



[Civile.it](http://Civile.it)

## Elezioni: pubblicita' ingannevole

di Spataro

*In tre parole quello che tutti stanno dicendo.*

del 2018-02-20 su [Civile.it](http://Civile.it), oggi e' il 12.08.2022

Google valuta meglio una pagina letta a lungo piu' di una corta.

E allora per infinocchiare i miei lettori dovrei tirarla per le lunghe, rubare un po' piu' del tuo tempo per guadagnarci un rating maggiore.

E' lo stesso che fa la pubblicita', che si riprende sotto elezioni. Politici che fanno improponibili pubblicita', sconosciuti con materiali fotografici di altissima qualita' che scoprono da outsider cose che solo gli insider sanno.

Sono le fake news elettorali. Infangano anche le notizie vere. Nascondono le notizie vere sulle quali pensare invece che sfogliare.

Ah, dimenticavo.

Non si legge piu'. Si scorre il dito. Al limite si guarda il testo correlato ad una bella foto, ma non si guarda prima il testo.

Chiaro ?

E' cosi'. Si mette un bel circoletto, e tu parti a leggere da qui, come faccio anche io.

Inganno la lettura veloce.

E tu ancora non sai cosa ho da dire. Certo. Introduzioni su introduzioni, poi conclusioni, nessuna trattazione.

C'e' una soluzione.

Fare.

Togli voce a tutti quelli che parlano. Non leggerli piu'. Mettiti a fare. Si chiederanno come fai a fare tutto quello che fai.

Certo. Gli altri leggono. Tu fai. E' piu' faticoso. Assai. Ed e' molto piu' responsabilizzante.

Una soluzione contro il rating di Google e la pubblicita' elettorale ? Fregarsene.

**Una soluzione migliore ? Vietarla per legge o sanzionare subito chi spara promesse, previsioni o disinforma sul passato.**

**In fondo per la pubblicit  ingannevole si fa cos , no ?**

Potremmo mandare qualche ricorsino all'IAP ? Dispiace solo che non avrebbero piu' tempo per nient'altro.

Ma forse e' il momento di vietare le pubblicit  che non sono valutate anche dall'editore.

Magari inizierebbero anche gli editori a fare qualcosa, invece che solo leggere quello che i loro dipendenti scrivono e qualcuno detta loro.

Ma s . Certo. Tanto sono chiacchiere da bar.

Certo.

Ecco i [fondamenti nel codice IAP \(link\)](#) (che sappiamo essere ripreso da tutte le normative e codici deontologici, oltre che tenuto in massima considerazione dalla giurisprudenza della Cassazione):

Norme Preliminari e Generali

a) Finalit  del Codice

Il Codice di Autodisciplina ha lo scopo di assicurare che **la comunicazione commerciale, nello svolgimento del suo ruolo particolarmente utile nel processo economico, venga realizzata come servizio per il pubblico, con speciale riguardo alla sua influenza sul consumatore.**

Il Codice definisce **le attivit  in contrasto** con le finalit  suddette, ancorch  conformi alle vigenti disposizioni legislative; l'insieme delle sue regole, esprimendo il costume cui deve uniformarsi l'attivit  di comunicazione, costituisce la base normativa per l'autodisciplina della comunicazione commerciale.

b) Soggetti vincolati

Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale   vincolante per **utenti, agenzie, consulenti di pubblicit  e di marketing, gestori di veicoli pubblicitari di ogni tipo** e per tutti coloro che lo abbiano accettato direttamente o tramite la propria associazione, ovvero mediante la sottoscrizione di un contratto di cui al punto d), finalizzato all'effettuazione di una comunicazione commerciale.

e) Definizioni

Agli effetti del Codice il termine '**comunicazione commerciale**' comprende la **pubblicit  e ogni altra forma di comunicazione, anche istituzionale, diretta a promuovere la vendita di beni o servizi quali che siano le modalit  utilizzate, nonch  le forme di comunicazione disciplinate dal titolo VI.** Non comprende le politiche commerciali e le tecniche di marketing in s  considerate.

Il termine 'prodotto' comprende qualsiasi oggetto della comunicazione commerciale e si intende perci  esteso anche al servizio, metodo, trattamento, diritti, obbligazioni e simili. La natura del prodotto o del servizio in s  considerata non forma oggetto del Codice di Autodisciplina.

Il termine 'messaggio' comprende qualsiasi forma di presentazione al pubblico del prodotto e si intende perci  esteso anche all'imballaggio, alla confezione, all'etichetta e simili.

Il termine 'consumatore' comprende ogni soggetto   persona fisica o giuridica come pure ente collettivo   cui   indirizzata la comunicazione commerciale o che sia suscettibile di riceverla.

Agli effetti del Codice di Autodisciplina non costituisce comunicazione commerciale la distribuzione a scopo didattico di materiale promozionale quando sia richiesto dagli Istituti scolastici pubblici o privati e l'uso avvenga sotto il controllo del personale docente.

## **Titolo VI - Comunicazione sociale**

Art. 46   Appelli al pubblico

**  soggetto alle norme del presente Codice qualunque messaggio volto a sensibilizzare il pubblico su temi di interesse sociale, anche specifici, o che sollecita, direttamente o indirettamente, il volontario apporto di contribuzioni di qualsiasi natura, finalizzate al raggiungimento di obiettivi di carattere sociale.**

Tali messaggi devono riportare l'identit  dell'autore e del beneficiario della richiesta, nonch  l'obiettivo sociale che si intende raggiungere.

<http://www.iap.it/codice-e-altre-fonti/il-codice/> - Spataro

Hai letto: *Elezioni: pubblicit  ingannevole*

Approfondimenti: [Banalita'](#) > [Cultura](#) > [Pubblicit  ingannevole](#) > [Fake news](#) > [Pubblicit  elettorale](#) > [Elezioni](#) >

[Commenti](#) - [Segnalazioni](#) - [Home Civile.it](#)