



LA RAPPRESENTAZIONE DI DONNE E UOMINI NEI MEDIA E NEL SETTORE PUBBLICITARIO

Roma, Sala del Parlamentino Mise, 10.12.2012

INTERVENTO DI BARBARA SPINELLI

Avvocata, Giuristi Democratici – Piattaforma CEDAW

La richiesta di una rappresentazione non stereotipata di donne e uomini da parte dei media, ed in particolare da parte del servizio pubblico, non è solo una questione etica.

Quando si evidenzia la necessità di modificare la rappresentazione di uomini e donne, non entrano in gioco solo i valori, ma anche i diritti fondamentali della Persona, ed in particolare quelli di donne e bambine.

Ed infatti **una rappresentazione stereotipata delle Persone costituisce una forma di discriminazione, lesiva della dignità della Persona.**

Nello specifico, una rappresentazione della donna aderente ai ruoli tradizionali (brava madre e moglie, responsabile in via principali della cura della casa e dei figli, oggetto sessuale) **costituisce una forma di discriminazione di genere**, in quanto rafforza i pregiudizi sessuali e determina una maggiore tolleranza all'idea che la donna possa e debba avere un ruolo marginale nel pubblico e disponibile nel privato, generando così una maggiore esposizione di donne e bambine alla violenza ed alla discriminazione in settori della vita pubblica prevalentemente maschili, ed ostacolando così l'accesso delle donne alle posizioni apicali nonché, più in generale, all'effettivo godimento dei diritti fondamentali.

Di più: la presenza di stereotipi di genere anche negli spot e nei programmi sia per bambini che programmati nelle fasce protette, **determina gravissime ripercussioni anche sulla salute pubblica**, contribuendo in maniera significativa alla formazione nei minori di una socializzazione di genere distorta, nonché all'insorgenza di disturbi alimentari e altre forme di disagio psicologico.

*

In Italia i pregiudizi di genere sono fortemente radicati a livello sociale, e diffusi in maniera sistematica nei media, sia attraverso i programmi di intrattenimento che di informazione, nonché attraverso le pubblicità.

Il **Comitato CEDAW**, già nel **2005** evidenziava la propria **preoccupazione** per la "persistenza e pervasività dell'atteggiamento patriarcale" e per il "**profondo radicamento di stereotipi inerenti i ruoli e le responsabilità delle donne e degli uomini nella famiglia e nella**

società", che definiva "all'origine della posizione di svantaggio occupata dalle donne in vari settori, compreso il mercato del lavoro e la vita politica e pubblica" nel nostro Paese.

Il Comitato CEDAW inoltre si definiva "profondamente preoccupato anche dalla **rappresentazione data delle donne da parte dei mass media e della pubblicità**, per il fatto che viene ritratta come oggetto sessuale e in ruoli stereotipati"¹.

Nel **2011**, lo stesso Comitato CEDAW esprimeva il proprio disappunto per il mancato sviluppo di "un programma completo e coordinato per combattere **l'accettazione generalizzata di ruoli stereotipati tra uomo e donna**", e ribadiva la propria **profonda preoccupazione "per la rappresentazione della donna quale oggetto sessuale e per gli stereotipi circa i ruoli e le responsabilità dell'uomo e della donna nella famiglia e nella società"**. Questi stereotipi, aggiungeva il Comitato CEDAW "contenuti anche nelle dichiarazioni pubbliche rese dai politici, **minano la condizione sociale della donna**, come emerge dalla posizione svantaggiata delle donne in una serie di settori, incluso il mercato del lavoro e l'accesso alla vita politica e alle cariche decisionali, **condizionano le scelte delle donne** nei loro studi ed in ambito professionale e comportano che le politiche e le strategie adottate **generino risultati ed impatti diseguali** tra uomini e donne"². Di più: Il Comitato CEDAW, preso atto che l'Italia ha 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**", si è comunque definito "**preoccupato circa la mancanza di informazioni sull'impatto di tali misure**"³.

Anche la **Relatrice Speciale dell'ONU contro la violenza sulle donne**, nel suo rapporto sulla missione in Italia, descrivendo la situazione generale delle donne nella società ha evidenziato che " gli stereotipi di genere, che determinano il ruolo di uomini e donne nella società, sono profondamente radicati. Le donne portano un pesante fardello nei lavori domestici, mentre il contributo degli uomini è tra i più bassi al mondo. Con riferimento alla rappresentazione delle donne nei media, nel 2006, il 53% delle donne apparse in televisione era muta, mentre il 46% era associata a temi di sesso, moda, bellezza e solo il 2% a temi sociali e professionali".⁴

Nel medesimo Rapporto, la Relatrice Speciale ONU ha evidenziato anche il ruolo dei media nel rafforzare falsi pregiudizi, legati agli autori delle violenze maschili sulle donne ed alla trasmissione di un'immagine non corrispondente alla realtà delle donne rom e sinte⁵.

Si tratta di osservazioni che non necessitano di ulteriori commenti per descrivere quale è, dall'esterno e utilizzando la lente dei diritti umani, la percezione della rappresentazione mediatica di uomini e donne in Italia, vista come la cassa di risonanza di una radicata cultura patriarcale , quando invece potrebbe e dovrebbe essere lo strumento di fotografia e di promozione di una società che cambia e che riconosce il disvalore insito nell'enfatizzazione dei ruoli tradizionali come unica possibilità di espressione della propria identità per uomini e donne.

¹ CEDAW/C/ITA/CC/4-5, 15 Febbraio 2005, ONU - Comitato per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne (CEDAW), Trentaduesima sessione, Osservazione conclusiva del Comitato CEDAW n. 25/2005.

² CEDAW/C/ITA/CO/6, 26 Luglio 2011, ONU - Comitato per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne (CEDAW), Quarantanovesima sessione, Osservazione conclusiva del Comitato CEDAW n. 22/2011.

³ CEDAW/C/ITA/CO/6, 26 Luglio 2011, ONU - Comitato per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne (CEDAW), Quarantanovesima sessione, Osservazione conclusiva del Comitato CEDAW n. 24/2011

⁴ A/HRC/20/16/Add.2, 15. Giugno 2012, Rapporto sulla Missione in Italia, 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, para. 11, p. 6.

⁵ Ibidem, para. 9 e 22 e 55.

*

Attualmente, il sistema radiotelevisivo ha inserito nella sua disciplina clausole di genere rivolte al "**rispetto dell'immagine femminile**".

E' un primo passo, ma del tutto insufficiente, poiché orientato a un **obbiettivo parziale**.

Il sistema multilivello di tutela dei diritti umani ha definito una serie di principi e obbligazioni per gli Stati tali per cui è stato delineato un vero e proprio **diritto fondamentale a una rappresentazione non stereotipata della Persona** (sulla base del genere, dell'orientamento sessuale, della etnia, della nazionalità, della religione di appartenenza).

Infatti, per quanto riguarda nello specifico la discriminazione di genere, tanto a livello internazionale quanto dall'Unione Europea è stato riconosciuto che gli Stati, ivi incluso quello italiano, hanno **l'obbligazione 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 principale⁶.

*

Alle Istituzioni italiane le **Nazioni Unite** hanno rivolto **specifiche raccomandazioni**.

In particolare, **l'Italia è chiamata a rendere conto** al Comitato CEDAW **entro il luglio 2013** delle azioni che avrà adottato per eliminare gli stereotipi di genere: questo obbiettivo, insieme alla prevenzione e contrasto della violenza maschile sulle donne, è stata considerata una priorità dal Comitato CEDAW.

Le Raccomandazioni del Comitato CEDAW all'Italia

- **Nel 2005** esigevano⁷:

- 26. L'adozione di un programma su larga scala, onnicomprensivo e coordinato, per combattere la diffusa accettazione di ruoli stereotipati di uomini e donne, incluse **campagne di sensibilizzazione ed educative** rivolte a donne e uomini, **per cercare di favorire l'eliminazione di stereotipi associati ai ruoli tradizionali di uomini e donne nella famiglia e nella società** in senso lato, in conformità con gli articoli 2(f) e 5(a) della Convenzione.
- La diffusione di informazioni sulla Convenzione, sia tra gli attori pubblici che privati, al fine di **accrescere la sensibilizzazione e la comprensione del significato e del contenuto del concetto di uguaglianza sostanziale delle donne**.

⁶ Art. 5 CEDAW, Convenzione ONU per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne, ratificata dall'Italia con l. n. 132/1985.

⁷ CEDAW/C/ITA/CC/4-5, 15 Febbraio 2005, ONU - Comitato per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne (CEDAW), Trentaduesima sessione, Osservazione conclusiva del Comitato CEDAW n. 26/2005.

- **Che i mass media e le agenzie pubblicitarie fossero indotti ed incoraggiati a proiettare un'immagine delle donne come partner alla pari in tutte gli ambiti della vita e che ci si sforzasse di andare verso la stessa direzione, al fine di modificare la percezione delle donne come oggetti sessuali, e come responsabili in via principale della crescita dei figli.**
- **Nel 2011** in aggiunta richiedevano⁸:
 - di 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;
 - rafforzare l'uguaglianza di genere ed eliminare gli stereotipi patriarcali nel sistema scolastico;
 - 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.
 - **La raccolta di 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,
 - sui risultati ottenuti.

Le **Raccomandazioni della Relatrice Speciale ONU contro la violenza sulle donne, del 2012⁹**, richiedono :

- di 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;
- di 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;
- di 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;
- **di 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.**

⁸ CEDAW/C/ITA/CO/6, 26 Luglio 2011, ONU - Comitato per l'Eliminazione delle Discriminazioni nei confronti delle Donne (CEDAW), Quarantunesima sessione, Osservazione conclusiva del Comitato CEDAW n. 23 e 25/2011

⁹ A/HRC/20/16/Add.2, 15.Giugno 2012, Rapporto sulla Missione in Italia, 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, para.95.

*

Volendo riepilogare, le Raccomandazioni delle nazioni Unite evidenziano i seguenti obiettivi come prioritari:

- 1) **MODIFICARE LA PERCEZIONE DELLE DONNE E SUPERARE L'IMMAGINE DELLE DONNE COME OGGETTO SESSUALE E GLI STEREOTIPI RELATIVI AI LORO RUOLI NELLA SOCIETÀ E NELLA FAMIGLIA**
- 2) **AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA SUL TEMA DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE**
- 3) **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**
- 4) **RACCOGLIERE 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, sui risultati ottenuti**

*

Nel contesto italiano, dove gli stereotipi inerenti i ruoli e le responsabilità di uomini e donne nella famiglia e nella società sono profondamente radicati, per implementare le raccomandazioni delle Nazioni Unite **urgono azioni incisive, in grado di incidere profondamente sulle dinamiche e sui contenuti della comunicazione di massa,** a partire dal servizio pubblico.

La CEDAW, ratificata dall'Italia, prevede che le Istituzioni debbono adottare ogni mezzo adeguato a raggiungere nel tempo più breve l'obiettivo richiesto, e tra questi:

- adottare misure legislative e ogni altro mezzo adeguato, comprese, se necessario, le sanzioni tendenti a proibire ogni discriminazione nei confronti delle donne;
- astenersi da qualsiasi atto o pratica discriminatoria nei confronti della donna;
- agire in maniera da indurre autorità ed enti pubblici a conformarsi a tale obbligo;
- prendere ogni misura adeguata per eliminare la discriminazione praticata nei confronti della donna da persone, organizzazioni o enti di ogni tipo;
- prendere ogni misura adeguata, comprese le disposizioni di legge, per modificare o abrogare ogni legge, disposizione, regolamento, consuetudine o pratica che costituisca discriminazione nei confronti della donna;
- adottare misure speciali temporanee, tendenti ad accelerare il processo di instaurazione di fatto dell'eguaglianza tra gli uomini, senza che questo possa

essere considerato atto discriminatorio, con l'impegno ad abrogare tali misure non appena gli obiettivi in materia di uguaglianza, di opportunità e di trattamento, siano raggiunti¹⁰.

*

E' precisa responsabilità del Governo, nella articolazione dei Ministeri competenti, fare tesoro delle Raccomandazioni delle Nazioni Unite, al fine di individuare quali misure specifiche occorre adottare per contrastare efficacemente la rappresentazione stereotipata delle donne da parte dei media e della pubblicità.

In particolare, urge rendere effettivo il rispetto del principio di non discriminazione, già previsto a garanzia degli utenti dall'art. 4 lett. b) e c) del Testo Unico della Radiotelevisione.

Questo principio generale è stato posto a tutela della libertà e dei diritti fondamentali degli utenti, e dunque la sua violazione sia da parte delle emittenti che dei loro fornitori non può non trovare tutela alcuna o tutele inefficaci.

Le azioni per evitare la rappresentazione stereotipata di donne e uomini nei media e nella pubblicità dovrebbero dunque comprendere:

1) FORMAZIONE PROFESSIONALE IN UN'OTTICA DI GENERE

- Di tutte le figure professionali coinvolte (Dal giornalista, per evitare che nei programmi di informazione veicoli pregiudizi di genere, al regista, per evitare che chieda al cameraman di fare inquadrature sessiste che zoomano sui dettagli del corpo della donna, allo scrittore di fiction, al presentatore, ecc.)
- Con il coinvolgimento degli Ordini dei giornalisti e della federazione nazionale stampa ed editori

2) PRENDERE OGNI MISURA ADEGUATA SIA PER EVITARE CHE AGENZIE PUBBLICITARIE PRODUCANO PRODOTTI CHE OFFRONO UNA RAPPRESENTAZIONE STEREOTIPATA DI UOMINI E DONNE SIA PER GARANTIRE L'IMMEDIATA RIMOZIONE DELLE PUBBLICITA' DISCRIMINATORIE

3) PRENDERE OGNI MISURA ADEGUATA PER EVITARE CHE IL SERVIZIO RADIOTELEVISIVO PUBBLICO E PRIVATO DIFFONDA PRODOTTI (PUBBLICITARI O PROGRAMMI) CHE OFFRONO UNA RAPPRESENTAZIONE STEREOTIPATA DI UOMINI E DONNE

- Potrebbe essere utile l'adozione di LINEE GUIDA NAZIONALI per il DIVIETO DI DIFFUSIONE DI PRODOTTI (PUBBLICITARI E FORMAT) DISCRIMINATORI, che impongano dei LIMITI alla rappresentazione delle Persone nelle pubblicità e nei programmi, ancorati al rispetto del principio di non discriminazione sulla base del genere, orientamento sessuale, etnia, nazionalità, religione, e che prevedano SANZIONI per la diffusione di pubblicità che veicolano stereotipi e pregiudizi basati sul genere, l'orientamento sessuale, l'etnia, la nazionalità, o la religione dei soggetti rappresentati
- Potrebbe essere utile imporre penalità per la diffusione di prodotti che incitano al sessismo, al razzismo, all'omofobia o al fondamentalismo religioso, oppure clausole

¹⁰ Art. 2-4 CEDAW.

che vietano la diffusione di prodotti che presentano contenuti direttamente discriminatori o che incitano alla discriminazione

4) **ADOTTARE MISURE SPECIALI TEMPORANEE (INCENTIVI) PER FAVORIRE AGENZIE PUBBLICITARIE E CASE DI PRODUZIONE CHE PROMUOVONO UN CAMBIAMENTO NELLA PERCEZIONE DI UOMINI E DONNE E DEL LORORUOLO NELLA VITA PRIVATA E SOCIALE, CON PARTICOLARE ATTENZIONE ALLE DONNE APPARTENENTI A CATEGORIE VULNERABILI O MARGINALIZZATE**

- Si dovrebbero prevedere incentivi per la realizzazione di format di informazione per aumentare la consapevolezza nel pubblico sulle varie manifestazioni della discriminazione e della violenza di genere, sulle conseguenze che determina sui bambini che vi assistono, e sulle possibilità esistenti per le donne per sottrarre sé ed i propri figli a tali situazioni
- Il servizio pubblico dovrebbe prevedere anche format di "educazione visuale" per sensibilizzare gli utenti ad una fruizione critica dei programmi audiovisivi e favorire un cambiamento di mentalità e lo sviluppo del senso critico attraverso il riconoscimento degli stereotipi di genere

5) **POTENZIAMENTO DELLE CLAUSOLE DI GENERE NEL CONTRATTO DI SERVIZIO** in scadenza, con le seguenti modifiche

- **ARTICOLO 2 comma 3**
 - La concessionaria è tenuta a realizzare un'offerta complessiva di qualità, rispettosa dell'identità nazionale, e dei valori e degli **ideali iscritti nella Costituzione, e sanciti dall'Unione Europea e dalle Nazioni Unite, attenta alla sensibilità dei telespettatori, che tuteli i minori, e non leda la dignità della Persona, nel divieto di ogni discriminazione basata su genere, orientamento sessuale, etnia, nazionalità e religione, e della diffusione di pregiudizi e stereotipi connessi a una rappresentazione stereotipata di uomini e donne nella vita privata e pubblica, caratterizzata da una ampia gamma di contenuti...**
- **ARTICOLO 2 comma 3 lettera b)**
 - **Valorizzare la rappresentazione reale di tutte le donne e bambine, anche disabili, migranti, rom, sinte e detenute, quali protagoniste nell'ambito della vita pubblica e privata, anche nelle fasce di maggior ascolto, impegnandosi a neutralizzare e a prevenire nella rappresentazione di uomini e donne la diffusione di pregiudizi e l'utilizzo di espressioni verbali e di immagini basate sull'idea della superiorità o dell'inferiorità dell'uno o dell'altro sesso, e/o il perpetuarsi di ruoli femminili e maschili tradizionali, e a tal fine prevedendo il supporto a collaboratori e le collaboratrici del servizio, attraverso la formazione o con altri mezzi, per identificare e ad eliminare le attitudini e i comportamenti stereotipati, adottando codici di comportamento al riguardo ovvero -tra l'altro- seminari di**

formazione in un'ottica di genere, con personale qualificato interno ed esterno, anche seguendo le indicazioni provenienti dalle categorie professionali interessate

- ARTICOLO 2 comma 3 lettera p)

Aggiungere: realizzazione di attività e campagne di comunicazione volte a favorire la presa di coscienza sul ruolo controproducente degli stereotipi di genere nei confronti della realizzazione della parità tra donne e uomini.

- Articolo 3: la qualità dell'offerta passa attraverso tre principi fondamentali:
 - il vaglio sui contenuti, che debbono essere non discriminatori
 - la predisposizione di contratti che prevedono condizioni di prestazione rispettose del genere
 - un monitoraggio che tiene in considerazione anche l'impatto di genere
- ARTICOLO 3 comma 4 bis

La RAI si impegna a:

(a) Prendere in considerazione – per ogni contratto significativo che intende sottoscrivere - le conseguenze di genere e le opportunità offerte dal contratto per la promozione della parità in maniera legale

(b) Accertarsi che le clausole del contratto tengano conto degli obiettivi di parità dei sessi

(c) Accertarsi che gli altri termini e condizioni del contratto in questione tengano conto e rispecchino gli obiettivi di cui al punto (b)

(d) Sensibilizzare il personale alla consapevolezza, nelle loro funzioni, del rispetto dell'uguaglianza di genere, anche attraverso corsi di formazione allo scopo

(f) Accertarsi che i termini di un contratto principale diano la sicurezza che i subappaltatori rispettino gli obblighi volti a promuovere la parità dei sessi

- ARTICOLO 3 comma 7

Aggiungere: I report devono essere resi pubblici. La RAI, qualora verifichi dal monitoraggio che non sono state rispettate le pari opportunità o che è stata offerta una rappresentazione stereotipata o discriminatoria della donna, si impegna ad adottare misure idonee a modificare questa tendenza, anche attraverso l'incremento della formazione professionale di genere e l'utilizzo di maggiori spazi di informazione sulle politiche di promozione della soggettività femminile, gli strumenti per il contrasto alla discriminazione di genere e promozione dei diritti delle donne .

- ARTICOLO 4

Aggiungere: La RAI assicura la qualità dell'informazione, garantendo che nei programmi di approfondimento informativo e di informazione giornalista non vengano veicolati pregiudizi e stereotipi di genere e venga fornita una corretta lettura di tutte le forme di discriminazione e violenza che colpiscono le donne in maniera sproporzionata e specifica rispetto agli uomini, attraverso l'utilizzo di un linguaggio non sessista.

6) REDAZIONE DI **LINEE GUIDA** PIÙ RIGOROSE

- 7) predisposizione di **MECCANISMI DI PREMIALITÀ** delle pratiche virtuose e **MECCANISMI SANZIONATORI EFFICACI**
- 8) predisposizione di **MECCANISMI DI MONITORAGGIO** dell'efficacia degli incentivi e delle sanzioni

Per informazioni:

Web: <http://gdcedaw.blogspot.com/>

Email: avv.barbaraspinelli@gmail.com