessario un impegno concreto di tutta la società nelle diverse espressioni di rappresentanza e di partecipazione popolare per contrastare la pubblicità ed in genere le immagini offensive che violano la dignità del genere femminile;

Preso atto che la Comunità Europea

⇒ sottolinea l'importanza del rispetto da parte degli Stati membri degli impegni assunti in virtù del Patto europeo per la parità di genere (approvato in sede del Consiglio europeo del 23 e 24 marzo 2006;

⇒ invita le istituzioni dell'UE a monitorare sull'attuazione delle vigenti disposizioni di diritto europeo in materia di discriminazione sessuale e di incitamento all'odio basato sul sesso;

⇒ invita le istituzioni dell'UE e gli Stati membri a lanciare in tutta l'Unione campagne di sensibilizzazione a tolleranza zero verso gli insulti a sfondo sessista o le immagini degradanti della donna sui media;

⇒ constata che gli sforzi volti a combattere gli stereotipi di genere nei media e nella pubblicità dovrebbero essere affiancati da strategie e misure educative per sensibilizzare i bambini fin dall'infanzia e per sviluppare il senso critico fin dall'età adolescenziale;

⇒ insiste sul ruolo fondamentale che deve svolgere il sistema scolastico per lo sviluppo nei bambini di uno spirito critico verso l'immagine e i media in generale, onde prevenire gli effetti estremamente negativi prodotti dal persistere di stereotipi sessisti nel marketing e nella pubblicità;

⇒ constata che è necessario mettere in discussione la suddivisione tradizionale dei ruoli per poter conseguire la parità tra i sessi;

Tutto ciò premesso;

Visti i pareri favorevoli espressi ai sensi dell'art.49 del D. Lgs. 267/2000;

Con votazione unanime resa nei modi di legge;

DELIBERA

Per le motivazioni indicate in premessa e che qui si intendono integralmente riportate;

· di aderire all'iniziativa promossa dall'UDI – Unione Donne in Italia – per una città libera da immagini lesive della dignità delle donne;

· di impegnarsi a svolgere azione di sensibilizzazione nell'attuazione della risoluzione Comunitaria 2038 del 3 settembre 2008 del Parlamento Europeo sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini, che indica come inammissibile il modello pubblicitario lesivo verso il genere femminile;

· di dare la massima pubblicità al presente atto, al fine di coinvolgere i cittadini a vigilare affinché immagini lesive e discriminatorie della dignità di genere, non trovino accoglienza in questa Città, riservandosi di adottare successivi idonei specifici provvedimenti.