

## Immagine delle donne in tv

Inviato da Francesca Moretti

lunedì 22 marzo 2010

Ultimo aggiornamento lunedì 22 marzo 2010

ROMA - E tu di che talento sei? Questo è il titolo del manifesto/agenda che è stato presentato mercoledì 17 marzo presso l'Associazione Stampa romana. L'obiettivo dell'iniziativa, teso ad una corretta rappresentazione della donna nell'ambito televisivo, perchè delle donne, in TV, vorremmo vedere più i talenti e meno i corpi spogliati, è stato presentato con queste parole: "Un contributo di analisi e proposte ai decisori del mondo dell'informazione e della politica, e alla discussione parlamentare in atto." Al dibattito organizzato attraverso la consulta femminile per le pari opportunità della regione Lazio, e con la partecipazione dell'associazione Stampa Romana, hanno preso parte le associazioni componenti la Consulta Femminile, le consigliere provinciali di parità, i comitati e le commissioni di pari opportunità, esperte delle tematiche 'gender e media', giornaliste e giornalisti della carta stampata e dei sistemi televisivi.

Durante il dibattito si è parlato di quella che si può definire l'anomalia italiana rispetto alla rappresentazione femminile: molti paesi europei si sono attivati nel creare di codici di autoregolamentazione e varie iniziative sulla questione mentre da noi tutto tace. Ed è per questo che la consulta si è attivata per fare un'analisi sistemica che partisse proprio dai contenuti della Rai. Citando il blog articolo 21: «La Consulta Femminile per la Pari Opportunità della Regione Lazio, con il Gruppo 7 Informazione Comunicazione Pluralismo, ha prodotto un'accurata analisi su quanto il nostro paese sia deficitario proprio nell'applicazione delle politiche dell'Unione europea e dell'Onu in tema di immagine delle donne in tv, politiche che pure ha più volte sottoscritto nel corso degli ultimi venti anni. A seguito della recente legge di riforma della Consulta stessa, che le assegna responsabilità di analisi e proposta di genere, l'analisi è stata focalizzata sulla RAI Radiotelevisione Italiana, azienda di servizio pubblico, mission che costituisce la peculiare specificità della principale agenzia informativa italiana. L'approccio operativo ha privilegiato la raccolta, analisi e trasmissione di più dati, al fine di offrire alla sfera decisionale parlamentare e dell'informazione una rassegna il più possibile completa, articolata ed utile di documenti istituzionali, punti di vista, produzione intellettuale, memoria, azioni positive della società civile. La proposta è un lavoro in rete tra soggetti protagonisti della questione "Donne e Media" finalizzato alla costituzione di un "Osservatorio gender e media" quale naturale sede di confronto plurale.» Sarebbe auspicabile che dibattiti sul tema della corretta rappresentazione dell'immagine della donna nei media, si svolgessero con maggior frequenza e, soprattutto, sarebbe necessaria una maggior attenzione a queste occasioni di confronto, che consentono di promuovere e sviluppare una maggiore consapevolezza del ruolo delle donne in generale.