



## APPELLO DONNE E MEDIA

**RAI – Sede-**

Alla Cortese Attenzione  
Presidente, Anna Maria Tarantola  
Direttore Generale, Luigi Gubitosi  
Per conoscenza

Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, Elsa Fornero  
Ministro dello Sviluppo Economico, Corrado Passera

Illustre Presidente,  
Illustre Direttore,

Come a Voi noto, l'**Appello Donne e Media** ha promosso, a partire dal novembre 2009, un **piano ben preciso di riforme** per una rappresentazione non stereotipata delle donne nelle tv e nei mezzi di comunicazione in generale. L'iniziativa ha raccolto il sostegno di migliaia di persone, di un'ampia rappresentanza parlamentare, della pubblica amministrazione, dell'imprenditoria, dell'economia e della finanza, dell'università, della ricerca scientifica, della magistratura, dell'avvocatura, delle associazioni e dei movimenti impegnati nell'affermazione dei diritti delle donne. La Presidenza della Repubblica ne ha sostenuto pubblicamente gli obiettivi. Al Senato -odg G1 del 15/02/2011 - e alla Camera – interrogazione del 6/042011- le forze politiche si sono impegnate sugli obiettivi che abbiamo indicato.

[http://www.kev4biz.it/News/2010/01/13/Contenuti/firmatarie\\_appello\\_tv\\_contratto\\_servizio\\_rai.html](http://www.kev4biz.it/News/2010/01/13/Contenuti/firmatarie_appello_tv_contratto_servizio_rai.html)

**Quattro i cardini** su cui si basa l'Appello: 1. la *riforma della Rai*, integrando gli impegni che l'azienda si assume con il Contratto di Servizio Pubblico; 2. l'adozione di un *Codice Deontologico Donne e Media* valido per tutti i mezzi di comunicazione, oltre che per Rai; 3. l'insediamento di un *Comitato Donne e Media* per il monitoraggio e controllo, in linea con gli altri paesi europei; 4. l'armonizzazione delle assai diverse norme vigenti nei paesi dell'Unione, per uno *Standard Europeo Donne e Media*.

Il **primo cardine** è oggi una realtà, dopo la profonda riforma conseguita grazie all'inserimento dei  **tredici nuovi articoli proposti dall'Appello Donne e Media nel Contratto di servizio pubblico radiotelevisivo**. Tali articoli, pubblicati sulla G.U. del 27 giugno 2011, sono dunque impegni **vincolanti per Rai ai sensi degli artt. 45 e 49** del Testo Unico della Radiotelevisione (decreto legislativo n. 177, 31/07/2005). E' la prima volta che, attraverso il Contratto, Rai si impegna esplicitamente ad una programmazione "*rispettosa della figura femminile e della dignità umana, culturale e professionale della donna*", e ad avviare "*un nuovo corso per una rappresentazione realistica e non stereotipata delle donne*", come oggi recitano l'articolo 2, commi 3 e 3p.

Su questo terreno, tuttavia, dopo l'impegno formale, a tutt'oggi non si riesce ad intravedere il seguito di una sostanziale "messa in opera" dei principi sanciti.

Sul **secondo e terzo cardine**, l'attuale governo sta mostrando una concreta attenzione alla necessità di adottare un Codice deontologico "Donne e Media" ed insediare un relativo Comitato per l'attuazione e controllo.

**Dal consenso raccolto attraverso il web all'Agenda politica: l'Appello Donne e Media è la storia di un successo in rete.** Ma ora si chiede al Governo, e al management Rai che già dispone delle nuove succitate regole in vigore, di dare attuazione concreta agli impegni siglati, dando una svolta coraggiosa ai contenuti offerti.



## APPELLO DONNE E MEDIA

I soggetti che sostengono l'iniziativa di riforme promosse dall'Appello concordano nel chiederVi di valutare le proposte seguenti, quali contributo per la realizzazione degli impegni che l'azienda Rai ha voluto assumere, sottoscrivendo il contratto di servizio, e con ciò dando un segnale di grande apertura culturale:

- inserire nella programmazione su tutte le reti nuove trasmissioni e, in quelle già in palinsesto, promuovere uguale rappresentanza di genere nelle scelte delle presenze e pari opportunità di accesso delle donne negli spazi informativi o di intrattenimento, secondo un'ottica non stereotipata ma rappresentativa della pluralità dell'universo femminile; a tal proposito chiediamo di riconsiderare la serie di puntate sul "talento delle Donne" annunciate il 7 marzo scorso nella sala degli Arazzi di Viale Mazzini, alla presenza del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali;
- valutare l'opportunità di dedicare un'apposita "struttura", dotata delle competenze necessarie, fucina per la realizzazione di prodotti di informazione e di intrattenimento all'uopo dedicate; non un gineceo ma un'agorà, in cui il "sommerso femminile" possa essere rappresentato nella sua complessità e nella sua interezza, nel confronto reale e non stereotipato con l'altro sesso;
- prevedere un percorso per la valorizzazione delle professionalità femminili ai vertici della governance dell'azienda ed una paritaria rappresentanza in sede di consiglio di amministrazione;

Infine, riteniamo urgente sensibilizzare la Vostra cortese attenzione sull'inserimento, nella programmazione autunnale, della 73sima edizione di Miss Italia. In una fase di crisi economica, di sfiducia nel futuro, di disorientamento delle giovani generazioni, siamo certi che sia una scelta da *servizio pubblico televisivo* riaprire l'anno scolastico, accademico e lavorativo con cinque serate dedicate al concorso di bellezza? Impegnare la rete ammiraglia, Rai1, con 3 anteprime in seconda serata e 2 trasmissioni nella fascia oraria più seguita e ambita per la raccolta pubblicitaria, il "prime time", ci porta davvero ad avviare *"un nuovo corso"* per la rappresentazione mediatica del mondo femminile, impegno che Rai si è pur assunta suggellando i succitati articoli in vigore? Aiuta a superare gli stereotipi mostrare i corpi di tante giovani future donne, valutarli in centimetri, come se *"i valori nei quali credono e come decidono di reagire di fronte alle difficoltà della vita"* - si legge sul sito ufficiale di Miss Italia - dovessero concentrarsi solo in alcune zone del corpo, appositamente esposte? Se vi fosse una più ampia pluralità di modelli di riferimento femminili proposti, obiettivo dei tredici articoli in vigore, forse apparirebbe meno grottesco e stereotipato il modello offerto con il concorso di bellezza. I contribuenti, sempre più disaffezionati al canone, probabilmente si aspetterebbero dalla tivù pubblica un diverso impiego delle risorse professionali e finanziarie dell'azienda.

In attesa e fiduciosi in un positivo riscontro che ci consenta di raggiungere il comune obiettivo di un cambiamento culturale sul binomio "donne e media", chiediamo all'uopo un incontro con una delegazione rappresentativa dell'Appello Donne e Media.

Giunga il nostro augurio di buon lavoro.

Roma, 8 agosto 2012

**Gabriella Cims, Promotrice Appello Donne e Media**