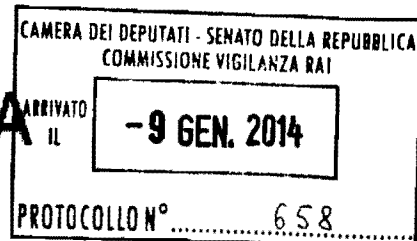


DONNEINQUOTA
ASSOCIAZIONE CULTURALE



AUDIZIONE IN COMMISSIONE VIGILANZA RAI

8 gennaio 2014

Come sapete, il Contratto di Servizio 2010-2012 conteneva per la prima volta nella storia della Rai, ben 13 emendamenti sull'immagine della donna nella tv pubblica.

Nessuno di quei 13 emendamenti è però stato applicato. Nemmeno il monitoraggio, come ci era sembrato in un primo tempo.

La Presidente Tarantola, dopo i ns. ripetuti solleciti, ci ha comunicato che l'Osservatorio di Pavia le ha consegnato i risultati del monitoraggio a fine dicembre. Attendiamo con interesse la pubblicazione dei dati che devono essere visibili anche al pubblico. **Questa è la prima richiesta di emendamento per il nuovo Contratto di Servizio.**

Più precisamente, all'art. 21 punto 3 g: Tale report sarà frutto di un apposito monitoraggio effettuato NON dalla concessionaria ma da un ente terzo e dovrà poi essere pubblicato sui siti della Rai, del Mise e dell'Agcom. Nonché altri siti di interesse.

Alla scadenza del Contratto, ci siamo adoperate affinché i 13 emendamenti – migliorati, se possibile dalle nostre e altrui osservazioni - fossero contenuti nella nuova bozza.

A fine luglio abbiamo quindi inviato al Viceministro Catricalà, il quale era stato - come in passato - sensibilizzato dal CUG del MISE, le nostre osservazioni e a settembre, insieme alle amiche della Piattaforma Lavori in corsa, l'abbiamo anche incontrato.

Nel nuovo testo abbiamo ritrovato molte delle nostre osservazioni e ci riteniamo abbastanza soddisfatte.

Ma ci sono ancora spazi di miglioramento che si riferiscono in particolar modo alle pubblicità sessiste e alle trasmissioni dell'accesso.

I media in generale, ma la RAI in particolare, hanno grosse responsabilità nei confronti delle donne.

Non intendiamo ribadire ancora una volta la stretta connessione tra immagini sessiste e violenza di genere – che spesso sfocia in femminicidio – perché presumiamo che il concetto sia ormai chiaro. Il 17 dicembre anche le colleghe dell'Appello Donne e Media hanno insistito su questo punto durante la loro audizione.

Ci concentreremo invece sui danni provocati dalla veicolazione di un'immagine delle donne non corretta, non veritiera che nei fatti si traduce nella sottorappresentanza ovunque si decide.

Noi ci occupiamo infatti di rappresentanza politica femminile, con la precisa convinzione che non esista vera democrazia se la composizione delle Istituzioni non rispecchia quella della società, attualmente 52% di donne e 48% di uomini.

DonneinQuota è un'associazione culturale senza scopo di lucro, nata nel 2006 a Milano dal corso "Donne, Politica e Istituzioni" promosso dal Ministero delle P.O. e tenuto, ancora oggi, in decine di università italiane diverse. L'obiettivo dell'allora Ministra Prestigiacomo era avvicinare le donne alla politica, favorendone l'ingresso nelle Istituzioni.

Il nostro obiettivo principale è lo stesso.



Come esempio della nostra attività sul tema, vi citiamo il ricorso al Tar contro l'ex giunta regionale lombarda, composta da 15 uomini e una sola donna, che la nostra associazione ha vinto nel 2012. Come naturale conseguenza del ns. impegno sulla rappresentanza, dal 2008 ci occupiamo anche dell'immagine delle donne nei media.

Come esempio della ns. attività sul tema, nel giugno 2011 abbiamo organizzato presso la sede Rai di Milano il 1° Meeting sull'immagine della donna nella tv pubblica, a seguito del quale abbiamo scritto una lettera alla Rai con alcune precise richieste.

Questa nostra iniziativa ha dato il là al 1° convegno sull'argomento in Rai a Roma, il 7 marzo 2012, organizzato dal C.P.O. della Rai e alla presenza dell'allora direttrice Lorenza Lei, della Ministra Fornero e di Emma Bonino. Durante il convegno la direttrice ha annunciato un programma intitolato "Il talento delle donne" che poi non è mai partito.

Nel settembre del 2012 abbiamo organizzato il flash mob "Non solo Miss" davanti alla sede Rai di Milano per protestare contro le 5 serate che la Rai aveva dedicato a Miss Italia.

Proprio qualche giorno fa, il 3 gennaio, la Rai ha compiuto 60 anni di attività.

Abbiamo letto, visto e sentito articoli, special e interviste che ne hanno parlato, affrontando il tema da più punti di vista.

Nessuno però ha approcciato la storia di questi 60 anni dal punto di vista di genere (per genere si intende genere femminile), dato che nessuno in Italia si occupa di sessismo nei media, tranne le associazioni femminili come la nostra - che lavora sul tema dal 2008.

Una specie di bilancio di genere, insomma, della tv pubblica.

Un tentativo è già stato fatto nel 2009 con il video "Il corpo delle donne" – 20 minuti circa che però riguardavano sia la Rai che le tv private - e la visione del video, che ci auguriamo che tutti abbiate visto - è devastante.

Come si è evoluta nella tv pubblica l'immagine delle donne in questi decenni? Rispecchia la realtà? Vediamo la moltitudine di donne che compongono la società? Ci sono donne magistrato, capitane di industria, politiche ed esperte che popolano le trasmissioni?

Nelle tribune elettorali vediamo le nostre politiche o solo i loro colleghi uomini?

Diamo alle/ai nostre/i ragazze/i i role models – donne e uomini - che hanno bisogno per costruire una società migliore? Più paritaria?

Possiamo dire con assoluta sicurezza che non è così. Il bilancio è assolutamente fallimentare.

Nonostante gli appelli e le esternazioni del Presidente Napolitano, che sostiene dall'inizio l'Appello Donne e Media e si è ancora espresso sul tema della rappresentazione delle donne lo scorso novembre, della Presidente della Camera Boldrini e della stessa presidente della Rai Tarantola la situazione resta pressoché immutata.

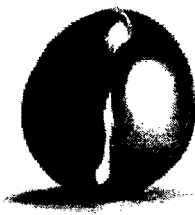
La rappresentazione delle donne nei media in generale ma nella tv pubblica in particolare ha danneggiato gravemente il 52% della popolazione.

Ha di fatto impedito il raggiungimento della parità effettiva tra donne e uomini.

E la pubblicità è la peggiore e più invasiva forma di sessismo.

La nostra seconda richiesta di emendamento al Contratto di Servizio 2013-2015 è proprio questa: inserire un controllo, se possibile preventivo, sulle pubblicità trasmesse in quanto continuano a veicolare immagini sessiste e stereotipate delle donne.

E il monitoraggio deve includere anche le pubblicità.



Più precisamente, all'art. 10 punto 1: La Rai si impegna ad improntare tutta la programmazione, compresa la pubblicità, diffusa su qualsiasi piattaforma

Aggiungere un punto 6: La Rai è tenuta a mettere a punto un idoneo sistema di analisi e monitoraggio della qualità e della quantità delle offerte di cui ai commi 2 e 3 e a fornire adeguata informativa con cadenza semestrale al Ministero, all'Autorità, alla Commissione Parlamentare e agli utenti.

Inoltre all'art. 9 punto 7 La Rai si impegna ad evitare le pubblicità sessiste, e la pubblicità in favore

Nel 2008 il Parlamento Europeo ha emesso una Risoluzione intitolata "Sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini".

Cosa ha fatto il ns. paese per adeguarsi a queste raccomandazioni?

Assolutamente niente.

In Italia non esistono norme sul sessismo in pubblicità. E in questo vuoto, i pubblicitari sguazzano.

La nostra terza richiesta di emendamento riguarda la composizione NON paritaria di tutti gli organi.

Riteniamo infatti indispensabile, per ottenere processi efficaci di vigilanza sul palinsesto e sulla produzione, che la composizione del Consiglio di Amministrazione – come qualsiasi altra struttura interna alla RAI - sia paritaria, donne e uomini, e la nomina di una ulteriore componente del CdA da parte del Ministero delle Pari Opportunità, delegata a valutare i prodotti secondo una visione rispettosa e paritaria per quanto riguarda il gender, capace di rimuovere gli ostacoli che si frappongono alla realizzazione di opere di qualità e promuovere azioni di garanzia qualitativa per la tutela dell'immagine femminile.

Onde evitare che si verificano ancora situazioni come l'attuale composizione della Commissione di Vigilanza – 1 donna su 19 membri senatori e 5 donne su 16 tra i membri deputati – chiediamo quindi di emendare l'art. 20 punto 2, specificando che i 12 membri devono essere 6 donne e 6 uomini.

La nostra quarta richiesta di emendamento riguarda le trasmissioni dell'accesso. Noi ne abbiamo usufruito due volte con facilità.

Il problema è che gli spot vengono trasmessi ad orari improbabili: nel 2012 era il martedì, oggi al sabato ma l'orario rimane lo stesso: alle 10.30.

E quindi all'art. 13 punto 2sono programmate su ciascun mezzo radiotelevisivoe messe in onda negli orari di maggiore affluenza ...

Vorremmo ora proporre la nascita di una struttura inizialmente sperimentale, chiamata "Gender Educational", affiancata da un laboratorio ideativo-produttivo di nuovi format che interpretino le esigenze dell'utenza femminile per una corretta crescita culturale nel rispetto delle differenze e in nome della pluralità.

Attraverso questa struttura, la creatività femminile potrà esprimere, attraverso i format ideati e realizzati dalla struttura stessa, linguaggi e cultura proprio di genere.

Le Pari Opportunità potranno trovare finalmente un campo di azione e una dignità di espressione in materia di intrattenimento e di informazione.

Infine, ricordiamo una cosa molto importante: il Contratto di Servizio si riferisce solo alla Rai.

E le tv private? Le lasciamo senza norme?

Non sarebbe corretto.



DONNEINQUOTA
ASSOCIAZIONE CULTURALE

Per questo motivo ma per quanto riguarda solo il sessismo, al MISE dip. Comunicazione stanno lavorando da tempo ad un Codice di autoregolamentazione recante linee guida sulla corretta rappresentazione dei generi nel sistema media.

Una volta approvato, questo Codice dovrà essere firmato da tutte le tv private.

Sarebbe quindi auspicabile appoggiare con forza il Codice affinché possa entrare al più presto in funzione.

Le nostre richieste di emendamento nonché la nostre proposta vanno sommate agli emendamenti delle colleghe della Piattaforma Lavori in corsa: 30 anni Cedaw ma anche a quelli dell'Appello Donne e Media.