

LA DECISIONE DEL GIURI'

Una buona notizia: il bus della libertà tornerà in pista

EDUCAZIONE

14_11_2017

**Marco
Guerra**



Il segno inequivocabile della decadenza sta nel dover ribadire e motivare cose normalmente considerate ovvie. Per questo motivo la decisione dell'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) di riabilitare la campagna anti-gender di Generazione

famiglia va accolta con moderato entusiasmo. Insomma ci saremmo dovuti stupire del contrario, ovvero se lo IAP avesse deliberato il definitivo stop alla pubblicità del Bus della Libertà come richiesto dal suo Comitato di Controllo che ad inizio ottobre aveva formalmente contestato la correttezza dei manifesti contro il Gender apparsi a Roma per pubblicizzare l'inizio del tour del *Bus della Libertà*, ingiungendo a CitizenGO e Generazione Famiglia di interromperne la diffusione.

Le accuse si concentravano sullo slogan "*Basta violenza di genere*", giudicato "distorsivo" e "fuorviante" rispetto al tema della *violenza sulle donne*, in relazione alla successiva affermazione "*i bambini sono maschi e le bambine sono femmine*", ritenuta "discriminatoria" verso chi non si riconosce nel dualismo sessuale maschile-femminile. Al centro delle due espressioni, l'immagine di due grandi mani nere che calano dall'alto un reggiseno, porgendolo a un bambino, e un paio di baffi, rivolto a una bambina.

Con queste immagini il manifesto intendeva denunciare le attività che nelle scuole costringono i bambini e le bambine ad assumere atteggiamenti propri del sesso opposto con il malinteso fine di "*decostruire gli stereotipi di genere*" maschili e femminili, ideologicamente ritenuti costrittivi.

E proprio questo messaggio era finito nel mirino dello IAP, che aveva stoppato la diffusione dei manifesti, ritenendoli contrari *alla dignità umana delle persone transgender e rei di confondere* le idee dei bambini sull'identità sessuale proponendo un rigido binarismo maschile e femminile.

Dopo il ricorso delle due associazioni, venerdì scorso si è svolta a Milano, presso la sede dello IAP, l'udienza decisiva davanti al Giurì dell'Istituto. L'organo di ultima istanza, esaminate le accuse del Comitato di Controllo e le difese delle associazioni, ha infine giudicato per la correttezza della comunicazione, escludendo dunque profili di discriminazione e ambiguità. Le motivazioni della decisione sono attese per i prossimi giorni e sarà molto curioso leggere le spiegazioni di quella che è agli occhi di tutti la conclusione più ovvia di una vicenda dai contorni grotteschi.

D'altra parte possiamo affermare di aver preso atto dell'esistenza e del ruolo dello IAP solo grazie alla campagna di *Generazione Famiglia*. Sfido a trovare qualcuno che ricordi un intervento dell'Istituto che giudica la correttezza deontologica delle comunicazioni pubblicitarie contro le numerosissime immagini pubblicitarie che mettono alla berlina la sensibilità e i convincimenti religiosi, etici, politici e valoriali che appartengono alla maggior parte del pubblico italiano. Per non parlare del controverso uso di bambini e minori nelle campagne di noti marchi della moda, spesso ritratti in atteggiamenti ammiccanti non rientrano nella sfera tipica dei comportamenti tipici

dell'infanzia. Dunque la vera buona notizia è che presto riprenderà la campagna pubblicitaria contro il Gender nelle scuole e che il bus della libertà tornerà a girare nelle strade italiane.