

CONSUMER FORUM

Donne e pubblicità: la ricetta dell'Adci

ARRIVA IL MANIFESTO DEONTOLOGICO DEL CLUB PER I PUBBLICITARI ITALIANI

E' ora di passare dalle parole ai fatti, mettendo sotto controllo non solo quella parte di pubblicità che spesso banalizza la donna mostrandone solo il corpo, ma anche i responsabili dei palinsesti televisivi, che propongono generi e trasmissioni per certi versi peggiori della pubblicità. Questo non solo in un'ottica di salvaguardia della credibilità del settore pubblicitario, facilmente messo sotto accusa, ma per concorrere concretamente all'affermazione di modelli rispettosi e moderni di intendere ruolo e figura della donna nella nostra società. E' quanto emerso ieri a Roma nel corso del dibattito, promosso da **Consumer Forum**, su 'Il consumo dell'immagine della donna'. Un'occasione per sentire da un lato le posizioni di molte autorità defilate (si pensi all'Antitrust e all'Autorità per le comunicazioni ma che invece lo Iap presidia con rigore e fermezza), ma anche, dall'altro, il **Manifesto Deontologico dell'Art Directors Club Italiano**. Il Manifesto - come hanno spiegato il presidente dell'associazione, **Massimo Guastini**, con



ANNAMARIA TESTA

Annamaria Testa vuole rappresentare una prima dimostrazione pubblica dell'impegno che l'**Adci** è pronto ad assumersi al fianco delle istituzioni per promuovere un cambiamento positivo nella comunicazione pubblicitaria. Otto i principi invocati a cui fare riferimento: onestà, bellezza, appropriatezza, rispetto, correttezza, stereotipi, intelligenza e pudore. Oltre a diffondere il Manifesto Deontologico, l'Adci realizzerà una campagna di sensibilizzazione sull'argomento 'Rispetto della dignità della donna in pubblicità'. Un impegno che va nella direzione, a parole più volte auspicata, di



MASSIMO GUASTINI

una più stretta collaborazione nel progettare e realizzare campagna pubblicitaria tra inserzionisti e agenzie, cercando insieme di promuovere modelli che rispettino la donna. Il manifesto è stato scritto da Pasquale Barbella, Massimo Guastini, Maurizio Ratti e Annamaria Testa e visto dai past president Adci Fritz Tschirren, Gavino Sanna, Aldo Biasi, Franco Moretti, Milka Pogliani, Lele Panzeri, Maurizio Sala, Marco Cremona. Da più parti è stato ricordato come il lavoro dello Iap sia uno strumento necessario e opportuno sia per la tempistica d'intervento sia per la competenza creatasi in



PASQUALE BARBELLA

oltre 45 anni di lavoro. Tutela dell'immagine, è stato ricordato da Vincenzo Guggino, segretario generale dello Iap, da intendersi in molteplici forme, non solo dal punto di vista dell'uso del corpo ma anche per il ruolo che essa può assumere nella nostra società. Un tema, quindi, che vede sempre più sensibili anche le imprese, consumatori e agenzie, tutti con lo sguardo volto al prezioso lavoro dello Iap. (F.U.)

CLICCA QUI

per guardare la videointervista a Massimo Guastini e ad Annamaria Testa