



## LA CITTA' DI FORMIA

In occasione della giornata internazionale per l'eliminazione della violenza sulle donne ha adottato la delibera di giunta n.262 del 31.10.2013 dettando gli indirizzi fondamentali in tema di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità delle donne.

La Giunta ritiene non compatibili con l'immagine che il Comune di Formia intende promuovere i messaggi pubblicitari che utilizzino o diffondano:

- rappresentazioni di incitamento al sessismo o alla violenza fisica o morale;
- immagini indecenti, volgari, ripugnanti e comunque lesive della sensibilità dei cittadini;
- messaggi discriminatori o degradanti che, attraverso l'uso di stereotipi, pongano le donne in ruoli subalterni ed impari;
- raffigurazioni della mercificazione del corpo della donna quale oggetto di possesso o sopraffazione sessuale;
- pregiudizi e stereotipi discriminanti in base al genere, all'appartenenza etnica, all'orientamento sessuale, all'abilità fisica e/o psichica.

Con questa delibera Formia entra a far parte del circuito delle "CITTA' LIBERE" aderendo alla campagna promossa dall'UDI (UNIONE DONNE IN ITALIA) al fine di attuare la risoluzione 2116 del 2013 del Parlamento Europeo relativa all'eliminazione degli stereotipi di genere.

L'amministrazione Comunale si impegna a dar seguito alla delibera con azioni positive.



ONLY, I'LL COMPLETE



# COMUNE di FORMIA

Provincia di Latina

COPIA DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA COMUNALE

**N. 262**

del 31/10/2013

**OGGETTO: INDIRIZZI FONDAMENTALI IN TEMA DI PUBBLICITÀ DISCRIMINATORIA E LESIVA DELLA DIGNITÀ DELLE DONNE**

L'anno **duemilatredici** addì **31** del mese di **Ottobre** alle ore **13,30**  
nella residenza Municipale si é riunita la Giunta Comunale nelle persone dei Sig.ri:

COGNOME	NOME	QUALIFICA	PRESENTE
BARTOLOMEO	Sandro	Sindaco	SI
MANZO	Maria Rita	Vice Sindaco	SI
MARCIANO	Claudio	Assessore	NO
MASIELLO	Giuseppe	Assessore	SI
RAK	Clide	Assessore	SI
TALAMAS	Eliana	Assessore	SI
ZANGRILLO	Eleonora	Assessore	SI

Partecipa il Segretario Generale **Dott.ssa Anna Lecora**.

Essendo legale il numero degli intervenuti, il Sindaco **Dott. Sandro Bartolomeo** assume la presidenza e dichiara aperta la seduta.

## LA GIUNTA MUNICIPALE

**ESAMINATA** l'allegata proposta di deliberazione del **SETTORE Segreteria Generale**  
Prot. n.            del            ;

**Visti i pareri favorevoli espressi ai sensi degli artt. 49, comma 1 e 147-bis, comma 1 del D.Lgs. 267/2000:**

- Dal Responsabile del **SETTORE Segreteria Generale, Dott.ssa Anna Lecora** in ordine alla regolarità tecnica;
  
- Dal Responsabile del **SETTORE ECONOMICO FINANZIARIO, Dott. Giuseppe Manzi** in ordine alla regolarità contabile (**parere non dovuto**);

**Con voti unanimi favorevoli, palesemente espressi.**

### **DELIBERA**

1. Di approvare, l'allegata proposta di deliberazione che forma parte integrale e sostanziale del presente provvedimento.
  
2. Di dichiarare, con separata ed unanime votazione, ricorrendone i motivi di urgenza di cui all' art. 134 comma 4 del D.Lgs 267/2000, il presente provvedimento immediatamente eseguibile.



# COMUNE di FORMIA

Provincia di Latina

## Settore

Ogg: **Indirizzi fondamentali in tema di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità delle donne-**

## PROPOSTA DI DELIBERAZIONE

### REMESSO CHE

- i messaggi discriminatori rispetto al genere, all'orientamento sessuale, all'origine etnica, al proprio credo religioso, morale o civile, o a rappresentazioni violente o degradanti ledono gravemente la dignità di donne e uomini e rappresentano un ostacolo alla realizzazione di una società moderna e paritaria, alimentando e consolidando gli stereotipi di genere impedendo così la piena parità fra i sessi sia in ambito pubblico che privato;
- le donne sono le principali destinatarie di messaggi pubblicitari offensivi che proponendo la donna come oggetto possono incentivare comportamenti anche violenti volti al possesso e alla sopraffazione psicologica e/o economica-materiale e/o sessuale;
- gli stereotipi sulle differenze di genere proposte dalla pubblicità producono sugli individui un processo di svilimento, per cui sia il corpo delle donne come quello degli uomini vengono rappresentati come oggetti sebbene continuino le donne ad essere quelle che ne soffrono maggiormente le conseguenze.
- le politiche per la parità di genere devono essere finalizzate anche ad evitare che le persone, a qualunque età, subiscano continuamente ed anche involontariamente l'esposizione continuata a messaggi oggettualizzanti e stereotipizzanti;
- la pubblicità è oggettivamente un mezzo per creare un'identità e riflettere e divulgare valori persuadendo gli individui in quali stereotipi riconoscersi e quali abbattere;
- i messaggi pubblicitari esposti negli spazi comunali sono siti in luoghi pubblici accessibili anche da bambini e adolescenti che, in quanto soggetti più deboli e sensibili, occorre proteggere da immagini violente o degradanti ma anche da quelle che ispirandosi ad un modello ideale corporeo possano indurli ad una percezione stereotipata del sesso di appartenenza e innescare processi di svilimento dell'autostima, collegati altresì spesso disturbi legati all'alimentazione;
- l'art. 3 della Costituzione sancisce la pari dignità degli individui e il principio di uguaglianza e non discriminazione fra i generi; attribuisce altresì alla Repubblica e quindi ai Comuni il compito di eliminare gli ostacoli che si frappongono al raggiungimento della parità effettiva fra uomini e donne; principi che devono essere applicati anche in materia di comunicazione e messaggi pubblicitari;
- la Costituzione, poi, considera la libertà di pensiero come valore centrale e caratterizzante dell'ordinamento ed essenziale alla vita stessa della democrazia, ma la sua espressione incontra il limite del "buon costume", cioè dal rispetto della "persona umana" valore che anima l'art. 2 della Costituzione; da ciò discende che deve esservi una reazione dell'ordinamento ogniqualvolta *"la soglia dell'attenzione della comunità civile sia colpita negativamente, e offesa, dalle pubblicazioni di scritti o immagini con particolari impressionanti o raccapriccianti, manifestamente lesivi della dignità di ogni essere umano, e perciò stesso avvertibili dall'intera collettività"*;

- la Piattaforma di Pechino, approvata dalla Conferenza mondiale sulle donne del 1995 stabilisce che *“i governi, nella misura compatibile con la libertà di espressione devono incoraggiare i media ad astenersi dal presentare le donne come esseri inferiori, dallo sfruttarle come oggetto e merce sessuale, invece che come esseri umani creativi, agenti fondamentali del processo di sviluppo, al quale contribuiscono e di cui sono beneficiarie”*;
- 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), invitando gli Stati membri a provvedere con idonei mezzi affinché *“il marketing e la pubblicità garantiscano il rispetto della dignità umana e dell'integrità della persona, non comportino discriminazioni dirette o indirette, né contengano alcun incitamento all'odio basato su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale e non contengano elementi che, valutati nel loro contesto, approvino, esaltino o inducano alla violenza contro le donne”*;
- in data 12 Marzo 2013 è stata approvata dal Parlamento Europeo la risoluzione n. 2116 relativa all'eliminazione degli stereotipi di genere (2013/2116 INI), sottolineando *“l'importanza di promuovere la rappresentazione dell'immagine femminile rispettando la dignità delle donne e di combattere i persistenti stereotipi di genere, in particolare, la prevalenza di immagini degradanti, nel pieno rispetto della libertà di espressione e della libertà di stampa”*;

#### **CONSIDERATO CHE**

- lo Statuto Comunale, nei **“Principi ispiratori”** all'art. 7, testualmente recita: *“Il Comune riconosce la cultura delle differenze e fa propri i valori di rispetto della persona, promozione del lavoro, democrazia, libertà, eguaglianza senza distinzione di razza, di sesso, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali o sociali, giustizia sociale, solidarietà e pace sanciti dalla Costituzione Repubblicana”*;
- al successivo art. 8 **“Tutela dei diritti”** sancisce che *“Il Comune tutela i diritti e gli interessi dei cittadini e delle formazioni sociali, rimuovendo gli ostacoli che ne limitano la piena attuazione, garantisce il rispetto delle minoranze e orienta la propria attività verso il superamento di ogni tipo di discriminazione”*; (...) *“si fa promotore dei diritti dell'infanzia, tutelando le situazioni più vulnerabili e promuovendo una nuova cultura specifica, per sensibilizzare l'opinione pubblica ai problemi dell'infanzia”*;
- all'art. 9 **“Parità uomo donna”**, *“Al fine di conseguire la pari dignità tra cittadini e cittadine e consentire a entrambi i sessi di esprimere compiutamente le rispettive potenzialità, il Comune si attiva per eliminare le discriminazioni indirette, riconoscendo il valore delle donne”*;
- **considerato** che nel 2015, tutti i paesi firmatari della CEDAW (Convenzione sull'eliminazione di ogni forma di discriminazione della donna), dovranno rendere concreto l'obiettivo dell'eliminazione delle violenze sessuate ed il femminicidio.
- **considerato** che l'UDI – Unione Donne in Italia, fin dal 2009 ha promosso presso i Comuni, le Province, le Regioni la campagna **“Città libere dalla pubblicità offensiva”** per il contrasto alle pubblicità lesive della dignità delle donne, cui si ritiene di dover aderire;

#### **Tanto premesso e considerato,**

appare necessario, al fine di conferire una maggiore incisività all'azione del Comune individuare gli indirizzi in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della donna.

In particolare, si ritengono non compatibili con l'immagine che il Comune di Formia intende promuovere, perchè ritenuti discriminatori e offensivi, i messaggi pubblicitari che utilizzino o diffondano:



- rappresentazioni di incitamento al sessismo o alla violenza fisica o morale;
- immagini indecenti, volgari, ripugnanti e comunque lesive della sensibilità dei cittadini;
- messaggi discriminatori o degradanti che, attraverso l'uso di stereotipi, pongano le donne in ruoli subalterni ed impari;
- raffigurazioni della mercificazione del corpo della donna quale oggetto di possesso o sopraffazione sessuale;
- pregiudizi e stereotipi discriminanti in base al genere, all'appartenenza etnica, all'orientamento sessuale, all'abilità fisica e/o psichi;

#### **DELIBERA**

1. di approvare gli indirizzi fondamentali in materia di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità della donna, indicati in premessa;
2. di demandare agli Uffici comunali preposti e ai competenti organi l'attuazione degli indirizzi indicati in premessa ed approvati con il presente provvedimento deliberativo, con particolare riguardo alle campagne comunicative e pubblicitarie connesse ad iniziative patrocinate e/o promosse dall'Amministrazione Comunale, nonché a tutte quelle in cui viene in qualsiasi modo associata l'immagine della Città di Formia.
3. di dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile ai sensi dell'art. 134, comma 4 del D. Lgs. 18.08.2000, n. 267;

**Il Sindaco**  
Dott. Sandro Bartolomeo

**Il Dirigente**

IL SEGRETARIO GENERALE

Dott.ssa Anna Levora

---

---

Ai sensi dell'art. 49, comma 1 e 147-bis, comma 1 del D.Lgs. 18/08/2000, n. 267, sulla presente proposta di deliberazione avente per oggetto: **Indirizzi fondamentali in tema di pubblicità discriminatoria e lesiva della dignità delle donne-**  
i sottoscritti esprimono il parere di cui al seguente prospetto:

Per quanto concerne la regolarità tecnica esprime parere: \_\_\_\_\_

---

IL SEGRETARIO GENERALE  
Dott.ssa Anna Lecora

---

La presente proposta non necessita di parere di regolarità contabile in quanto non comporta riflessi diretti o indiretti sulla situazione economico-finanziaria o sul patrimonio dell'ente.

Il Dirigente  
Settore Economico-Finanziario

Dott. Giuseppe Manzi

---

Letto, approvato e sottoscritto come segue:

IL PRESIDENTE  
*Dott. Sandro Bartolomeo*

IL SEGRETARIO GENERALE  
*Dott.ssa Anna Lecora*

Il sottoscritto Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio, attesta che la presente deliberazione:

- X è stata affissa in copia a questo Albo Pretorio on line, come prescritto dall'art. 124, comma 1, D.Lgs 267/2000 e dall'art. 32 della legge n.69/2009, a decorrere dal 7 Novembre 2013 e vi rimarrà per 15 gg. consecutivi;
- X viene comunicata ai Capogruppo Consiliari ai sensi dell' art. 125 comma 1 D.Lgs 267/2000;
- viene comunicata al prefetto ai sensi art. 135 comma 1 D.Lvo 267/2000
- X è esecutiva perché dichiarata immediatamente eseguibile (4° c. dell'art. 134 D.Lgs 267/2000).

per la pubblicazione

Il messo comunale  
*f.to Angelo Tomao*

li 7 novembre 2013

Il Segretario Generale  
*f.to Dott.ssa Anna Lecora*

- Il sottoscritto Segretario Generale, visti gli atti d'ufficio attesta che la presente deliberazione è divenuta esecutiva il \_\_\_\_\_: perché decorso il decimo giorno dalla sua pubblicazione

li \_\_\_\_\_

Il Segretario Generale  
\_\_\_\_\_

PER COPIA CONFORME ALL'ORIGINALE

Il Responsabile del Servizio

Francesco Puzillo

Formia li 7 Novembre 2013