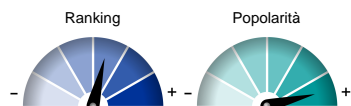


Articolo pubblicato sul sito Helpconsumatori.it

help
consumatori
L'agenzia delle Associazioni

Più : www.alex.com/siteinfo/Helpconsumatori.it



Estrazione : 11/04/2011 13:16:00
Categoria : Lifestyle
File : piwi-3-2-97905-20110411-18505298.pdf
Audience :

<http://c.moreover.com/click/here.pl?z4496495099&z=1250249485>

INFORMAZIONE. Donne e pubblicità, Veroli (Consumers' Forum): "Impegno di civiltà"

Bilancio a bocce ferme dell'iniziativa realizzata da Consumers' Forum sulla rappresentazione femminile in pubblicità: c'è ancora tanto da fare e soprattutto serve una presa di coscienza collettiva di donne e uomini che vada oltre la mera indignazione, perché la dignità femminile della donna fatta corpo nudo e spezzettato nelle pubblicità è un terreno d'impegno altrettanto importante di quello relativo, solo per fare un esempio, alla sicurezza dei prodotti.

"Ne va della civiltà e della cultura del nostro Paese", afferma Sergio Veroli, presidente di Consumers' Forum.

Come è nata l'idea della Carta degli impegni per la pubblicità che rispetti la dignità della persona, e dunque della donna? È nata dall'indignazione di tutti i partecipanti a Consumers' Forum, associazioni e aziende.

Abbiamo capito che c'era una situazione drammatica su come alcune aziende si rapportassero ai consumatori con la pubblicità, una situazione forse unica nel panorama europeo.

Si è così pensato a un'iniziativa che avesse due obiettivi: il primo è di fare un'analisi attenta della pubblicità e dei motivi per cui c'era un certo tipo di pubblicità; si è poi pensato di fare qualcosa in positivo, non solo di indignarci ma anche di operare con un impegno delle aziende per evitare questo tipo di pubblicità.

C'è stato su questo un protocollo fra l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria e il Ministro delle Pari Opportunità.

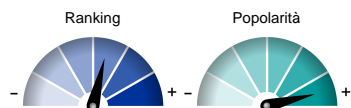
Come associazioni, accanto ai motivi di protesta, denuncia e discussione sulla sicurezza dei prodotti, sui prezzi, sulle truffe, ci può essere una denuncia forte verso quelle aziende che ledano la

The screenshot shows the Helpconsumatori website interface. The main article title is "INFORMAZIONE. Donne e pubblicità, Veroli (Consumers' Forum): 'Impegno di civiltà'". The article text discusses the Consumers' Forum's initiative on female representation in advertising, highlighting the need for a collective awareness beyond mere indignation. It mentions Sergio Veroli, president of Consumers' Forum, and the creation of a Charter of commitments for advertising that respects the dignity of the person and the woman. The article also touches upon the role of the Autodisciplina Pubblicitaria and the Ministry of Equal Opportunities.

Articolo pubblicato sul sito Helpconsumatori.it



Più : www.alex.com/siteinfo/Helpconsumatori.it



Estrazione : 11/04/2011 13:16:00
 Categoria : Lifestyle
 File : piwi-3-2-97905-20110411-18505298.pdf
 Audience :

<http://c.moreover.com/click/here.pl?z4496495099&z=1250249485>

dignità delle donne con la loro pubblicità.

Annamaria Testa ci ha detto che "la pubblicità fa fatica a innovare nel momento in cui la società è bloccata". Anche da un tema come la pubblicità si passa alla dibattuta questione della scarsa rappresentanza femminile sia in politica sia nelle aziende...

Durante il convegno Linda Laura Sabbadini dell'Istat ha detto che la società è un po' bloccata: malgrado l'evoluzione degli ultimi anni, l'ingresso della donna nel mondo del lavoro e un grande aumento di scolarità, i posti apicali sono ancora in maggioranza ricoperti dagli uomini e nella famiglia i ruoli sono praticamente immutati, anche se c'è stato uno spostamento molto lieve dell'uomo verso i lavori domestici.

Le donne continuano a portare su di sé il peso della famiglia e non riescono ad avere grande soddisfazione nella società.

Annamaria Testa, dal punto di vista dei creativi, ci ha detto una cosa molto interessante: la pubblicità non inventa, ma amplifica e diffonde messaggi che già esistono.

Se la pubblicità è negativa - in molti casi lo è: abbiamo visto manifesti che fanno inorridire non solo per come trattano le donne ma anche per la figura dell'uomo sempre "sbavante" dietro una donna considerata oggetto sessuale - se esistono queste pubblicità è perché in società è presente questa situazione di asimmetria e squilibrio a danno della donna.

Questo è il messaggio pesante e negativo: la pubblicità è così perché in qualche modo la società è così.

Si tratta di prenderne coscienza e di muoversi, chi si indigna e chi ne prende coscienza faccia quello che può per cambiare le cose.

L'aspetto più positivo che emerge è la presa di coscienza e la voglia di cambiare.

Cosa manca ai consumatori e alle consumatrici per indignarsi di più e far sentire la loro voce? Le associazioni dei consumatori fanno già moltissimo e c'è un vuoto politico su molti temi.

C'è però da prendere coscienza che questo è un nuovo campo d'azione.

Abbiamo affrontato la pubblicità sotto l'aspetto delle pratiche ingannevoli, abbiamo fatto denunce all'Antitrust, ma sull'offesa della donna e della sua dignità secondo me dobbiamo cominciare a fare battaglie forti.

Cosa manca? Manca una presa di coscienza che la battaglia culturale su queste questioni è un terreno altrettanto importante di quello che riguarda la sicurezza dei prodotti.

Ne va della civiltà e della cultura del nostro Paese.

L'Italia è drammaticamente più arretrata di altri Paesi europei.

Cosa manca invece agli uomini per indignarsi? In queste forme di pubblicità gli uomini non escono bene da certe rappresentazioni stereotipate, come quelle del maschio sdraiato sul divano...

L'uomo ne esce malissimo: o come quello che cerca di sbirciare fra le gonne delle donne, oppure

Articolo pubblicato sul sito Helpconsumatori.it

help
consumatori
L'agenzia delle Associazioni

Più : www.alex.com/siteinfo/Helpconsumatori.it



Estrazione : 11/04/2011 13:16:00

Categoria : Lifestyle

File : piwi-3-2-97905-20110411-18505298.pdf

Audience :

<http://c.moreover.com/click/here.pl?z4496495099&z=1250249485>

sdraiato in poltrona mentre la donna pulisce per casa.

Penso che manchi una presa di coscienza, che gli uomini, anche coloro che si sentono più emancipati, nel loro inconscio ne condividano qualche aspetto.

Ci deve essere un cambiamento radicale, da dentro.

Prossime iniziative di Consumers' Forum: cosa dobbiamo aspettarci? Sarà un'iniziativa a livello europeo.

Vedremo come i consumatori italiani ed europei siano o meno soddisfatti di quello che succede nel campo della responsabilità sociale, se questa se sia solo promesse e parole o si concretizzi nei fatti.