

Scheda riepilogativa attività Sottogruppo “Comunicazione e rappresentazione dell’immagine femminile nei media” coordinato dal Ministero dello Sviluppo Economico

Il 16 ottobre 2013 è entrata in vigore la **legge 15 ottobre 2013, n. 119** di conversione, con modificazioni, del decreto legge 14 agosto 2013, n. 93, recante “**Disposizioni urgenti in materia di sicurezza e per il contrasto della violenza di genere**”. In particolare l’articolo 5 del detto decreto, come sostituito dalla legge di conversione, inserisce tra le misure di prevenzione del fenomeno di dilagante attualità della violenza sessuale e di genere, l’adozione, da parte del Ministro delegato per le pari opportunità, di un nuovo “*Piano d’azione straordinario contro la violenza sessuale e di genere*”, da elaborare con il contributo delle amministrazioni interessate, delle associazioni di donne impegnate nella lotta contro la violenza e dei centri antiviolenza.

Detto Piano nazionale dovrà intervenire in maniera articolata predisponendo misure volte sia alla giusta repressione del fenomeno della violenza sia all’**azione di emersione, prevenzione e formazione di tutti i soggetti interessati**.

In tale prospettiva, occorre preliminarmente ricordare che nell’ambito CEDAW viene stilato periodicamente un report sulla base del quale vengono indirizzate precise raccomandazioni agli Stati contraenti. In particolare, nel 2011 il comitato CEDAW all’esito del report periodico evidenziava “***l’uso deplorabile del corpo della donna da parte dei media e della politica***” e raccomandava all’Italia una strategia politica completa e coordinata per contrastare la rappresentazione stereotipata e sessista di donne e uomini in particolare nei media e nel settore pubblicitario. In proposito va evidenziato che già l’obiettivo strategico J.1 - 241 d) della Piattaforma di Pechino (Conferenza mondiale delle Donne organizzata dall’ONU) proponeva quali iniziative da assumere quella di “***Incoraggiare la partecipazione delle donne alla elaborazione di linee guida professionali e di codici di condotta o di altri adeguati meccanismi di autoregolamentazione per promuovere immagini equilibrate e non stereotipate delle donne da parte dei mezzi di comunicazione di massa.***”

In questo contesto, si inserisce il disposto del comma 2, lettera *b*), dell’articolo 5 del citato d.l. 14 agosto 2013, n. 93, convertito, con modificazioni, dall’articolo 1 della **legge 15 ottobre 2013 n. 119** - che attribuisce al Piano d’azione contro la violenza sessuale e di genere il compito di “***sensibilizzare gli operatori dei settori dei media per la realizzazione di una comunicazione e informazione, anche commerciale, rispettosa della rappresentazione di genere e, in particolare, della figura femminile anche attraverso l’adozione di codici di autoregolamentazione da parte degli operatori medesimi.***”

In tale ambito, al Ministero dello Sviluppo Economico, è stato affidato in qualità di capofila, dalla Task Force interministeriale violenza contro le donne, istituita dal Vice Ministro con delega alle Pari Opportunità, il coordinamento del **Sottogruppo Comunicazione e rappresentazione dell'immagine femminile nei media**, cui partecipano con il Dipartimento Pari Opportunità, il Ministero dell'Integrazione, il Ministero della Difesa, il Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Ministero dell'Interno, il Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, il Ministero della Salute, l'Associazione Nazionale Comuni d'Italia e la Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome.

Si precisa, quindi, che le indicazioni relative alle misure preventive evidenziate dal presente documento sono frutto dell'azione sinergica posta in essere dalle varie Amministrazioni facenti parte del Sottogruppo e sono finalizzate alla proposizione di politiche di sensibilizzazione nel settore dei media per una comunicazione rispettosa della rappresentazione di genere.

E' di tutta evidenza, infatti, che la comunicazione, qualora non venga veicolata in maniera corretta, può procurare anche false rappresentazioni e danni gravi, poiché, contribuendo alla formazione dell'opinione pubblica e dell'immaginario collettivo, può determinare la creazione di stereotipi distorti. Per superare tali criticità occorre intervenire con azioni di promozione della corretta rappresentazione dei generi e, in particolare, della figura femminile.

E' necessario, quindi, sensibilizzare, dare visibilità e sviluppare la coscienza sociale con azioni di promozione per il contrasto alla violenza di genere, da considerarsi, quest'ultima, come problema pubblico che danneggia il nostro sistema di valori.

Quest'opera di sensibilizzazione non può non investire gli operatori del settore della comunicazione, sia pubblici che privati, dato il fondamentale ruolo che essi svolgono nella trasmissione di valori e principi che dovrebbero contribuire a combattere il fenomeno della violenza.

Tutto ciò premesso, di seguito si indicano le misure preventive individuate dal Sottogruppo in tema di comunicazione.

Misure preventive in tema di Comunicazione

Istituzionalizzare la diffusione con l'ausilio dei mezzi di comunicazione, tramite mezzi di informazione e siti istituzionali, delle rilevazioni periodiche e delle statistiche nazionali relative al fenomeno della violenza di genere.

Diffondere campagne di comunicazione e corsi di specializzazione in materia di violenza di genere, per gli operatori della comunicazione coinvolti nel trattamento delle notizie al fine di sviluppare la conoscenza e l'importanza del ruolo da questi svolto nella lotta contro la violenza di genere e nella comunicazione del fenomeno all'opinione pubblica, prevedendo il coinvolgimento tra l'altro delle Università maggiormente impegnate nelle tematiche di genere nella formazione degli operatori del settore della comunicazione.

Favorire la sottoscrizione di un Codice di autoregolamentazione recante linee guida sulla corretta rappresentazione dei generi nel sistema dei media e della comunicazione da parte degli operatori del settore.

Promuovere campagne di sensibilizzazione finalizzate all'uso di un linguaggio correttamente sessuato e neutro anche in relazione ai comunicati stampa emessi a livello Istituzionale.

Favorire la diffusione di buone prassi e accordi elaborati dal settore delle comunicazioni in materia di superamento degli stereotipi di genere.

Sostenere e dare massima pubblicità a iniziative dei mezzi di comunicazione pubblici e non, finalizzate alla trasmissione di una corretta immagine femminile che diano risalto alla partecipazione attiva della donna in tutti i settori della vita sociale, economica, culturale e politica del Paese.

Valutare, tramite l'Autorità per le comunicazioni, l'attività svolta dagli Enti Regolatori in ambito internazionale al fine di utilizzare per monitorare la programmazione gli indicatori di genere approvati in quell'ambito e redigere linee guida interne di indirizzo per una corretta rappresentazione di genere.

Promuovere progetti e corsi finalizzati alla sensibilizzazione degli imprenditori privati ma anche della Pubblica Amministrazione, al fine di superare gli stereotipi e i luoghi comuni che alimentano la cultura della violenza sui luoghi di lavoro.

Promuovere progetti e percorsi formativi, in favore delle scuole e delle forze dell'ordine, finalizzati allo sviluppo della capacità di riflessione e di esame critico della comunicazione, al fine di contribuire al superamento degli stereotipi di genere anche mediante l'analisi semiotica delle immagini e delle rappresentazioni proposte dai media.

Promuovere campagne previsionali di prassi etiche lodevoli, in relazione ai luoghi di lavoro, ove la responsabilità sociale di impresa e il contatto con il sistema produttivo e la presenza di punti di ascolto e comunicazione possano contribuire ad una maggiore attenzione e incisività del disagio femminile dovuto a episodi di violenza.

Promuovere, con la collaborazione di tutti gli attori del sistema mediatico, campagne di informazione e sensibilizzazione permanenti e comprensibili indirizzate ai giovani, ma anche a categorie a rischio di emarginazione (migranti, disabili ecc.) che analizzino il fenomeno della violenza per la costruzione di immagini non stereotipate di donne e di uomini, fondata sul rispetto della persona umana e della sua dignità.

Incentivare la creazione, all'interno delle Istituzioni già coinvolte (Dipartimento Pari Opportunità, Autorità per le comunicazioni e Ministero dello Sviluppo Economico) di una Commissione di esperti di rappresentazione di genere che si occupi di raccogliere le segnalazioni dell'opinione pubblica e monitorare la corretta rappresentazione di genere nelle comunicazioni.