

**CONTRATTO NAZIONALE DI SERVIZIO TRA IL MINISTERO DELLO SVILUPPO  
ECONOMICO E LA RAI-RADIOTELEVISIONE ITALIANA S.P.A.**

Onorevoli membri della Commissione,

il **MOIGE APS** – Movimento Italiano Genitori è impegnato da anni nella tutela dei minori e nella salvaguardia dei diritti dei loro genitori, compiendo ogni sforzo possibile per garantire a tutti i consociati il rispetto dei diritti e dei valori fondamentali da parte degli operatori radiofonici, televisivi e multimediali, pubblici o privati. L'Associazione, infatti, svolgendo il ruolo di aggregazione e collettivizzazione degli interessi più diffusi tra le famiglie italiane, si pone come interlocutore privilegiato dei prestatori del servizio, consentendo loro di comunicare con il pubblico al quale è destinata l'offerta che trasmettono.

Nell'epoca contemporanea, i servizi radiofonici, televisivi e multimediali rappresentano efficaci mezzi di informazione, intrattenimento e, soprattutto, di istruzione ed educazione del pubblico destinatario. Prendendo atto della potenzialità educativa del servizio e dell'impossibilità di trasmettere contenuti informativi o educativi "neutri" o privi di una sostanza etico-morale, occorre sin da subito dare conto di una delle criticità emerse circa il **corretto bilanciamento tra promozione di valori e rispetto dell'etica e morale familiare.**

In uno stato democratico, laico e pluralista quale la Repubblica Italiana, è essenziale che la promozione dei valori e dei principi fondamentali della società non sia latrice di una morale di Stato, facendo da viatico di un pensiero unico e assolutizzante. Il rischio che la promozione di determinati valori, astrattamente genuini, sconfini nella sponsorizzazione di valori e modelli comportamentali estranei al comune sentire è tanto più elevato allorché si decida di prestare i mass-media a fini educativi, per promuovere un rinnovamento culturale tra i consociati. Qualora, infatti, il valore che si intende affermare tramite la comunicazione mediatica non appartiene alla tradizione culturale di una data società, né sia possibile ravvisare in essa la sua origine, la promozione di quello si sostanzia in una imposizione dall'alto, ovvero una forma di indottrinamento culturale.

Permanendo nel perimetro dei valori che appartengono alla tradizione sociale e culturale del Nostro Paese, al contrario, i media televisivi, radiofonici e multimediali possono validamente costituire un efficace canale per la divulgazione di informazioni e materiali educativi, prestando, questo sì, un “servizio” alle famiglie nel formare ed educare i propri figli.

Così inquadrato il servizio di interesse generale prestatato dalla Rai, si ritiene che vada esplicitato nel contratto con la società concessionaria che i materiali educativi da essa veicolati debbano essere conformi al **patrimonio di quella tradizione culturale comune alle famiglie italiane**. Solo se si riafferma il ruolo sussidiario della Rai e dei media pubblici rispetto alla funzione genitoriale è possibile individuare quel punto di equilibrio tra promozione di valori e rispetto della laicità e del pluralismo etico-morale.

Tra i valori che dovrebbero costituire oggetto di promozione presso il grande pubblico, il MOIGE ritiene vadano individuati in particolare: a) la **natalità**: includere il tema della natalità nel contratto di servizio vorrebbe dire promuovere politiche familiari volte a sostenere le famiglie, ad affrontare le sfide della maternità e della paternità e ad incentivare la conciliazione tra lavoro e famiglia. A parere del MOIGE, infatti, occorre scardinare quell’idea diffusa progressivamente negli anni, secondo la quale la gestazione e la nascita di un bambino costituisce un grave peso, consistente in responsabilità, rinunce e spese economiche, insostenibili in assenza di una forte stabilità economico-sociale. Sarebbe opportuno, quindi, trasmettere contenuti informativi e di intrattenimento che rappresentino la bellezza, la serenità e la gioia che generalmente accompagnano la nascita di un figlio. La Società Concessionaria potrebbe dedicare spazi e risorse per trasmettere programmi che affrontano tali questioni e sensibilizzano l’opinione pubblica su temi come l’equilibrio tra vita familiare e professionale, l’accesso a servizi di assistenza all’infanzia, l’importanza del supporto alle famiglie, *etc.* b) la **genitorialità**: sebbene presente nella versione precedente del contratto di servizio, occorrere riaffermare la centralità del tema, tanto ai fini della promozione dei corretti modelli comportamentali presso il pubblico adulto; quanto nell’ottica di confermare, agli occhi degli utenti minori, il ruolo e la figura dei loro genitori, valorizzando le responsabilità e l’autorità di costoro. Sarebbe, inoltre, necessario l’espreso richiamo alla

complementarietà dei ruoli genitoriali, evitando di appiattirne la diversità sull'onta di una ideologica "parità" di genere, di serio ostacolo allo sviluppo, da parte dei bambini, di una comprensione chiara dei diversi aspetti della vita e delle relazioni.

Al di fuori dei contenuti trasmessi appositamente per finalità istruttive ed educative, occorre sempre valutare i messaggi che vengono veicolati attraverso le opere e i contenuti televisivi, radiofonici e multimediali. Come insegnano le scienze sociali e la psicologia, una delle forme più efficaci di apprendimento è l'imitazione. Il comportamento umano, infatti, prima di essere istruito viene assimilato per emulazione: ciò vale tanto nella prima infanzia, quanto nelle fasi di vita più avanzata. Occorre, allora, porre molta **attenzione ai modelli di vita rappresentati** nelle opere che vengono diffuse dai servizi di media, perché suscettibili di essere appresi ed emulati dal pubblico di destinazione, specialmente da quello più giovane, il quale non ha ancora esaurientemente sviluppato la capacità di giudizio e di senso critico.

Sul punto la versione precedente del contratto di servizio non indica alcun controllo circa la tipologia di modelli e stili di vita rappresentati nelle opere destinate ai minori o in quelle trasmesse nella cd. "fascia protetta". Alcun riferimento o divieto specifico, infatti, è ivi previsto in materia di determinati contenuti oggettivamente nocivi per lo sviluppo fisico, psichico e morale, quali: **discriminazione e incitamento all'odio, droghe, comportamento pericoloso e facilmente imitabile, linguaggio, nudità, sesso, minacce, violenza.**

Perché si prevenga l'esposizione di minori a trasmissioni per essi nocive o irrispettose del pluralismo etico-morale sul quale si fonda la nostra società è doveroso che il servizio pubblico non si assesti su un livello qualitativo minimale ma, piuttosto, si conformi ai più alti *standard* in materia di tutela dei minori. Il MOIGE ritiene infatti essenziale che nel contratto di servizio venga esplicitato, tra gli obblighi specifici di cui all'attuale art. 25 del contratto, il **divieto di trasmissione dei suddetti contenuti, in assenza di una previa classificazione degli stessi e di un'adeguata segnalazione**, come del resto già la normativa europea e il TUSMA espressamente richiedono rispetto a determinate trasmissioni.

L'attuale sistema di segnalazione, peraltro non sempre rispettato su tutti i canali gestiti dalla società concessionaria, non è in alcun modo sufficiente a rendere un'informazione chiara e precisa circa i

contenuti trasmessi e, pertanto, finisce per vanificare *in toto* quei valori e principi esplicitati nel contratto di servizio, privandoli, allo stato dell'arte, di un minimo riscontro applicativo. L'approvazione di un nuovo contratto di servizio potrebbe costituire, pertanto, l'occasione per implementare gli *standard* qualitativi del servizio radiofonico, televisivo e multimediale pubblico, che in materia di protezione dei minori si assesta, invece, come fanalino di coda rispetto ad altri operatori privati, che già da tempo applicano una classificazione per fasce d'età, applicando, sulle opere cinematografiche o audiovisive trasmesse, una segnalazione per descrittori tematici dei contenuti potenzialmente nocivi per i minori.

Il MOIGE auspica, dunque, che a seguito della discussione e dei lavori sul futuro contratto di servizio, i canali e i servizi di informazione e intrattenimento offerti dalla società concessionaria divengano il **porto sicuro** per i minori e per i loro genitori; che, in altre parole, le famiglie italiane possano fare affidamento sulla trasparenza, sulla sicurezza e genuinità dei contenuti, che dovrebbero contraddistinguere il marchio "Rai". Un marchio, si ricorda, che le stesse famiglie concorrono a finanziare e che, pertanto, legittimamente esse desiderano conforme ai migliori *standards*.

Si ritiene, infine, necessario prevedere nel contratto di servizio un **sistema per la valutazione del raggiungimento degli obiettivi** ivi indicati, a cadenza semestrale o annuale. Un siffatto meccanismo consentirebbe di acquisire una panoramica chiara e oggettiva dei progressi compiuti nel raggiungimento degli obiettivi e di identificare eventuali scostamenti tra quanto stipulato e quanto effettivamente realizzato, permettendo l'adozione di eventuali misure correttive per migliorare la prestazione della Concessionaria. Favorirebbe, inoltre, un'interlocuzione diretta con la dirigenza della Rai e un confronto concreto circa il rispetto dei principi e degli obblighi contrattuali.

In assenza di un tale sistema di valutazione e dati i limitati poteri di cui è investita codesta illustre Commissione bicamerale, allo stato attuale ogni valutazione circa il corretto operato della Concessionaria, circa il rispetto dei principi e degli obblighi sanciti nel contratto, rimane priva di riscontri e conseguenze pratiche. Al contrario, il monitoraggio costante delle modalità e dei risultati della gestione, anche previa raccolta di opportune segnalazioni da parte del pubblico destinatario dell'offerta, potrebbe incentivare il miglioramento del servizio e assicurare una costante qualità delle modalità e dei contenuti trasmessi dalla Rai.