

## PREMESSO CHE

- in data 3 settembre 2008 è stata approvata dal Parlamento Europeo la risoluzione n. 2038 relativa all'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini (2008/2038(INI));
- recentemente il Coordinamento nazionale dell'UDI Unione Donne in Italia, ha assunto l'iniziativa di interpellare i comuni, le province, le regioni per l'applicazione della sopraccitata risoluzione;
- la Commissione per i diritti della donna e l'uguaglianza di genere con la relazione n. A60199/2008 ha evidenziato come la pubblicità alimenta e consolida gli stereotipi di genere determinando un impatto negativo sulla parità;
- dalla stessa relazione è possibile rilevare che gli stereotipi sulle differenze di genere, proposti dalla pubblicità, producono sugli individui un processo di oggettificazione per cui sia il corpo delle donne che quello degli uomini vengono rappresentati come oggetti, tuttavia continuano ad essere le donne quelle che ne soffrono maggiormente le conseguenze;
- nella stessa relazione viene evidenziato che ridurre un essere umano ad oggetto espone l'individuo alla violenza ed all'offesa;
- nella relazione di cui sopra si indica come le politiche per la parità di genere devono essere finalizzate anche ad evitare che le persone, di qualunque età, subiscano continuamente ed anche involontariamente l'esposizione continuata a messaggi oggettificanti e stereotipizzanti;
- è particolarmente importante che la pubblicità sui media sia disciplinata da norme etiche e/o norme giuridiche vincolanti che proibiscano la pubblicità che presenta stereotipi di genere o che incita al sessismo e alla violenza;
- è necessario il coinvolgimento di tutta la società nelle diverse espressioni di rappresentanza e di partecipazione popolare, in quanto si tratta di una responsabilità condivisa;
- occorre un gesto di responsabilità collettiva perché le affissioni che offendono la dignità delle donne non possono essere oscurate con un gesto individuale dalle strade, dalle piazze e dai luoghi pubblici;
- è necessario un impegno concreto a contrasto della pubblicità offensiva perché è la più visibile delle violazioni contro il genere femminile;
- è opportuno che l'Amministrazione Comunale approvi una apposita delibera contro tutte le forme di pubblicità offensive verso il genere femminile;

## VISTA

la legislazione comunitaria sui diritti delle donne e la parità tra donne e uomini;

## IL CONSIGLIO COMUNALE

Preso atto dell'ampia discussione svoltasi sull'argomento, quale riportata in calce al presente provvedimento;

Preso atto altresì che durante detta discussione entrano in aula i Consiglieri Pellegrino Vincenzo e Bertone Marco ed esce dall'aula il Consigliere Malvolti Piercarlo, sono pertanto presenti n. 26 componenti;

Presenti in aula	n. 26
Non partecipa alla votazione	n. 1 Bertone Marco
Presenti all'apertura della votazione (espressa con voto elettronico)	n. 25
Astenuti	n. 0
Votanti	n. 25
Voti favorevoli	n. 25
Voti contrari	n. 0

### DELIBERA

1. di aderire all'iniziativa promossa dal Coordinamento Nazionale dell'UDI, Unione Donne in Italia, sostenendo la moratoria della pubblicità lesiva della dignità di genere;
2. di richiedere agli organi di Governo nazionale e regionale, per quanto di competenza, di dare attuazione alla risoluzione Comunitaria n. 2038 del 3 settembre 2008 del Parlamento Europeo sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini (2008/2038(INI));
3. di attuare, in attesa del recepimento della suddetta risoluzione Comunitaria, una moratoria della pubblicità lesiva della dignità di genere negando l'affissione di detti messaggi pubblicitari sugli impianti di proprietà comunale;
4. di invitare, attraverso l'ufficio Pubblicità ed affissioni del settore Tributi, i titolari di impianti privati ad aderire alla moratoria, rifiutando la pubblicità lesiva della dignità della donna.

\*\*\*\*\*

“..... O M I S S I S .....”