

## **OSSERVAZIONI SUL NUOVO TESTO DEL CONTRATTO Di SERVIZIO RAI 2013-2015**

### **AUDIZIONE PARLAMENTARE 8 gennaio 2014**

Il problema della rappresentazione di donne e uomini nei media è un problema di godimento ed esercizio dei diritti umani fondamentali, per il quale l'Italia negli ultimi anni è stata fortemente redarguita da diversi organismi internazionali.

Citando le ultime osservazioni conclusive del Comitato CEDAW all'Italia (2011) *"...Il Comitato rimane profondamente preoccupato per la rappresentazione della donna quale oggetto sessuale ed il ruolo stereotipato dell'uomo e della donna nella famiglia e nella società. Tale stereotipizzazione anche nelle dichiarazioni pubbliche rese dai politici, mina la condizione sociale delle donne, come emerge dalla posizione svantaggiata delle donne in una serie di aree, incluso il mercato del lavoro e l'accesso alla vita politica e alle posizioni decisionali, condiziona le scelte delle donne nei loro studi ed in ambito professionale, e genera politiche e strategie con risultati ed impatti diseguali su uomini e le donne"*.

Nonostante le misure adottate negli ultimi anni, le ultime ricerche confermano che, in termini di qualità nella rappresentazione della donna in TV, la situazione in Italia è ancora molto problematica.

Secondo la ricerca "Chi fa (la) notizia in Europa?", pubblicata nel maggio 2013, dell'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere (OERG) nel 2012 le donne hanno rappresentato il 24% delle persone di cui si parla e/o intervistate nei TG (i dati sono identici al 2011).

Sia nel 2011 che nel 2012 l'Italia si è classificata come il paese con la più bassa presenza femminile in Europa nelle notizie di politica, pari al 13%, e con la più marcata dicotomia fra ruoli comuni e anonimi maggiormente rappresentati dalle donne e ruoli autorevoli, prestigiosi e correlati all'esercizio di una specifica professione rappresentati dagli uomini (le donne hanno costituito solo il 14% degli esperti intervistati nei TG).

Infine, la percentuale di donne che fa notizia nei TG in quanto vittima di criminalità o violenza è del 17% contro l'8% degli uomini. Nessun altro paese europeo registra una simile sproporzione.

La nuova indagine del CENSIS su donne e media del 2012 non rileva miglioramenti rispetto a quella del 2006. Le donne nei media continuano ad essere associate prevalentemente a:

- temi legati alla sensualità, alla sfera domestica, all'intrattenimento leggero, che mostrano una dimensione caricaturale della donna, il suo esibizionismo e appeal erotico e in ogni caso un'immagine subalterna e funzionale rispetto all'uomo;
- temi legati alla sicurezza, la violenza e la devianza, in cui l'immagine femminile è prevalentemente quella della vittima.

Non si parla mai della professionalità delle donne. Si continuano a mostrare "pezzi" di donna, le inquadrature della macchina da presa incoraggiano uno sguardo sulla donna di tipo oggettivante e reificante: il 37,4% delle riprese sono sulla scollatura, sulle gambe ecc. e nel 62,6% delle inquadrature non è neppure ripresa l'intera figura.

Inoltre sono ancora piuttosto invisibili in TV donne anziane, migranti, disabili, rom, sinte...

Alle bambine vengono imposti gli stessi ruoli di genere stereotipati che vengono applicati alle donne adulte, compresa la cosiddetta erotizzazione del corpo. Alle bambine è richiesto di essere sexy, di

assomigliare alle madri, e alle giovani vengono proposti/imposti modelli estetici spesso irrealizzabili, basati sull'ideale "bellezza = snellezza = giovinezza".

Questa rappresentazione delle donne nei media incide direttamente sulle scelte di vita e le opportunità delle donne, in particolare delle più giovani; influenza le attitudini e l'opinione su come uomini e donne debbano comportarsi in famiglia e nella società e hanno conseguenze allarmanti sulla salute psico-fisica dei e delle giovani (recenti dati dell'OMS rilevano che in Italia i disturbi alimentari sono sempre più frequenti, soprattutto tra le giovanissime).

Alla luce di tutto ciò, è fondamentale che il servizio radiotelevisivo pubblico promuova nuovi valori e schemi culturali, valorizzi i diversi talenti femminili, le competenze e le occasioni di realizzazione personale delle donne in tutti gli ambiti della vita pubblica e privata, con un approccio basato sul rispetto dei diritti umani e della pari opportunità per tutte e tutti, partendo dal presupposto che una rappresentazione priva di pregiudizi e stereotipi sessisti sia un beneficio per tutta la collettività, e non solo per le donne.

In merito al nuovo contratto di servizio RAI, riteniamo quindi che, per un effettivo superamento degli stereotipi di genere, insieme all'adozione del Contratto sia prioritario:

- promuovere la **consapevolezza di genere** tra tutte le figure coinvolte nella comunicazione. Offrire a tutte le figure professionali coinvolte nella comunicazione e nella pubblicità (giornalisti/e e tutti i professionisti che lavorano nei mass media - cameraman, presentatori, autori ecc.) strumenti e nozioni necessarie a un'effettiva applicazione dell'ottica di genere nella comunicazione, ovvero: a) una formazione che permetta di comprendere cosa significa "discriminazione di genere", come individuare e decostruire pregiudizi e stereotipi di genere; b) privilegiare ad una formazione prettamente nozionistica, un approccio integrato, partecipato e pratico.
- Fornire delle **linee guida** per una comunicazione gender-sensitive, da elaborare insieme alle federazioni dei media, alle organizzazioni di donne e alle esperte di genere
- Prevedere delle **modalità di attuazione** che garantiscano il pieno rispetto del contratto, un monitoraggio regolare e partecipato della sua applicazione e la diffusione dei risultati.
- Prevedere **meccanismi premiali** che incentivino e valorizzino programmi e prodotti rispettosi dell'identità di genere e del principio di non discriminazione.

In merito ai contenuti del contratto suggeriamo le seguenti integrazioni:

- Diffondere linguaggi e contenuti non discriminatori, adottando in particolare un linguaggio rispettoso dell'identità di genere, es. l'uso del genere femminile per le cariche istituzionali e per tutti i ruoli e le professioni ricoperte da donne,
- Contrastare la rappresentazione eccessivamente sessualizzata delle donne e soprattutto delle bambine,
- Contrastare la rappresentazione eccessivamente sessualizzata delle donne e soprattutto delle bambine nei media,
- Oltre a prevenire l'utilizzo di espressioni e immagini che possano veicolare pregiudizi e stereotipi di genere e incitare o giustificare atti di violenza sulle donne, garantire un'informazione corretta degli episodi di violenza di genere, contrastando una comunicazione che colpevolizza, erotizza o vittimizza le donne.

## **IL CONTRASTO AGLI STEREOTIPI DI GENERE - RIFERIMENTI INTERNAZIONALI**

### **ART.5 CEDAW - Convenzione ONU per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne**

Gli Stati hanno l'obbligo di adottare ogni misura adeguata al fine di:

a) modificare gli schemi ed i modelli di comportamento socioculturale degli uomini e delle

donne al fine di giungere ad una eliminazione dei pregiudizi e delle pratiche consuetudinarie o di altro genere, che siano basate sulla convinzione dell'inferiorità o della superiorità dell'uno o dell'altro sesso o sull'idea di ruoli stereotipati degli uomini e delle donne

b) far sì che l'educazione familiare contribuisca alla comprensione che la maternità è una funzione sociale e che uomini e donne hanno responsabilità comuni nella cura di allevare i figli e di assicurare il loro sviluppo, restando inteso che l'interesse dei figli è in ogni caso la considerazione principale.

### **RACCOMANDAZIONI DEL COMITATO CEDAW ALL'ITALIA**

**CEDAW/C/ITA/CO/6**

**26 LUGLIO 2011**

#### **Stereotipi e pratiche lesive dei diritti delle donne**

23. Il Comitato invita lo Stato-parte a:

(a) mettere in atto una politica completa, di lungo termine e coordinata, rivolta a uomini e donne, bambine e bambini, per superare l'immagine delle donne come oggetto sessuale e gli stereotipi relativi ai loro ruoli nella società e nella famiglia, in linea con l'art.2 (f) della Convenzione. Tale politica dovrebbe: includere delle misure legali, amministrative e di sensibilizzazione; coinvolgere i pubblici funzionari e la società civile; e rivolgersi all'intera popolazione;

(b) rafforzare l'uguaglianza di genere ed eliminare gli stereotipi patriarcali nel sistema scolastico; ed

(c) assicurare che le tematiche attinenti alla parità di genere ed i programmi di formazione e di sensibilizzazione divengano una componente integrale, sostanziale ed obbligatoria della formazione di tutti gli insegnanti a tutti i livelli.

24. Nonostante lo Stato-parte abbia recentemente adottato delle misure per affrontare le attitudini stereotipate e sessiste nei media e nell'industria pubblicitaria, dove sono particolarmente diffuse, e dove uomini e donne sono spesso rappresentati in modo stereotipato, il Comitato è preoccupato circa la mancanza di informazioni sull'impatto di tali misure.

25. Il Comitato raccomanda che lo Stato-parte fornisca informazioni sull'esistenza di stereotipi sessisti nei media e nel settore pubblicitario, sulle misure di auto-regolamentazione, quali codici di condotta e meccanismi stabiliti per monitorare e ricevere reclami relativi a fattori sessisti nei media, e sui risultati ottenuti, nel prossimo Rapporto periodico.

**Rapporto della Relatrice Speciale ONU contro la violenza sulle donne, le sue cause e conseguenze, Rashida Manjoo, presentato al Consiglio dei Diritti Umani nella sua XX sessione.**

**A/HRC/20/16/Add.2**

15.06.2012

**MISSIONE IN ITALIA**

**VIII: Conclusioni e raccomandazioni**

**B. Iniziative di sensibilizzazione e per favorire un cambiamento sociale**

95. Il Governo dovrebbe inoltre:

(a) Continuare a condurre campagne di sensibilizzazione volte a eliminare atteggiamenti stereotipati circa i ruoli e le responsabilità delle donne e degli uomini nella famiglia, nella società e nell'ambiente di lavoro;

(b) Rafforzare la capacità dell'Ufficio Nazionale Antidiscriminazione Razziale per porre in essere programmi rivolti a cambiare la percezione delle donne che appartengono a comunità e gruppi marginalizzati, da parte della società;

(c) Continuare a condurre campagne di sensibilizzazione specifiche, che prevedano la partecipazione della società civile, per aumentare la consapevolezza sul tema della violenza contro le donne in generale ed in particolare quella sulle donne appartenenti a gruppi marginalizzati;

(d) Formare e sensibilizzare i media sui diritti delle donne e sulla violenza contro le donne, al fine di ottenere una rappresentazione non stereotipata delle donne e degli uomini nei media nazionali.

---