

La pubblicità italiana è considerata da osservatori internazionali tra le più sessiste del mondo.



Mi chiamo Massimo Guastini, sono un "creativo" pubblicitario da quasi trent'anni, e dal 2011 sono presidente dell'Art Directors Club Italiano (Adci), che ha l'obiettivo di migliorare la comunicazione pubblicitaria in Italia.

Dietro ogni campagna pubblicitaria che viene prodotta (decine di migliaia, ogni anno) ci sono tante decisioni prese da tante persone: singoli professionisti, persone che lavorano nelle agenzie e nelle aziende, fotografi, registi... ancora troppi credono che **la pubblicità debba vendere a qualsiasi costo**, e che la pubblicità, così come la si sta facendo, vada bene e piaccia agli italiani.

È possibile cambiare le cose? Certo.

In diversi paesi sono in vigore norme sulla pubblicità sessista. Anche in Italia dobbiamo poterla scoraggiare. Dobbiamo poterla sanzionare in modo più esteso ed energico di quanto avviene ora.

Da addetti ai lavori, possiamo dare il nostro contributo perché in Italia nuove norme sulla pubblicità sessista non restino solo "sulla carta", come spesso succede alle buone intenzioni di difficile realizzazione, ma incidano in modo sostanziale migliorando le pratiche della nostra professione.

Ma per cambiare le cose non basta la volontà di poche centinaia di Soci Adci. Abbiamo bisogno che le cittadine e i cittadini esprimano il bisogno collettivo e urgente di cambiare le cose. E, ti assicuro, già questo fatto è importante, perché può convincere committenti e produttori di pubblicità a prestare molta più attenzione.

Per questo ti chiedo di firmare la petizione "Fermiamo la pubblicità sessista in Italia", indirizzata al Ministro per le Pari Opportunità, Josefa Idem. Sarei felice di incontrarla, insieme ad alcune esponenti dei gruppi di attiviste che tanto in questi anni si sono prodigati sul tema.

Grazie,

Massimo Guastini via Change.org