

Calibrare i messaggi assicura tutela

Inviato da ep
martedì 27 marzo 2007
Ultimo aggiornamento sabato 31 marzo 2007

Per l'infanzia si dovrebbero sostenere i diritti in generale, nella direzione di un cambiamento di mentalità volto alla tutela del minore prima di tutto. Oggi infatti «la pubblicità non è più soltanto l'anima del commercio, sta diventando l'anima della nostra società» con un ruolo trainante. La pubblicità non dovrebbe essere solo orientata alla compravendita e dovrebbe dotarsi di un'etica, proponendo «messaggi a misura di persona, da calibrare tenendo anche conto delle diverse possibili reazioni». Queste le priorità nell'intervento di Maria Rita Saulle, Giudice di Corte Costituzionale e presenza attiva nella Commissione internazionale incaricata della redazione della convenzione sui diritti dell'infanzia.