

## AVVISO PUBBLICO

### Concorso con le scuole " Rispetto e dignità anche nella pubblicità"

#### 1. PREMESSA

Il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria (CAP), art. 10, recita: " La pubblicità deve rispettare la dignità della persona in tutte le sue forme ed espressioni".

Questo dettame viene spesso volontariamente, e meno inconsapevolmente, dimenticato. Nel 2008, con la campagna "Ti spengo e non ti compro", si è cercato di sensibilizzare i consumatori, e soprattutto i consumatori donne, a spegnere il televisore e a non acquistare prodotti che venivano pubblicizzati attraverso l'umiliazione e lo svilimento dell'immagine femminile. L'uso e il "consumo" di immagini femminili non appartiene solo al mondo degli uomini, come comunemente si pensa, ma rientra anche nell'universo delle donne, che per l'80% amano comprare prodotti che usano come spot pubblicitari l'immagine mercificata delle donne che campeggiano sorridenti e ammiccanti sui cartelloni pubblicitari, in televisione, su Internet, negli Mms dei telefonini, sulle copertine di tutti i giornali. Ovunque ci si giri ci sono immagini di donne seminude: signorine in costume adamitico che reclamizzano ogni tipo di prodotto: dai profumi ai bulloni, dall'arredamento alle auto. Per non parlare di quotidiani e riviste che ormai fanno a gara ad accaparrarsi notizie che sono pure pretesti per esibire in prima pagina il nudo, in grado di implementare le vendite anche del più anonimo settimanale. È un fenomeno molto italiano che il [Financial Times](#) ha messo in relazione con la scarsa rappresentanza femminile nella vita politica. Un'iconografia nata per solleticare i favori del pubblico maschile ma ormai dominante anche nelle riviste femminili. Perfino i depliant dei parrucchieri esibiscono modelle svestite, immagini che dovrebbero mostrare tagli alla moda e opere da coiffeur, subiscono l'omologazione allo stereotipo dominante: la donna deve essere svestita. Una dittatura dell'immagine alla quale sembra che le donne assistano in modo passivo e acritico. La strategia comunicativa delle pubblicità è quella di generare persuasione facendo leva sui meccanismi dell'attrazione e della seduzione da una parte, e sul bisogno di omologazione dall'altra.

L' Assessorato alla Pubblica Istruzione e Pari Opportunità della Provincia del Medio Campidano in collaborazione con la Commissione per la Pari Opportunità della Provincia del Medio Campidano, le Commissioni per le Pari Opportunità dei Comuni della Provincia, l'Associazione X Conoscere e X Fare, e la Banca del tempo di Guspini, promuovono del Concorso " Rispetto e dignità anche nella pubblicità"

*Assessorato alla Pubblica Istruzione e Pari Opportunità*

*Concorso con le scuole " Rispetto e dignità anche nella pubblicità"*

TIPO DOCUMENTO : *bando*

VER.: *n. 1.00 del 16.04.2009*

APPROVATO CON: *Det. A.K. n. 21 del 16.04.2009*

AREA: *Cultura*

DIRIGENTE: *Dott. ssa Maria Collu*

SETTORE: *Istruzione*

SEDE: *Via Paganini, 22 - 09025 Sanluri (VS)*

SERVIZIO: *pari opportunità*

REDATTO DA: *Dr.ssa Alessia Etzi*

TEL.: *070 9356400*

FAX.: *070 9370383*

C.F. *92121560921*

P.I.: *02981030923*

E-MAIL *istruzione@provincia.mediocampidano.it*

## 2. DESTINATARI

Il concorso " Rispetto e dignità anche nella pubblicità" è aperto agli alunni delle classi 5<sup>^</sup> delle scuole elementari della Provincia del Medio Campidano.

## 3. MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE AL CONCORSO

Si partecipa al concorso attraverso la raccolta di immagini cartacee pubblicitarie estrapolate da testate giornalistiche, nazionali, regionali e locali, di tiratura settimanale, mensile, quotidiana o materiale pubblicitario di altro genere.

Sono ammessi al concorso i lavori prodotti dall'intera classe e non dai singoli alunni.

Ad ogni elaborato anonimo, va allegata una busta chiusa contenente tutti i dati essenziali per l'identificazione dei partecipanti (nome, cognome, scuola e classe di appartenenza, lista dei partecipanti ai lavori, nome e disciplina insegnata dal/dai docenti che hanno coordinato i lavori).

## 4. COMMISSIONE

I lavori saranno valutati da una Commissione nominata dalla Provincia del Medio Campidano. La classe vincitrice sarà quella che avrà raccolto più immagini non ripetute di cui all'art. 3 di questo bando di concorso.

Il giudizio della Commissione è insindacabile.

La cerimonia di premiazione avverrà durante una manifestazione appositamente organizzata.

## 5. I PREMI

Il premio del valore di euro 2.000 consiste in un viaggio d'istruzione organizzato dalla scuola coerentemente agli obiettivi d'apprendimento fissati dalla medesima.

## 6. TERMINI DI PRESENTAZIONE

Gli elaborati dovranno pervenire, a pena di esclusione, all'Ufficio Protocollo della Provincia, ubicati in Via Paganini 22 a Sanluri entro le ore 13.00 del 4 maggio 2009, in plico chiuso, indirizzato all'Assessorato alla Cultura e alla Pubblica Istruzione della Provincia del Medio Campidano e recante la dicitura concorso " Rispetto e dignità anche nella pubblicità".

SANLURI, 16.04.2009

Il dirigente  
*Dr.ssa Maria Collu*