



APPELLO DONNE E MEDIA

***Le proposte diventano Riforme:
nuovi impegni per la RAI.***

***Occorre proseguire con regole per tutti i Media,
un Organismo ad hoc
ed uno STANDARD Europeo Donne e Media***

Milano, 8 marzo 2011 ore 10.00

LA TV DELLE DONNE

L'ECCELLENZA DELLA NORMALITA'

Intervento di Gabriella Cims

Promotrice dell'Appello Donne e Media

UNA PREMESSA



**E' davvero realizzabile
la parità di opportunità
tra uomo e donna
se non vi è
parità di rappresentazione?**

**Non si può negare l'esistenza dei mezzi di comunicazione ed
il ruolo che essi svolgono:**

**se è vero che essi sono il racconto delle società
è altrettanto vero che ne prefigurano i modelli di riferimento
per l'immaginario collettivo, sedimentando
quotidianamente gli stereotipi vincenti anche per le nuove
generazioni.**

**Proporre come "normale" lo stereotipo di
donna=cornicetta ornamentale,
non è un problema delle donne: è una *diminutio* che riguarda
tutta la società.**

...E NON CI SONO QUOTE CHE TENGANO!



APPELLO DEL 27 NOVEMBRE 2009: LE RIFORME E GLI EMENDAMENTI PROPOSTI

“EVITARE DI CONDIRE TV CON PEZZI DI CARNE DI DONNA”

“Quale responsabile dell’Osservatorio sui Servizi Audiovisivi, ho elaborato e proposto una serie di emendamenti per avviare un nuovo corso dell’immagine femminile, a partire dal servizio pubblico”

Solo la bellezza fa audience? Dibattito aperto sul ruolo delle donne in Tv

Appello a Romani, Calabro’ e Garimberti: “Il servizio pubblico ha un’occasione da non mancare”

Di Gabriella Cims

Responsabile Osservatorio

Direttiva Ue Servizi Audiovisivi

Non occorrono tanti preamboli per descrivere quello che appare evidente agli occhi di tutti. **Si potrebbe evitare di condire ogni contesto di trasmissione televisiva con un pezzo di carne di donna.** Perché è di questo che si tratta quando accanto al conduttore di turno, che in genere incarna l’autorevolezza, si espone una forma corporea femminile della cui testa – senza metterne in dubbio l’esistenza - il più delle volte nulla è dato sapere. C’è un concetto che si chiama **dignità**. Dignità umana, culturale e professionale. Credo che questo concetto, riferito alle donne, sia stato ultimamente troppo tradito dai mezzi di comunicazione, in un processo a valanga che sta travolgendo tutto e tutti, consci ed inconsci ...

... Forse è venuto il momento, con pacatezza, di iniziare un “**nuovo corso**”.

Non servono grandi rivoluzioni, per cambiare funzionano le riforme, occorrono idee chiare, iniziative concrete e la volontà per farle camminare ...

... Credo che la naturale scadenza, a dicembre, del contratto triennale che stabilisce **i doveri della Rai**, sia una di quelle **occasioni da non perdere**. Come responsabile dell’Osservatorio sui Servizi Audiovisivi insediato un anno fa dal Vice Ministro delle Comunicazioni, **ho proposto una serie di emendamenti per contribuire ad un nuovo corso dell’immagine femminile, a partire dal servizio pubblico**. Ma ciò non basta e mi appello...

...pezzi di carne di donna.

Perché è di questo che si tratta quando al conduttore di turno, che in genere incarna l'autorevolezza, si affianca a qualsiasi orario un corpo femminile della cui testa –senza metterne in dubbio l'esistenza - nulla è dato sapere.

C'è un concetto che si chiama "dignità": umana, culturale, professionale.

Questo concetto, riferito alle donne, è stato troppo tradito dai mezzi di comunicazione.

COME MIGLIORARE LO STATUS QUO?

**DALLA DIAGNOSI ALLA CURA:
L'APPELLO DONNE E MEDIA HA AVANZATO
UNA PIATTAFORMA DI PROPOSTE,
LE HA CONDIVISE NELLA RETE
E LE HA OPPORTUNAMENTE SOSTENUTE NELLE
ISTITUZIONI COMPETENTI.**



GLI OBIETTIVI PROMOSSI DELL'APPELLO DONNE E MEDIA



- Piattaforma di emendamenti al **Contratto di Servizio Pubblico RAI** scaduto a dicembre 2009, presentati in sede di Commissione paritetica Rai-Governo (dal novembre 2009) e Commissione di Vigilanza;
- La richiesta al servizio pubblico di dedicare **spazi ad hoc** per rappresentare la pluralità della realtà femminile;
- Sui **mezzi di comunicazione in generale**, l'Appello chiede l'adozione di un **CODICE "Donne e Media", di regole condivise**, simile a quello adottato dagli altri paesi dell'Unione Europea, come rilevato dal Libro Bianco del Censis, "Women and Media in Europe";
- Un **ORGANISMO ad hoc** che ne monitori l'applicazione e promuova iniziative idonee ad implementarne gli obiettivi.
- Armonizzare le diverse disposizioni vigenti negli stati membri dell'Unione per promuovere uno **"STANDARD EUROPEO" Donne e Media**

... LE 4 PROPOSTE AVANZATE DALL'APPELLO, E DISCUSSE IN MOLTEPLICI DIBATTITI PUBBLICI, DIVENTANO L'OGGETTO DI UNA LETTERA APERTA

**LETTERA APERTA
INVIATA ALLE ISTITUZIONI
IL 28 DICEMBRE 2011,
diffusa nel web da key4biz.it,
con il testo degli emendamenti proposti
da Gabriella Cims e condivisi da migliaia
di persone.**

*Al Presidente della Repubblica, On. Giorgio Napolitano
Al Presidente della Rai, Dr. Paolo Garimberti
Al Presidente dell'Agcom, Prof. Corrado Calabrò
Al Presidente della Commissione Parlamentare di Vigilanza,
On. Sergio Zavoli
Al Ministro dello Sviluppo Economico, On. Claudio Scajola
Al Vice Ministro delle Comunicazioni, On. Paolo Romani
Al Ministro delle Pari Opportunità, On. Mara Carfagna*



Signor Presidente, Signorie Vostre

In occasione del prossimo rinnovo del Contratto Nazionale di Servizio della Radiotelevisione, chiediamo vivamente di porre la massima attenzione sul *tema della rappresentazione delle donne in tivù*. Da più parti della società civile emerge con crescente urgenza la necessità di un nuovo corso per la figura femminile nelle trasmissioni radiotelevisive ma esso, tuttavia, stenta a trovare un terreno concreto di sbocco.

Il dettato dei **principi costituzionali**, in particolare **all'articolo 3, 51, e 117**, è chiaro: *“E’ compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e la uguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l’effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all’organizzazione politica, economica e sociale del Paese”*.

Il servizio pubblico, per primo, potrebbe svolgere un ruolo specifico nel rimuovere l’ostacolo prodotto di fatto da una *visione parziale* dell’immagine femminile, promuovendo una rappresentazione rispettosa della dignità umana, culturale e professionale delle donne. A tal fine **condividiamo e intendiamo sostenere le proposte contenute nell’appello** della responsabile dell’Osservatorio Direttiva Servizi di Media Audiovisivi del Dipartimento Comunicazioni, Gabriella Cims, come appreso dagli organi di stampa, (*appello pubblicato su Rainews24 del 29/11/2009: “Solo la bellezza fa audience?”*), e discusso recentemente nei dibattiti pubblici promossi anche dal CPO dell’Enea e dal CPO del Ministero dello Sviluppo Economico.

Chiediamo pertanto:

- **che il servizio pubblico trasmetta programmi ad hoc** sulle questioni della vita reale delle donne, offrendo all’immaginario collettivo *una maggiore completezza e pluralità di modelli di riferimento della femminilità*;
- **che il Contratto di Servizio venga emendato**, -*proposta allegata*- poiché la versione in vigore palesa più di un punto debole sotto questo profilo. Basti osservare che non vi è un solo articolo o comma dedicato *specificatamente* ai temi delle pari opportunità e che la violenza sulle donne è una vistosa *“assenza”* nella programmazione sociale, (*art. 8 comma 6*).
- **l’adozione di un Codice di Autoregolamentazione Media e Donne** e l’insediamento di un **Comitato ad hoc** che ne monitori l’effettiva applicazione nell’ambito dell’emittenza e dei media in generale. Ciò avvicinerrebbe l’Italia agli altri Paesi Europei che già da diversi anni hanno varato iniziative simili, come rilevato dal Libro Bianco del Censis, *“Women and Media in Europe”*.

Confidando che alla più partecipata riflessione, si affianchi alla nostra voce il significativo Vostro contributo, vogliate accogliere i sensi della nostra più alta stima.

Roma, 28 dicembre 2009

Il 28 dicembre le prime firmatarie erano 32, oggi sono circa un migliaio le persone che hanno aderito tra Facebook e Key4biz

Il 28 dicembre 2009, le prime firmatarie erano 32

OGGI, sono più di un migliaio le sottoscrizioni raccolte attraverso la campagna disseminata nel web da key4biz.it.

LE RIFORME PROPOSTE *DALL'APPELLO DONNE E MEDIA*, stanno diventando una realtà, a partire dalle oltre 10 modifiche al Contratto di Servizio pubblico della Rai.

In tale direzione si intende proseguire.

Da Internet alle Riforme, è la storia di un successo nato in Rete.



La prima risposta all'Appello, per una nuova rappresentazione mediatica delle donne, arriva dal Presidente Giorgio Napolitano 18 febbraio 2010

La prima e più importante risposta istituzionale all'appello lanciato dal mondo femminile sul problema della rappresentazione delle donne nell'ambito dei media e espresso attraverso la campagna "**Donne e TV**", viene dalla **Presidenza della Repubblica**, con una lettera pervenuta alla Presidente del Comitato Pari Opportunità del Ministero dello Sviluppo Economico, **Mirella Ferlazzo**, prima firmataria dell'appello a sostegno della proposta di emendamenti presentati da **Gabriella Cims**, responsabile Osservatorio Direttiva UE Servizi di Media Audiovisivi presso il Dipartimento Comunicazioni.

Nel testo della lettera inviata dalla Presidenza della Repubblica, viene ricordato e riaffermato l'impegno del Capo dello Stato sulla questione della valorizzazione delle donne nella società italiana.

Già in occasione delle celebrazioni della Giornata internazionale della donna che hanno avuto luogo al Quirinale nel marzo 2008 e 2009, il Presidente **Giorgio Napolitano ha affermato che *"...il quadro di riferimento generale per portare avanti la causa delle donne in tutti i suoi aspetti resta, più che mai, la nostra Costituzione. I valori più preziosi per le donne, libertà, emancipazione, partecipazione attiva alla vita sociale e civile, uguaglianza di opportunità, pieno riconoscimento, a parità con gli uomini, dei talenti e dei meriti, sono il prodotto di un lungo processo di trasformazione della società, della cultura e del costume, il prodotto di una graduale maturazione della coscienza collettiva. Ma è con la Costituzione che quei valori si sono fatti principi. E diritti."***

- **"Onore al merito"** è stato il titolo attribuito dal Capo dello Stato alla celebrazione della giornata internazionale della donna del 2009 ed è proprio su questo stesso obiettivo che ha preso corpo l'appello, promosso da centinaia di firmatarie con una lettera inviata il 28 dicembre 2009 alle più alte cariche istituzionali ed esponenti del Governo, e ampiamente rilanciato su internet da **Key4biz**, chiedendo una rappresentazione dell'immagine femminile nei media più rispettosa dei diversi ruoli che le donne svolgono nella società.
- Le firmatarie dell'appello alle istituzioni e il movimento che si è mobilitato intorno ad esse ringraziano coralmente il Presidente della Repubblica: *"Ci sentiamo incoraggiate dal segnale che viene dalla più alta carica dello Stato – ha dichiarato Gabriella Cims – e siamo fiduciose che anche il nostro Paese in tutte le sue componenti riuscirà a cogliere il grande contributo che può venire dal mondo femminile"*.



DONNE IN TV E NEI MEDIA: Un nuovo corso per l'immagine femminile

Roma, 15 aprile 2010 - ore 14.30 -
Sala Polifunzionale Presidenza del Consiglio, Via S. Maria in Via 37



Ministero dello Sviluppo Economico
Comitato per le Pari Opportunità



cimsComunicazioni



Programma

Ore 14.30 Caffé di benvenuto

Ore 15.00 Apertura

On. Claudio Scajola, Ministro dello Sviluppo Economico
Gabiella Cims, Promotrice Appello "Donne e Media"

Prima Sessione

Focus sul servizio pubblico: Gli emendamenti proposti dall' Appello e il nuovo Contratto di servizio pubblico 2010-2012
Video-Doc e intervento di Lorella Zanardo da Il corpo delle donne.

Introduzione Paolo Garimberti, Presidente Rai

Interventi Lorenza Lei, Vicedirettore Generale Rai
Antonio Marano, Vicedirettore Generale Rai
Annabella Souhodolsky, Presidente CPO Rai
Roberto Rao, Commissione Parlamentare Vigilanza
Giampaolo Rossi, Presidente RAI NET
Lucia Annunziata, Giornalista Rai

Alessandra Servidori, Consigliera Nazionale di Parità
Modera: Giuliana Del Bufalo, Direttore Rai Parlamento

Seconda Sessione

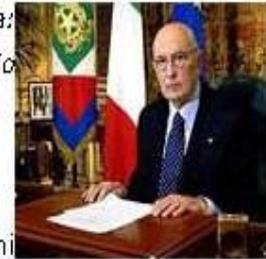
Focus sul quadro regolamentare nazionale e globale: Un nuovo corso nell'impiego della figura femminile nei media
Video-Doc e intervento di Nella Condorelli: Viaggio nel Novecento delle donne. Una storia politica

Interventi Elisa Manna, Censis, Responsabile politiche culturali
Maria Eleanora Lucchin, Responsabile Direzione Docum. e Analisi Istituzionale Mediaset
Raffaele Barberio, Editore key4biz/campagna donnetv
Maria Latella, Direttore A (RCS)
Giovanna Maggioni, Direttore Generale UPA
Alberto Contri, Presidente Pubblicità Progresso
Flavia Barca, Coordinatrice IEM-Fondazione Rosselli
Franco Mugerli, Presidente Comitato Media e Minori
Elena Vecchio, Presidente Federmanager/Minerva
Maria Moreni, Coordinatrice Etic Media
Modera Lucia Visca, Presidente CPO FNSI

Question-Time con le rappresentanti delle firmatarie dell' Appello Donne e Media

Donne e Tv. Giorgio Napolitano: 'Importante arginare la tendenza alla sottovalutazione o all'aperto disprezzo della dignità femminile'

Riportiamo di seguito il messaggio inviato dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano al workshop 'Donne in TV e nei Media: un nuovo corso per l'immagine femminile' che si è tenuto a Roma il 15 aprile. Domani pubblicheremo l'intervento del Ministro dello Sviluppo economico Claudio Scajola.



In occasione del vostro convegno "**Donne in Tivù e in copertina: un nuovo corso per l'impiego dell'immagine femminile**", mi fa piacere rinnovarvi l'augurio di riuscire a raggiungere un obiettivo che – come sapete – condivido.

Mi riferisco al **rispetto che le donne devono esigere** in ogni ambito: nella famiglia, nella scuola, sul luogo di lavoro, in politica. È questo il richiamo che ho rivolto in occasione della Cerimonia dell'8 marzo di quest'anno al Quirinale dedicato alle donne di domani, sollecitando le adolescenti che si apprestano ad entrare nell'età adulta a esigere il rispetto della loro dignità di donne.

L'impegno a "**rimuovere gli ostacoli**" che limitano "la libertà e l'uguaglianza dei cittadini", contenuto nell'articolo 3 della nostra Costituzione, così come la richiesta rivolta dall'articolo 117 alle "leggi regionali di rimuovere ogni ostacolo che impedisce la piena parità tra donne e uomini", si riferiscono ovviamente anche al diritto a ottenere uguale rispetto e dignità per i cittadini di entrambi i sessi.

È evidente che la comunicazione di un'**immagine della donna** che risponda a funzioni ornamentali o che venga offerta come bene di consumo offende profondamente la dignità delle donne italiane. Non solo: questo stile di comunicazione nei media, nelle pubblicità, nel dibattito pubblico può offrire un contesto favorevole dove attecchiscono molestie sessuali, verbali e fisiche, se non veri e propri atti di violenza anche da parte di giovanissimi.

Non intendo entrare nel merito degli strumenti pratici da voi proposti, ma è certamente importante che si ponga un argine a questo dilagare della tendenza alla sottovalutazione o all'aperto disprezzo della dignità femminile, educando fin dall'infanzia i giovani al rispetto delle donne, le ragazze a pretenderlo e ancor di più i ragazzi a esprimerlo.

In questo spirito invio a lei, ai relatori e ai partecipanti al convegno i più sentiti auguri di buon lavoro e un cordiale saluto.

15 aprile 2010

- **La partecipazione al dibattito pubblico, promosso il 15 aprile 2010 a Roma, E' STATA LA MIGLIOR RISPOSTA data dal Presidente della Rai, Paolo Garimberti, e dall'ex Ministro dello Sviluppo Economico, Claudio Scajola, alle richieste della lettera-Appello, dimostrando di avvertire in prima persona la necessità di migliorare l'attuale situazione.**
- **L'ampia partecipazione dei vertici del servizio pubblico, di autorevoli rappresentanti dell'Università, di Istituti di Ricerca, del settore pubblicitario, dell'editoria e della stampa, ha dato vita ad un vivace confronto pubblico sul tema, concentrandosi su quei precisi obiettivi e quelle specifiche richieste avanzate dall'Appello.**



L'IMPEGNO PRESO DAL GOVERNO BERLUSCONI DURANTE IL CONVEGNO DEL 15 APRILE PER PROMUOVERE "UN NUOVO CORSO PER L'IMMAGINE FEMMINILE"

Il Ministro dello Sviluppo economico, Claudio Scajola:

..."Per raggiungere l'obiettivo della parità, un ruolo importante può e deve essere svolto dalla televisione e da tutti i mezzi di comunicazione, che sempre più hanno la responsabilità sociale di promuovere un'immagine femminile moderna, fedele alla realtà, rispettosa della dignità umana, culturale e professionale delle donne.

In linea con questa esigenza, **nel nuovo Contratto nazionale di servizio Rai - all'esame del Parlamento - abbiamo dedicato particolare attenzione al ruolo femminile, anche recependo alcune indicazioni contenute nell'Appello "Donne e media" ... lanciato lo scorso novembre via internet e che ha riscosso tante adesioni.**

Questi interventi dimostrano l'attenzione e la sensibilità con cui il Governo Berlusconi risponde all'esigenza di tutelare e valorizzare il ruolo e l'immagine femminile anche nella televisione e nei media.

Bisogna, tuttavia, essere consapevoli che l'introduzione di nuove norme non è, da sola, sufficiente.

Occorre anche un profondo cambiamento culturale, una maggiore "educazione" del pubblico, un diverso approccio nel rappresentare sui mezzi di comunicazione l'immagine della donna, le sue esigenze, le sue aspirazioni.

In questa prospettiva, **risultati positivi possono essere raggiunti attraverso iniziative di autoregolamentazione, come l'adozione - da parte degli operatori dei settori dell'informazione, dello spettacolo e della pubblicità - di un apposito codice deontologico condiviso, orientato al rispetto della dignità delle donne e alla valorizzazione della figura femminile in tutte le sue espressioni.**

COMMISSIONE PARLAMENTARE

per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

S O M M A R I O

UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI	137
Parere sullo schema di contratto di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI Radiotelevisione italiana S.p.a per il triennio 2010-2012 (Doc. n. 191).	
Audizione di rappresentanti della Croce Rossa italiana (<i>Audizione svolta</i>)	138
Audizione di rappresentanti del Comitato promotore dell'appello Donne e Media (<i>Audizione svolta</i>)	138

UFFICIO DI PRESIDENZA INTEGRATO DAI RAPPRESENTANTI DEI GRUPPI

Martedì 20 aprile 2010.

L'ufficio di presidenza, integrato dai rappresentanti dei gruppi parlamentari, si è riunito dalle ore 13.45 alle ore 14.15.

Martedì 20 aprile 2010. — Presidenza del presidente ZAVOLI. — Intervengono, per la Croce Rossa italiana, il direttore generale, dottoressa Patrizia Ravaioli, il responsabile dell'Ufficio progettazione e comunicazione, dottor Marco Accorinti, e la dottoressa Maria Rosaria Borzi; per il Comitato promotore dell'appello Donne e Media, il presidente, dottoressa Gabriella Cims, il presidente del Comitato pari opportunità del Ministero dello sviluppo economico, dottoressa Mirella Ferlazzo, e la coordinatrice della Conferenza presidenti degli organismi di parità regionali, dottoressa Donatina Persichetti, accompagnate dalla responsabile delle politiche culturali del CENSIS, dottoressa Elisa Manna, dalla coordinatrice

dell'Istituto di economia dei media (IEM) della Fondazione Rosselli, dottoressa Flavia Barca, dalla coordinatrice di *Etic Media*, signora Maria Moreni, dall'editore *Key4biz/campagna Donnetv*, dottor Raffaele Barberio, dalla presidente del Comitato pari opportunità dell'Enea, dottoressa Teresa Chironi, e dalla dottoressa Graziella Rivitti, del Comitato pari opportunità del Dipartimento comunicazioni; per la RAI, il vice direttore delle Relazioni Istituzionali, dottor Stefano Luppi, e il dottor Daniele Mattaccini.

La seduta comincia alle 14.40.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Il PRESIDENTE avverte che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità della seduta sarà assicurata per mezzo della trasmissione con il sistema audiovisivo a circuito chiuso e che delle odierne audizioni sarà redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

Parere sullo schema di contratto di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI Radiotelevisione italiana S.p.a per il triennio 2010-2012 (Doc. n. 191).

Audizione di rappresentanti della Croce Rossa italiana.

(*Audizione svolta*).

Il PRESIDENTE introduce l'audizione.

La dottoressa RAVAIOLI illustra le difficoltà talvolta incontrate nell'accedere alle reti del servizio pubblico per l'attività di raccolta di fondi finalizzati a interventi umanitari. In tale ottica, illustra una proposta di modifica al contratto di servizio.

Formulano domande, svolgendo alcune considerazioni, i deputati RAO (UdC), BELTRANDI (PD) e LAINATI (PdL) e il senatore MORRI (PD).

La dottoressa RAVAIOLI risponde alle domande, sottolineando il ruolo che la Croce Rossa italiana, in quanto ente pubblico non economico inserito anche nell'ambito della Protezione civile, interpreta nella società italiana e a livello mondiale.

Il PRESIDENTE assume l'impegno a tener conto dei problemi sollevati e dichiara conclusa l'audizione.

La seduta, sospesa alle 15.10, è ripresa alle 15.15.

Audizione di rappresentanti del Comitato promotore dell'appello Donne e Media.

(*Audizione svolta*).

Il PRESIDENTE introduce l'audizione dei rappresentanti del Comitato.

La dottoressa CIMS, la dottoressa PERSICHETTI e la dottoressa FERLAZZO sottolineano la perdurante rappresentazione parziale e falsata del mondo femminile proposta dai *media* costituisca uno svantaggio per l'intera società. Illustrano quindi alcune proposte di modifica allo schema di contratto di servizio, affinché il servizio pubblico s'impegni a promuovere e valorizzare un nuovo corso nell'impiego della figura femminile, nel pieno rispetto della dignità culturale e professionale delle donne, anche al fine di contribuire alla rimozione degli ostacoli che di fatto limitano le pari opportunità.

Svolgono alcune considerazioni il deputato RAO (UdC) e il senatore MORRI (PD).

Il PRESIDENTE sottolinea la generale condivisione dei temi illustrati e dichiara conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 15.40.



IL PRIMO OBIETTIVO: GLI EMENDAMENTI AL CONTRATTO DI SERVIZIO

- testo approvato il 3/02/2011 in CDA RAI -



CAPO I - PRINCIPI GENERALI

Articolo 1 - Missione e ruolo del servizio pubblico radiotelevisivo

Articolo 2 - Oggetto del contratto nazionale di servizio

3. La concessionaria è tenuta a realizzare un'offerta complessiva di qualità, rispettosa dell'identità, dei valori e degli ideali diffusi nel Paese, della sensibilità dei telespettatori e della tutela dei minori, **rispettosa della figura femminile e della dignità umana, culturale e professionale della donna**, caratterizzata da una ampia gamma di contenuti e da una efficienza produttiva, in grado di originare presso i cittadini una percezione positiva del servizio pubblico in relazione al costo sostenuto attraverso il canone di abbonamento nonché sotto il profilo dell'adeguatezza dei contenuti della programmazione rispetto alla specificità della missione che è chiamata a svolgere. Per raggiungere tali obiettivi la Rai, nel rispetto delle previsioni dell'articolo 45 del Testo Unico, è tenuta ad improntare la propria offerta, tra gli altri, ai seguenti principi e criteri generali: ...
- 3.b **valorizzare la rappresentazione reale e non stereotipata della molteplicità di ruoli del mondo femminile, anche nelle fasce di maggior ascolto, promuovendo - tra l'altro - seminari interni al fine di evitare una distorta rappresentazione della figura femminile, con risorse interne ed esterne, anche in base a indicazioni provenienti dalle categorie professionali interessate;**
- 3.p **promuovere e valorizzare un nuovo corso nell'impiego della figura femminile, nel pieno rispetto della dignità culturale e professionale delle donne, anche al fine di contribuire alla rimozione degli ostacoli che di fatto limitano le pari opportunità;**

Articolo 2 comma 3 –SEGUE–

Oggetto del contratto nazionale di servizio

I DUE EMENDAMENTI ALL'ARTICOLO 2 COMMA 3, PUNTO 7 E 8,

PROPOSTI IL 18 MAGGIO 2010 CON IL SOSTEGNO DI EMMA BONINO ED ALTRI PARLAMENTARI, SONO SINTETIZZATI NEL PUNTO 7, CONDIVISO DA APPELLO DONNE E MEDIA:

7. La Rai opera un monitoraggio, con produzione di idonea reportistica annuale, che consenta di verificare il rispetto circa le pari opportunità nonché la corretta rappresentazione della dignità della persona nella programmazione complessiva, con particolare riferimento alla distorta rappresentazione della figura femminile e di promuoverne un'immagine reale e non stereotipata. I report devono essere trasmessi al Ministero, all'Autorità e alla Commissione Parlamentare.

Occorre tener presente che il presente contratto già prevede una **consistente azione di monitoraggio e trasmissione di reportistica al Ministero, all'Autorità e alla Commissione Parlamentare, che è ripetuta in ogni sezione. Consultare in particolare l'art.3, commi dal 2 al 12.**

Art. 3-2: "La Rai è tenuta a dotarsi di un sistema di analisi e monitoraggio della qualità dell'offerta e delle sue determinanti, tenendo conto delle esperienze esistenti anche a livello europeo ed internazionale, con l'obiettivo di poter disporre di elementi di valutazione per la definizione di una programmazione e di una condotta aziendale che corrisponda sempre più alle domande e alle attese del pubblico e realizzi la funzione di servizio pubblico come prescritto dal presente Contratto, coniugando audience e qualità



.....

Articolo 3

Qualità dell'offerta e valore pubblico

La Rai riconosce come fine strategico e tratto distintivo della missione del servizio pubblico la qualità dell'offerta ed è tenuta a :

d) improntare, nel rispetto della dignità della persona, i contenuti della propria programmazione a criteri di decoro, buon gusto, assenza di volgarità, anche di natura espressiva, **assicurando –tra l'altro – una più moderna rappresentazione della donna nella società, valorizzandone il ruolo, e** rispettando le limitazioni di orario previste a tutela dei minori dalla legislazione vigente.

A tal fine la Rai è tenuta al rigoroso rispetto dei Codici di cui al comma 5 dell'articolo 2 **nonché di altri analoghi Codici che dovessero essere emanati nel triennio di vigenza del presente contratto;**

f) *assicurare la realizzazione di trasmissioni dedicate ai temi dei bisogni della collettività, alle condizioni sanitarie e socio-assistenziali, alle iniziative delle associazioni della società civile, all'integrazione e al multiculturalismo, **alle pari opportunità**, alla cultura e al lavoro;*



Articolo 4

Qualità dell'informazione

(il relatore)

1. La Rai assicura la qualità dell'informazione quale imprescindibile presidio di pluralismo, completezza e obiettività, imparzialità, indipendenza e apertura alle diverse forze politiche nel sistema radiotelevisivo, **nonché la tutela delle pari opportunità tra uomini e donne**, e garantisce un rigoroso rispetto della deontologia professionale da parte dei giornalisti e degli operatori del servizio pubblico, i quali sono tenuti a coniugare il principio di libertà con quello di responsabilità nel rispetto della dignità della persona, contribuendo in tal modo a garantire la qualità dell'informazione della concessionaria.

CAPO III - OFFERTA

Articolo 9 - L'offerta televisiva

2. *Si intendono per generi predeterminati di servizio pubblico:*
 - b) Programmi e rubriche di servizio: trasmissioni prevalentemente incentrate sui bisogni della collettività; trasmissioni a carattere sociale, anche incentrate su specifiche fasce deboli; programmi legati ai temi del lavoro, ai bisogni della collettività (quali le condizioni delle strutture sanitarie, assistenziali e previdenziali) all'ambiente e alla qualità della vita, alle iniziative delle associazioni della società civile; celebrazioni liturgiche; **trasmissioni idonee a comunicare al pubblico una più completa e realistica rappresentazione del ruolo che le donne svolgono nella vita sociale, culturale, economica del Paese, nelle istituzioni e nella famiglia, valorizzandone le opportunità, l'impegno ed i successi conseguiti nei diversi settori, in adempimento dei principi costituzionali;**

Articolo 10

L'offerta radiofonica

.....

- d) *Società*: programmi, rubriche e talk show su temi sociali e di costume, anche rivolti al mondo dei giovani o realizzati in formati innovativi, capaci di rappresentare la vita comunitaria e del territorio, e di ampliare il dibattito sull'evoluzione civile del Paese, ***rubriche dedicate al tema delle pari opportunità e al ruolo che le donne svolgono nella società;***

Articolo 12

La programmazione televisiva per i minori

... ..

4. La Rai si impegna affinché la programmazione dedicata ai minori risponda ai seguenti criteri:
- a) sia di buona qualità e di piacevole intrattenimento;
 - c) proponga valori positivi umani e civili, ed assicuri il rispetto della dignità della persona ***e promuova modelli di riferimento, femminili e maschili, egualitari e non stereotipati;***





5. Fermi restando i divieti di cui al decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 e successive modificazioni, nella fascia oraria compresa tra le ore 7 e le 22,30, dedicata a una visione familiare, vanno realizzati programmi riguardanti tutti i generi televisivi, che tengano conto delle esigenze e della sensibilità dell'infanzia e dell'adolescenza, evitando la messa in onda di programmi che, anche in relazione all'orario di trasmissione, possano nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori ***o programmi che possano indurre ad una forviante percezione dell'immagine femminile e della violenza sulle donne.***

Articolo 13

L'offerta dedicata alle persone con disabilità e programmazione sociale

.....

6. La Rai si impegna a collaborare, con le istituzioni preposte, alla ideazione, realizzazione e diffusione di programmi specifici diretti al contrasto e alla prevenzione della pedofilia, della violenza sui minori e alla prevenzione delle tossicodipendenze e alla conoscenza delle conseguenze prodotte dall'uso delle sostanze stupefacenti e psicotrope nonché al costo sociale che tali fenomeni comportano per la collettività. ***La Rai si impegna altresì alla prevenzione e contrasto della violenza sulle donne, collaborando con le istituzioni preposte per la realizzazione e diffusione, sulle diverse piattaforme di trasmissione, di specifici programmi.***



Articolo 14

L'offerta per l'estero

1. La Rai si impegna ad adeguare la propria offerta destinata all'estero alle mutate condizioni dello scenario complessivo di riferimento; la Rai, in particolare, si impegna a ridefinire la nuova offerta in modo tale da rappresentare la complessiva realtà del Paese anche sotto il profilo economico, le dinamiche di sviluppo e le diverse prospettive culturali, istituzionali, imprenditoriali e sociali nella loro interezza nonché a realizzare nuove forme di programmazione per l'estero che consentano di portare la cultura italiana, anche di carattere regionale, ad un più vasto pubblico internazionale. ***La Rai si impegna altresì a diffondere anche all'estero una programmazione che rispetti l'immagine femminile e la sua dignità culturale e professionale e rappresenti in modo realistico il ruolo delle donne nella società.***

**Il Presidente della Repubblica, il
Parlamento, il Governo,
la Rai hanno dato grande ascolto
ad una iniziativa
della società
che si è consolidata nella Rete,
diventando una riforma che
si è inserita
nell'Agenda politica del Paese**

**Hanno sottoscritto l'Appello numerosi parlamentari
tra i quali Emma Bonino, Roberto Rao, Silvia Costa,
Maria Ida Germontani, Vittoria Franco,
Debora Bergamini, Mariapia Garavaglia, Emanuela Baio**



La presidente del Cpo Enea, Teresa Chironi, del Cpo del Ministero dello sviluppo economico, Mirella Ferlazzo, del Cpo Uffici Giudiziari Romani, Evelina Canale, la responsabile politiche culturali CENSIS, Elisa Manna, la responsabile pari opportunità Associazione Stampa Romana, Nella Condorelli, sono tra le prime che hanno promosso occasioni pubbliche di dibattito sulle riforme proposte, alimentando il confronto proficuo che ha portato risultati tangibili già dopo un anno.

Hanno sottoscritto l'Appello numerose associazioni tra cui UDI, Soroptimist, Zonta, AIDDA, Valore D, BPW-Fidapa, Federmanager Minerva, Donne della Realtà, Donne in Quota, Maude, esponenti del mondo universitario e della ricerca, quali l'Osservatorio Studi di genere degli atenei di Roma, l'Università Bicocca di Milano, l'Istituto nazionale Fisica Nucleare, la FNSI, lo Iem-Fondazione Rosselli, la Fondazione Physeon; del settore pubblicitario, come Pubblicità Progresso, lo IAB-Italia; del marketing di multinazionali quali CISCO, JOHNSON & JOHNSON, SOTHESBY'S, Microsoft, PRA America, gli organismi di parità regionali, il Comitato Nazionale di parità, i Comitati nazionali di Pari opportunità ministeriali, della Corte dei Conti, della Banca d'Italia, dell'Enea.....

Elenco completo su key4biz:

http://www.key4biz.it/News/2010/01/13/Contenuti/firmatarie_appello_tv_contratto_servizio_rai.html#firmatarie

E sulla pagina facebook, al grippo donne e tv:

<http://www.facebook.com/group.php?gid=253779338151&ref=ts>

**A CIASCUNA PERSONA CHE HA VOLUTO SOSTENERE TALE INIZIATIVA
DANDO LA FORZA DELLA PROPRIA IDENTITA', CON IL NOME E COGNOME,
RIVOLGO UN "GRAZIE" PER AVER CONTRIBUITO
AD UN CAMBIAMENTO DI CUI SI SENTE FORTE NECESSITA'
E CHE TESTIMONIA, CON IL SUO PRIMO SUCCESSO,
COME MIGLIORARE SI PUO',
ANCHE NEL NOSTRO PAESE!**

QUALI I PROSSIMI PASSI?

- UN TAVOLO DI CONFRONTO PER L'ADOZIONE DI UN "CODICE DONNE E MEDIA" CONDIVISO
- L'ISTITUZIONE DI UN COMITATO CHE NE MONITORI L'APPLICAZIONE E PROMUOVA INIZIATIVE IDONEE

...(...) Art. 2

Il Comitato si costituisce al fine di contribuire a promuovere un'immagine equilibrata e non stereotipata della donna sui diversi media, contribuendo a rimuovere l'ostacolo alla piena parità tra uomo e donna prodotto di fatto da una rappresentazione riduttiva del ruolo che le donne svolgono realmente nella società: tale azione è focalizzata su televisione, stampa, *advertising* sulle diverse piattaforme e *outdoor*, videogiochi, radio; ponendo grande attenzione ai contenuti, anche veicolati sulle nuove tecnologie, in primis quelli offerti dal servizio pubblico;

- provvede allo svolgimento dei compiti inerenti l'analisi, il monitoraggio e le iniziative atte ad una valutazione qualitativa della rappresentazione delle donne nel settore dei media e della comunicazione, alla comunicazione istituzionale, politica e di impresa, individuandone livelli di responsabilità;
- elabora proposte idonee alla adozione in Italia di un codice deontologico "Donne e Media" condiviso dai vari esponenti la società civile, dei soggetti istituzionali ed imprenditoriali direttamente coinvolti (associazioni, enti di ricerca, istituzioni, broadcasters, produttori, pubblicitari...);
- promuove l'eguaglianza di genere nei mezzi di comunicazione come strumento fondamentale di rinnovamento politico e sociale, nonché come motore di crescita economica, più equilibrata e sostenibile;
- esamina le modalità di rappresentazione dell'universo femminile da parte dei mass-media, elabora, promuove e realizza iniziative atte alla piena realizzazione delle pari opportunità tra uomo e donna in tale settore;



PER DAR SEGUITO AGLI IMPEGNI PRESI, ad un anno dall'Appello,

E' URGENTE dunque convocare un

- **TAVOLO TECNICO DI CONFRONTO** che coinvolga i soggetti interessati: istituzioni, broadcasters, produttori di servizi audiovisivi, editori, pubblicitari, centri di ricerca, si possono confrontare per dotare anche il nostro Paese di un **CODICE DI REGOLE CONDIVISE**.
- E' questa la premessa necessaria per dar vita ad un **"COMITATO" Donne e Media**. Appello Donne e Media, nel mese di maggio 2010 ha presentato al governo la proposta già illustrata ad aprile.
- Chiediamo anche al Governo, ai Parlamentari nazionali ed Europei e a tutte le Istituzioni, che **PROPRIO DALL'ITALIA, SI AVVII OGNI AZIONE IDONEA** per una **ARMONIZZAZIONE DELLE REGOLE ESISTENTI IN EUROPA**, arrivando ad un auspicabile **"STANDARD EUROPEO DONNE E MEDIA"**

Occorre la volontà di proseguire.

Oggi abbiamo anche dimostrato che ciò rappresenta un'esigenza concreta per quanti, uomini e donne, non si sentono più rappresentati dal racconto che i nostri mezzi di comunicazione offrono della pluralità delle donne che nascono, crescono, lavorano nel nostro Paese, dando un grande contributo di sviluppo a tutta la società.



Gabriella Cims

Promotrice Appello Donne e Media