



Senato della Repubblica



Camera dei deputati

Giunte e Commissioni

XVIII LEGISLATURA

RESOCONTO STENOGRAFICO

n. 38

COMMISSIONE PARLAMENTARE
per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi

AUDIZIONE DELLA PRESIDENTE DELLA COMMISSIONE
PARI OPPORTUNITÀ DELLA RAI

54^a seduta (pomeridiana): giovedì 10 dicembre 2020

Presidenza del presidente BARACHINI

I N D I C E

Audizione della Presidente della Commissione pari opportunità della RAI

PRESIDENTE:

| | |
|--|---------------------------|
| – BARACHINI (FI-BP), senatore | Pag. 3, 9, 11 e passim |
| BERGESIO (L-SP-PSd'Az), senatore | 12 |
| MARROCCO (FI), deputata | 12 |
| FEDELI (PD), senatrice | 13 |
| RICCIARDI (M5S), senatrice | 16 |

| | |
|--|----------------|
| GUARINO LATERZA, Presidente della Commissione pari opportunità della RAI | Pag. 4, 11, 17 |
| PIETRANGELI, Coordinatrice della Commissione pari opportunità dell'USIGRAI | 9, 11, 19 |

N.B. L'asterisco accanto al nome riportato nell'indice della seduta indica che gli interventi sono stati rivisti dagli oratori.

Sigle dei Gruppi parlamentari del Senato della Repubblica: Forza Italia Berlusconi Presidente-UDC: FIBP-UDC; Fratelli d'Italia: FdI; Italia Viva-P.S.I.: IV-PSI; Lega-Salvini Premier-Partito Sardo d'Azione: L-SP-PSd'Az; MoVimento 5 Stelle: M5S; Partito Democratico: PD; Per le Autonomie (SVP-PATT, UV): Aut (SVP-PATT, UV); Misto: Misto; Misto-IDEA e CAMBIAMO: Misto-IeC; Misto-Liberi e Uguali: Misto-LeU; Misto-MAIE: Misto-MAIE; Misto+Europa – Azione: Misto+Eu-Az..

Sigle dei Gruppi parlamentari della Camera dei deputati: MoVimento 5 Stelle: M5S; Lega – Salvini Premier: Lega; Forza Italia – Berlusconi Presidente: FI; Partito Democratico: PD; Fratelli d'Italia: FDI; Italia Viva: IV; Liberi e Uguali: LeU; Misto: Misto; Misto-Noi con l'Italia-USEI-Cambiamo !-Alleanza di Centro: Misto-NI-USEI-C !-AC; Misto-Azione+Europa-Radicali Italiani: Misto-A+E-RI; Misto-Minoranze Linguistiche: Misto-Min.Ling.; Misto-Centro Democratico-Italiani in Europa: Misto-CD-IE; Misto-MAIE – Movimento Associativo Italiani all'Estero: Misto-MAIE; Misto-Popolo Protagonista – Alternativa Popolare (AP) – Partito Socialista Italiano (PSI): Misto-PP-AP-PSI.

Interviene la Presidente della Commissione pari opportunità della Rai, dottoressa Karina Guarino Laterza, accompagnata dalla dottoressa Monica Pietrangeli, coordinatrice della Commissione pari opportunità dell'USIGRAI, nonché dal dottor Stefano Luppi e dal dottor Lorenzo Ottolenghi, rispettivamente direttore e vice direttore dell'ufficio relazioni istituzionali della RAI.

I lavori hanno inizio alle ore 14,10.

(Si approva il processo verbale della seduta precedente).

Sulla pubblicità dei lavori

PRESIDENTE. Comunico che, ai sensi dell'articolo 13, comma 4, del Regolamento della Commissione, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata, con riferimento all'audizione all'ordine del giorno, oltre che con l'attivazione del sistema audiovisivo a circuito chiuso, anche mediante la trasmissione in diretta sulla *web-tv* della Camera dei deputati e, in differita, sul canale satellitare della Camera dei deputati.

Avverto che dell'audizione odierna verrà altresì redatto e pubblicato il resoconto stenografico.

Audizione della Presidente della Commissione pari opportunità della RAI

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione della Presidente della Commissione pari opportunità della RAI.

Saluto e ringrazio la dottoressa Karina Guarino Laterza per la sua disponibilità a intervenire nella seduta odierna. La Presidente è accompagnata dalla dottoressa Monica Pietrangeli, coordinatrice della Commissione pari opportunità dell'USIGRAI, collegata in videoconferenza, dal dottor Stefano Luppi e dal dottor Lorenzo Ottolenghi, rispettivamente direttore e vicedirettore dell'ufficio relazioni istituzionali della RAI. Ricordo ancora che, in base a quanto stabilito dalla Giunta per il Regolamento del Senato in considerazione della situazione di emergenza epidemiologica in corso, per l'audizione odierna è consentita la partecipazione con collegamento in videoconferenza ai lavori da parte dei componenti della Commissione.

In più riunioni dell'Ufficio di Presidenza, integrato dai rappresentanti dei Gruppi, l'audizione della dottoressa Guarino Laterza è stata sollecitata per affrontare i temi del rispetto della parità di genere, con particolare riferimento alle questioni legate alle differenze retributive, alle differenze di

incarico e ai percorsi di carriera tra uomini e donne. Si procederà quindi a un intervento introduttivo da parte della dottoressa Guarino Laterza e, successivamente, da parte della dottoressa Pietrangeli, che rappresenta il comparto giornalistico. Seguiranno i quesiti da parte dei componenti della Commissione, ai quali i soggetti auditi avranno la possibilità di replicare. Cedo quindi la parola alla presidente Guarino Laterza per la sua esposizione introduttiva.

GUARINO LATERZA. Signor Presidente, vi ringrazio davvero per questa opportunità. Per la Commissione pari opportunità, che oggi presiedo, questa audizione è un momento importante ed è un'occasione preziosa per condividere con voi riflessioni ed esperienze sul ruolo che il servizio pubblico può e deve svolgere in questo settore.

Parto dal nostro quadro di riferimento. Alle pari opportunità si fa riferimento in ben tre articoli del Contratto di servizio: nei principi generali all'articolo 2 e negli obblighi specifici all'articolo 25, mentre l'articolo 9 è dedicato interamente alle pari opportunità. In questi articoli si chiede attenzione all'articolata composizione della società per genere e generazioni (questo è un aspetto importante che sta venendo fuori), all'identità etnica, culturale e religiosa, alle minoranze e alle persone con disabilità. Si parla della necessità di dare informazioni volte a formare una cultura del rispetto della diversità di genere; quindi ci viene chiesto un ruolo attivo rispetto alla società. Si pone, tra gli obiettivi, un'offerta sempre migliore per il superamento degli stereotipi di genere e la promozione della parità, prevedendo un monitoraggio e una struttura di controllo interno per il raggiungimento di questi obiettivi. Nell'articolo 9 la RAI stessa si impegna ad operare attivamente su questi temi.

Le pari opportunità sono inoltre inserite, sostanzialmente negli stessi termini, al punto 2 del codice etico dell'azienda, dunque sono parte della carta costituzionale della nostra azienda, rispetto alla quale tutti gli altri regolamenti aziendali devono farsi indietro. È un aspetto del lavoro di servizio pubblico a cui si è data grande attenzione, anche all'interno della contrattazione sindacale. Ricordo da ultimo l'accordo quadro del 25 gennaio 2016, sottoscritto da Confindustria e sindacati, che recepisce l'accordo quadro europeo proprio sul tema delle molestie e della violenza nei luoghi di lavoro. Non siamo naturalmente soli nel mondo; questo tema sta acquisendo sempre più importanza, sia in termini economici che in termini di sviluppo equilibrato della società. Esso è uno dei 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile dell'ONU (quinto punto dell'Agenda 2030), mentre la Convenzione di Istanbul del 2014 del Consiglio d'Europa inquadra correttamente le pari opportunità come base perché termini la violenza di genere; essa afferma proprio che non si sradica la violenza di genere senza il raggiungimento, *de jure* e *de facto*, della parità di genere.

Le pari opportunità preparano una società economicamente più sviluppata e meno violenta ed è in questa cornice che si muove la Commissione pari opportunità della RAI. Siamo nati nel 1988, tra le prime strut-

ture di questo genere in Europa. La RAI ha riconosciuto a questa Commissione tutte le funzioni attribuite, in questo ambito, dalle normative internazionali e nazionali e dagli accordi sindacali. Nel 1998 la Commissione è stata incardinata all'interno del contratto collettivo di lavoro come paritetica; quindi siamo interni ma anche terzi rispetto all'Azienda, avendo al nostro interno i sindacati. La Commissione è formata da dodici membri: sei di nomina aziendale e sei di nomina sindacale. Lavoriamo su due piani, uno interno e uno esterno rispetto alla società. Dobbiamo controllare l'esistente, sollecitare miglioramenti, avviare ricerche e avviare progetti per conseguire le pari opportunità sia dentro l'Azienda, sia *on screen* e *on air*, quindi in televisione, in radio e naturalmente sulla piattaforma *internet*. Siamo consapevoli del ruolo che la RAI svolge e anche del fatto che, per svolgere correttamente questo ruolo, dobbiamo partire dal nostro interno: tanto più le pari opportunità sono applicate e vissute all'interno, tanto più possiamo rifletterle all'esterno.

Parto dunque dall'attività che svolgiamo dentro l'Azienda, che è molto ampia e che ci porta a lavorare con tutti. Ci occupiamo di temi come quelli contenuti nel contratto di lavoro: i congedi per maternità, le unioni civili, ma anche il *mobbing*, le molestie, la discriminazione. Questo è il nostro lavoro quotidiano, che si svolge anche in base alle segnalazioni specifiche provenienti dai dipendenti dell'azienda. Nello stesso tempo, noi siamo propulsori di cambiamento; ci immaginiamo in questo modo e lavoriamo per questo. In questi anni in Azienda abbiamo fatto passi importanti nel nostro settore, sempre in collaborazione con la Commissione pari opportunità dell'USIGRAI. Spero tra l'altro che a giorni entreranno nella Commissione; l'hanno chiesto e noi saremo felici di accoglierli.

Nel 2013 abbiamo varato, insieme, una *policy* di genere, che è stata tra le prime in Europa nel suo campo; nel 2017 il codice anti molestie; nel 2019 il *disability manager*, perché, naturalmente, noi parliamo di pari opportunità in più settori, non solo quello di genere.

In questi giorni stiamo completando il percorso di tutela dalle molestie e dal *mobbing*, varando la figura del consigliere di fiducia, un consulente esterno, un professionista specializzato che può dare supporto ai dipendenti che vogliono segnalare un episodio specifico. Questo perché, magari, si può avere una qualche forma di remora ad agire all'interno dell'Azienda.

All'interno di questo percorso, nel 2019 abbiamo anche iniziato a parlare di *smart working* con l'azienda e abbiamo cominciato a preparare una sperimentazione che doveva partire nel febbraio 2020. Siamo stati superati dai fatti: l'80 per cento dei lavoratori della RAI oggi è in *smart working*. Noi riteniamo, però, che questa preparazione sia stata utile, perché l'azienda in questo campo era molto preparata, avendo già studiato il problema. Peraltro, io penso che questa sperimentazione continuerà, nel senso che riprenderemo a parlarne quando sarà superata l'emergenza.

Lo *smart working* è una componente fondamentale della flessibilità sul lavoro, che agevola soprattutto chi è più impegnato anche in lavori diversi, magari non pagati, all'interno della famiglia e sappiamo che si tratta

della componente femminile. Quindi, noi pensiamo che questa sperimentazione sulla flessibilità debba continuare. In base ad un sondaggio condotto in Azienda, lo pensano anche tra il 70 e il 90 per cento dei dipendenti, che si dice anche soddisfatto di come lo *smart working* ha funzionato per quanto riguarda la qualità del lavoro. Quindi, credo che continueremo.

Proprio in questi ultimi mesi è iniziata in Azienda una discussione importante con i vertici, per varare un vero e proprio piano di azione strategico per le pari opportunità. Questo vuol dire che dovremo varare una ricognizione ampia su tutti i dati relativi ai dipendenti. Utilizzando la differenza salariale (il *gender pay gap*) come guida, cercheremo di realizzare, attraverso tappe di un piano pluriennale, un maggiore equilibrio tra donna e uomo in Azienda.

Su questa base, abbiamo instaurato un tavolo aziendale con tutte le direzioni, a partire dall'ufficio studi, che ne sarà cardine, insieme, naturalmente, alla direzione risorse umane. Poi ci sarà la direzione RAI per il sociale, con il direttore Parapini, che voi avete ascoltato da poco, e la struttura bilancio sociale, comunicazione e relazioni internazionali, con la direttrice Simona Martorelli, una donna, che ha partecipato per la RAI al gruppo di lavoro sul *gender* dei *broadcaster* europei.

Cito alcuni dati utili a capire perché questo percorso è importante. Oggi in RAI l'organico è composto al 43,5 per cento da donne e al 56,5 per cento da uomini; ma, tra gli impiegati, le donne sono il 47 per cento, nei quadri diventano il 36 per cento, tra i dirigenti sono il 24 per cento. La differenza retributiva media, tra donne e uomini, è intorno al 20-21 per cento, perfettamente in linea con la media italiana rilevata dall'INPS e lievemente superiore alla media degli altri *broadcaster* europei.

Esattamente come avviene anche per gran parte degli altri *broadcaster* europei, il problema maggiore è nella *leadership* femminile. Questo lo abbiamo già rilevato per quanto riguarda i numeri relativi ai dipendenti, ma vale anche per la remunerazione. Solo l'8 per cento dei dirigenti nella fascia di retribuzione più alta è rappresentato da donne. Questo ci dà, appunto, la misura del lavoro che dovremo fare nel piano strategico.

Le ragioni di questa differenza sono diverse e vanno approfondite, ma è importante sottolineare che non si tratta solo di una battaglia per la giustizia in Azienda; si tratta di un impegno per lo sviluppo dell'Azienda. E non solo perché questo lo dicono tutte le ricerche economiche degli ultimi tempi, ma anche per quello che sta avvenendo oggi in RAI. Se, infatti, guardiamo alle assunzioni a partire dal 2000 in poi, vediamo che l'Azienda, con il 51 per cento degli impiegati assunti dal 2000 in poi e con il 52 per cento dei giornalisti, che sono donne, è già più femminile.

Quindi, se non guardiamo al dato complessivo, ma a quello più recente, il futuro dell'Azienda, in un certo senso, è già molto più femminile. In prospettiva, dunque, siamo un'azienda femminile, dove è importante che le donne lavorino meglio.

Un altro dato che ci aiuta a capire è il seguente: il *part-time* oggi è all'89 per cento femminile; i congedi parentali sono all'80 per cento femminili. Questo, naturalmente, non è un dato che riguarda solo la RAI, ma un dato sociale italiano. L'importanza della famiglia nella vita femminile è un dato molto italiano, non solo italiano, ma molto italiano. Noi, però, dobbiamo tenerne conto e, quindi, il piano di riequilibrio che stiamo intraprendendo con l'Azienda ci aiuterà a dare maggiore solidità allo sviluppo della carriera femminile, lavorando, nel contempo, perché l'azienda possa avere il giusto contributo da parte delle donne. Quindi, si lavora in entrambe le direzioni.

Contiamo molto su questo piano, speriamo che parta a breve e che segua il percorso fatto da altri importanti *broadcaster* europei. La BBC ha appena concluso un piano sul *gender pay gap*. Affermano di avere chiuso il *gap* a meno di un 3 per cento e questo ci dice che è possibile.

Passando al lavoro che, invece, svolgiamo nella programmazione video e radio, il Contratto di servizio, come sapete, prevede un monitoraggio che riguarda sia la qualità della programmazione che la reputazione aziendale. Il monitoraggio viene portato avanti con il pubblico, dall'indagine *Qualitel* e dall'indagine sulla *corporate reputation*, e poi viene portata avanti da un gruppo di esperti che analizzano più nel dettaglio i contenuti delle reti generaliste. Su questo vi ha già riferito, in un incontro recente, il collega Nepote, della direzione *marketing*. Con lui noi collaboriamo nel definire anche gli *item* di ricerca per quanto riguarda le pari opportunità.

La RAI riceve, in questo campo, un giudizio complessivamente abbastanza buono: 7 su 10 nella votazione. Le violazioni, considerate tali, segnalate per la dignità femminile e per l'identità di genere sono piuttosto basse, se non bassissime: lo 0,3 per cento su 1.100 trasmissioni che vengono analizzate. La CPO segnala, anche direttamente all'Azienda, contenuti che non sono convincenti o lesioni specifiche di quella che noi riteniamo una corretta rappresentazione della donna. Ci capita, però, di chiedere provvedimenti, in media dalle 4 alle 6 volte all'anno massimo.

Su questo fronte, il lavoro procede e abbiamo chiesto un intervento specifico all'Azienda proprio di recente, una decina di giorni fa, perché pensiamo che sarebbe molto utile fare un corso, che definirei di *gender etiquette*. Se la RAI si muovesse, al suo interno, per sensibilizzare i propri dipendenti, soprattutto quelli addetti ai programmi (e per addetti ai programmi, non intendo solo gli autori ma tutto il comparto), nel controllo del linguaggio e della rappresentazione femminile, questo aiuterebbe l'Azienda ma potrebbe essere importante anche per il Paese.

Tale corso potrebbe dare un vero e forte impulso al cambiamento su questo piano e quindi puntiamo a vararlo al più presto. Non vi è alcun corso preesistente su questo tema. Ci sono molte esperienze: la stessa Commissione pari opportunità, con la precedente presidenza Mussi Bollini, ha fatto un esperimento in questo senso a Torino, con buoni risultati, con docenti della Bicocca di Milano.

Noi puntiamo, appunto, a fare un progetto che, in qualche modo, possa interessare e coinvolgere tutta l'Azienda, che faccia capire ai nostri colleghi che una rappresentazione della donna oggetto, alla lunga, non aiuta a sradicare la violenza, ma comporta un problema di slittamento dei rapporti. Quindi, non bisogna raffigurare la donna come oggetto ma, al contrario, darle peso e valore anche nelle discussioni. Aggiungo che le principali segnalazioni che vengono dal nostro pubblico riguardano proprio la scarsa presenza di donne nei consessi importanti.

Oggi le donne in TV sono circa un terzo delle presenze, mentre scendono al 18 per cento in ambito politico e al 25 per cento come esperti. Le donne, quindi, sono poche rappresentate nelle discussioni che contano.

Per quanto riguarda la presenza femminile nei *panel*, il 25 novembre, in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, tutta l'Azienda è stata mobilitata per esprimere una propria progettualità e Simona Sala, direttrice di Radio 1, ha presentato un progetto specifico dal nome «Senza donne non se ne parla», impegnando la sua radio a garantire una presenza femminile equilibrata in tutte le discussioni. Noi speriamo che da qui si parta. Questa è un'iniziativa della Commissione europea che abbiamo fatto nostra e speriamo che si diffonda in tutta l'Azienda. Vedere in TV più donne che parlano in consessi autorevoli ci aiuterebbe a modificare la percezione. Un invito a diffondere questo spirito in tutta l'Azienda è venuto proprio ieri dalla direttrice Giuseppina Paterniti. Quindi, c'è un inizio importante.

Vorrei concludere gettando un rapido sguardo sugli altri *broadcaster* di servizio pubblico europeo. In questo momento sono tutti impegnati in tema di pari opportunità e in Europa i numeri non sono, in media, molto diversi dai nostri. A volte quando guardiamo fuori ci possiamo sentire un po' confortati. Nei *media* di servizio pubblico il 44 per cento del personale è costituito da donne (la proporzione è questa). In Europa i dirigenti donna sono pari al 31 per cento, quindi la percentuale è superiore a quella del nostro Paese, ma ciò è dovuto anche al fatto che nei Paesi nordici, così come in Austria, Belgio, Francia, Spagna e Gran Bretagna il servizio pubblico ha avviato già da uno, due anni un importante piano strategico in questo settore.

Il divario retributivo è pari al 19 per cento e, quindi, siamo più o meno nel *range*, anche se il nostro è un po' più alto. In alcuni settori specifici viene evidenziata una particolare distanza tra la posizione della donna nel mondo reale e quella rappresentata in video. Questo è un altro aspetto a cui dobbiamo fare attenzione. Pensiamo, ad esempio, allo sport dove oggi, a fronte del 40 per cento di donne professioniste, solo il 4 per cento ha copertura mediatica.

Negli ultimi tre anni il mondo dei *broadcaster* europei ha svolto un ruolo molto attivo. Questo patrimonio di esperienza è stato raccolto in un rapporto dell'Unione europea ciechi (EBU) che ci è stato molto utile per lavorare e nel quale abbiamo condiviso anche l'esperienza della nostra Commissione pari opportunità.

Naturalmente in tutto questo percorso sono fondamentali il ruolo dei giornalisti e la componente informativa nelle pari opportunità. Spero che a breve l'USIGRAI entrerà, come ha chiesto, nella Commissione pari opportunità.

Signor Presidente, ho terminato il mio intervento. Lascerei ora spazio a Monica Pietrangeli che coordina le pari opportunità nell'USIGRAI e che potrebbe essere a breve con noi nella Commissione pari opportunità della RAI.

PRESIDENTE. Dottoressa Guarino Laterza, la ringrazio per il suo intervento.

Prima di proseguire con le audizioni, mi permetto di fare un commento con riferimento a quanto lei ha detto in tema di formazione. Come sicuramente sa, la Commissione si è ampiamente impegnata sulla proposta di una *social policy*. Ricordo che quando ci insediammo, la RAI non aveva ancora elaborato una *social policy* sui profili anche personali dei dipendenti e dei collaboratori dell'Azienda. Noi ci siamo impegnati in una proposta di *social policy* che è stata in parte accolta ma che, secondo me, può essere ulteriormente sviluppata su molti dei temi trattati e anche sulla formazione di una coscienza e di una cultura in questo senso. Pertanto, saremmo favorevoli a una collaborazione in questo senso, visto che è stata una nostra iniziativa non ancora completata nel suo percorso.

Do ora la parola alla dottoressa Pietrangeli, coordinatrice della Commissione pari opportunità dell'USIGRAI.

PIETRANGELI. Signor Presidente, onorevoli senatori, mi associo ai ringraziamenti già formulati dalla collega Guarino Laterza, perché ritengo estremamente importante che questa Commissione abbia deciso di dare spazio ai temi delle pari opportunità nell'offerta di servizio pubblico.

Non mi soffermerò su quanto già detto dalla collega, limitandomi a dare qualche informazione aggiuntiva con riferimento al settore giornalistico.

Per quanto riguarda i percorsi di carriera, mi preme offrirvi qualche elemento che, seppur leggermente più positivo rispetto ai numeri forniti prima, fa capire l'importanza di intraprendere un'azione di riequilibrio.

I dati forniti pochi giorni fa dalla RAI sono parziali, ma comunque significativi. Attualmente – parliamo del settore giornalistico – su un totale di 325 dirigenti, le donne sono 102 e gli uomini 223 (la percentuale è quindi pari a circa il 31 per cento). Faccio presente che i dati sono stati forniti in modo aggregato, ossia nell'ambito dei dirigenti sono compresi i direttori, i vicedirettori e i caporedattori. Ho fatto alcuni calcoli. Se guardiamo alla carica più alta, che è quella della direzione, la percentuale precipita ulteriormente: su 7 testate, un canale *all news* e una direzione editoriale, le direttrici sono 2, pari a circa il 18 per cento del totale, considerando che la testata giornalistica regionale ha 2 condirettori. Simona Sala è l'unica a dirigere una testata (Radio 1, come ha già ricordato la collega

Guerino Laterza), mentre Giuseppina Paterniti è alla direzione editoriale. Se poi guardiamo alle vicedirezioni, le donne sono pari al 30 per cento del totale.

Questi numeri sono ancora più significativi se si pensa che, scendendo nella scala gerarchica, le presenze di donne e uomini quasi si appaiano. Tra i capiservizio le donne sono 185 e gli uomini 156, mentre tra i redattori ordinari troviamo 488 donne e 481 uomini.

Mi auguro che la RAI farà tesoro di questi dati nelle prossime rendicontazioni non finanziarie, soprattutto per quanto riguarda le politiche che intende intraprendere per la parità di genere, così come prevede il decreto legislativo n. 254 del 30 dicembre 2016. Io ve li ho esposti perché mostrano che siamo ancora piuttosto lontani da quanto richiesto non soltanto dall'agenda 2030 dell'ONU e dalla Convenzione di Istanbul, già citate dalla collega, ma anche dal piano approvato dal Parlamento europeo nel 2018 sulla *gender equality nei media*, che sottolinea l'importanza della presenza delle donne ai vertici delle testate giornalistiche. Ciò, come penso voi possiate condividere, non per un mero senso di giustizia numerica, ma perché una maggiore presenza di donne ai vertici delle aziende editoriali e delle testate può essere determinante nella ridefinizione delle priorità giornalistiche, nella scelta dei temi e nella formulazione delle scalette.

Per questo motivo, è di assoluta importanza l'iniziativa della direttrice Simona Sala «Senza donne non se ne parla», di cui ha già parlato la collega Guarino Laterza. Ci auguriamo davvero tanto che la RAI voglia farla sua, sollecitando tutti i settori a implementare una presenza qualificata delle donne in tutta la programmazione.

Il nostro impegno, come Commissione pari opportunità dell'USIGRai, e anche quello della Commissione pari opportunità della RAI sono costanti nel vigilare – e lo dimostrano i nostri interventi nei casi, purtroppo non infrequenti, di violazioni del Contratto di servizio – che venga utilizzato un linguaggio adeguato e non offensivo della dignità delle donne, ma anche delle persone appartenenti alle minoranze, intese qui nel senso più ampio e comprensivo del termine, nel rispetto della coesione sociale che alla RAI servizio pubblico viene richiesta dal medesimo contratto di servizio: i disabili, le persone *gay*, lesbiche e *trans*, le persone con *background* migratorio o che appartengono alle minoranze religiose.

Oltre a questo, ci impegniamo affinché la RAI faccia un passo in avanti e corrisponda al meglio al suo ruolo di servizio pubblico, non limitandosi soltanto a sollecitare un linguaggio corretto, ma facendosi promotrice di un cambiamento non più rinviabile. Del resto, questo si iscrive perfettamente nella storia e nella tradizione della RAI come grande motore culturale del Paese.

Da questo punto di vista, come USIGRai abbiamo chiesto e ottenuto che nel contratto giornalistico venissero inserite non soltanto la Carta di Treviso, riguardante i minori, e la Carta di Roma, riguardante le persone immigrate, ma anche il Manifesto di Venezia che, come molti di voi sapranno, è stato sottoscritto da più di 1.000 giornaliste e giornalisti ed è

volto a favorire una corretta narrazione dei femminicidi e della violenza contro le donne, nonché a promuovere un uso corretto del linguaggio di genere. Certo, questo non è sufficiente, ce ne rendiamo conto.

Si fa molta fatica anche nella narrazione giornalistica a staccarsi da un racconto stereotipato e a prendere coscienza che la violenza deve essere inserita nel contesto strutturale della nostra società, e cioè che l'uccisione di una donna, per mano di un marito, di un compagno, di un ex, non può essere derubricata a un mero fatto di cronaca.

Il monitoraggio sulla figura femminile del 2019 a cui faceva riferimento anche la collega, rispetto a questo ci dice moltissimo: basandosi su nove indici, l'osservatorio di Pavia ci dice che il valore della narrazione della violenza in RAI è di 0,6 in un intervallo compreso tra -1 e +1; positivo dunque ma poco più che sufficiente.

Anche sul linguaggio di genere c'è tanto lavoro da fare. Ci troviamo in mezzo a un guado e siamo impegnate e impegnati affinché la RAI, azienda di comunicazione, su questo tema faccia un salto e indichi con chiarezza e coerenza che la lingua italiana è pronta per usare il femminile nelle cariche politiche, negli incarichi amministrativi e nei ruoli sportivi. Non è una rivoluzione, è prendere atto che la società è cambiata e che la lingua registra il cambiamento; è allinearci a quanto già avvenuto nella maggior parte delle lingue europee, sicuramente in tutte quelle dei Paesi che hanno fondato l'Unione.

Chiudo segnalando che sul tema della violenza, come CPA e USIGRAI, grazie all'impegno soprattutto di due colleghi uomini – questo lo voglio sottolineare – abbiamo prodotto uno *spot* andato in onda in tutte le edizioni dei TG e dei giornali radio per il 25 novembre dello scorso anno che si intitola «Da uomo a uomo».

GUARINO LATERZA. Lo *spot* cui fa riferimento la collega è veramente molto, molto interessante, perché i giornalisti maschi – soprattutto i conduttori ma non solo – si sono messi in gioco per chiedere agli altri uomini come viene loro in mente, in che modo arrivano a fare questo, cosa pensano che ci sia di maschile in tutto ciò. Secondo me parlare tra uguali funziona, per certi aspetti anche di più.

PRESIDENTE. Colleghi, stiamo avendo un problema tecnico. Se riusciamo a risolverlo rapidamente andiamo avanti, altrimenti cominciamo con i quesiti. *(Il collegamento si interrompe per circa tre minuti)*

PIETRANGELI. Signor Presidente, come dicevo, vorrei concludere ricordando l'iniziativa dello scorso anno che serve a segnalare il nostro impegno su questi temi come giornaliste e giornalisti e come sindacato: si tratta dello *spot* che come Commissione pari opportunità USIGRAI, grazie all'impegno soprattutto di due colleghi uomini abbiamo prodotto per il 25 novembre del 2019 e che andò in onda in tutte le edizioni dei TG e dei giornali radio che si intitolava «Da uomo a uomo» nel quale si prende atto che la violenza non riguarda soltanto le donne che la subiscono e

che vi resistono ma soprattutto gli uomini che la esercitano. È una presa di coscienza culturale che a noi è sembrata fondamentale ed è stato un salto, secondo me, importantissimo, seppure sappiamo che anche nel mondo giornalistico serve un grande impegno.

Mi associo alla collega Laterza nel chiedere fortemente che i corsi di formazione a cui noi giornaliste e giornalisti siamo obbligati a partecipare, che riguardano anche questi temi, possano essere attivati nell'azienda RAI servizio pubblico anche per chi dirige i programmi e i telegiornali perché, come vediamo con l'esempio della direttrice Simona Sala, se ai vertici ci sono persone sensibili a determinate tematiche, anche per quello che riguarda le pari opportunità, ciò ha ricadute positive sull'intero comparto.

BERGESIO (*L-SP-PSd'Az*). Signor Presidente, ringrazio i nostri ospiti per l'esposizione che è stata interessante anche nel passaggio sullo *smart working* perché mi sfuggiva il dato relativo all'80 per cento che è veramente alto. Ritengo sia giusto e sia equilibrato anche considerare i dati reali legati alla produttività di questa percentuale di lavoratori agili che diventa importante per qualsiasi azienda e RAI, come servizio pubblico e come prima azienda culturale del Paese, sicuramente riesce a dare l'esempio in questo senso.

In primo luogo vorrei dire che nelle trasmissioni RAI spesso prevalgono ospiti uomini, dunque, a suo avviso, l'Azienda come può, in tempi anche relativamente brevi, incentivare la parità di genere? Allo stesso tempo, a mio parere, c'è un contrasto non ideologico ma soggettivo perché invitare un ospite solo perché donna rischia di essere riduttivo rispetto alle professionalità e alle competenze. Vorrei il suo parere su questo problema.

In secondo luogo, i TG più importanti della RAI, quello di RAI News e quelli delle tre reti principali, sono tutti diretti da uomini. Altre testate «minori» sono dirette da donne, come Radio RAI, Radio 2 e altre ma – diciamolo tra di noi – non sono alla pari. La parità di genere ai vertici dell'Azienda sembra ancora lontana anche se lei ci ha mostrato un quadro in crescita, soprattutto a partire dalle assunzioni, dalle potenzialità dei giornalisti che sono al 52 per cento donne e quant'altro. Prevede che vi saranno accelerazioni nella tabella di marcia? Come si vive questo momento e soprattutto quali sono le prospettive per i prossimi anni in questo senso?

MARROCCO (*FI*). Signor Presidente, ringrazio la dottoressa per la sua esaustiva esposizione. Ci ha parlato di cultura del rispetto, di stereotipi, di codice etico e di una grande attenzione. Non mi soffermo sui dati perché tanto lavoro è stato fatto ma tanto altro c'è ancora da fare.

La sua audizione però cade a pennello. Sembra che la RAI stia seguendo una linea editoriale che non rispecchia affatto quella che una TV pubblica può e deve svolgere; dall'episodio della spesa di «Detto fatto», allo «stai zitta» a «Carta bianca», per arrivare a «Che tempo che fa», dove Luciana Littizzetto commenta una foto di un personaggio noto a cavallo. Non ci soffermiamo sui commenti, ovviamente. Una scia a

dir poco sessista. Come ha detto anche lei poco fa, peso e valore nelle discussioni, la donna oggetto alla lunga porta alla violenza.

Vede, non è questione di non avere senso dell'umorismo, o giustificarsi dietro la parola magica satira. Occorre sicuramente onestà intellettuale e chiedersi cosa sarebbe accaduto se la battuta l'avesse fatta un uomo. Sicuramente ci saremmo ritrovati con fior di femministe ad urlare in tutte le salse. La verità è che la violenza e la volgarità non hanno sesso, sono tali punto e vanno sempre condannate.

Le pongo alcune domande. A lei, da donna a donna, chiedo come ha catalogato questi episodi, in particolare l'ultimo; qual è il taglio che volete dare alla TV pubblica e se state già predisponendo delle azioni volte a contrastare episodi di questo genere. Ha poi parlato di controllo del linguaggio sulla rappresentazione femminile; se non ora quando?

FEDELI (PD). Signor Presidente, ringraziando per l'audizione odierna, vorrei sottolineare un aspetto. Se ho capito bene, è la prima volta che siete chiamati in audizione in Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi. Non era mai successo e questo, a mio avviso, è il segno che nelle fasi precedenti la questione di genere, con tutte le implicazioni trasversali da *mainstreaming*, è stata sempre sottovalutata dall'azione dell'industria pubblica.

Lo dico rivolgendomi anche al Presidente della Commissione perché credo che ciò mostri già quanta arretratezza vi sia persino nella modalità con cui la Commissione di vigilanza vigila sulla RAI, quando invece questo tema, nel suo significato, nella sua trasversalità di programmi, di azioni, di superamento del *gender gap* a tutti i livelli dentro la RAI è previsto dal Contratto di servizio. Credo che oggi ci sia e continui ad esserci una sottovalutazione. Per tale ragione, Presidente, io la ringrazio particolarmente; il fatto che lei abbia avuto l'onestà intellettuale di dire che è la prima volta, avendo ovviamente verificato le volte precedenti, che si dà luogo a una simile audizione, già ci dice che dovrebbe essere messo in moto un cambiamento.

La ringrazio anche per i dati, anche se onestamente le dico che da sei mesi avevamo chiesto alla RAI di fornirci tutti i dati disaggregati, di cui essa ha la responsabilità. In base alla normativa vigente, ogni due anni dovrebbe fornire i dati disaggregati per sesso, per quanto riguarda gli inquadramenti e le diverse funzioni. Voglio utilizzare questo incontro con lei, che ritengo molto proficuo, anche per richiedere tutti questi dati. Non sono i dati su un'audizione che abbiamo svolto, su come vengono rappresentate le figure femminili nei palinsesti, ma concernono il punto di vista della struttura, quello che lei adesso, in qualche modo, a voce ci ha dato perché le percentuali che lei oggi ci ha fornito sono le percentuali per fasce, cui si aggiungono i dati della rappresentante dell'USIGRAI, cioè della parte dei giornalisti. Noi abbiamo bisogno di dati complessivi dell'Azienda, perché il Comitato pari opportunità dovrebbe essere un unico Comitato dell'Azienda.

Tra l'altro colgo l'occasione per dire che considero molto importante il fatto che si ricomponga la rappresentanza dentro al Comitato pari opportunità dell'Azienda da parte di tutte le figure professionali che operano all'interno di essa; è anche questo lo scopo della sua istituzione.

Sulla base dei dati che lei ci ha fornito e dei dettagli che sono stati dati sia da lei che dalla rappresentante dell'USIGRAI, vorrei soffermarmi su alcuni elementi.

Il primo: vorrei sapere, a fronte della fotografia che lei correttamente ci ha fornito oggi, quali sono tempi, modalità e qual è il piano con il quale l'Azienda intende superare il *gender gap* a tutti i livelli: salariale, di assunzione, di percorso di carriera e anche di contaminazione nell'espressione dell'equità di genere dal punto di vista delle responsabilità nelle diverse caratteristiche di palinsesto che il servizio pubblico fornisce, quindi sia dal punto di vista dell'informazione che dal punto di vista dei diversi palinsesti. Credo infatti che la cosa importante che si dovrebbe fare in RAI è intanto essere consapevoli che la rappresentazione del superamento delle discriminazioni di genere a tutti i livelli in RAI dovrebbe anticipare e trainare quelle che dovrebbero essere poi superate anche nella nostra società a tutti i livelli e in tutti i campi. Questo proprio perché è un'azienda pubblica, la più grande azienda culturale del Paese, un'azienda per esso strategica. Voglio sottolinearlo; non stiamo parlando di aziende di secondo piano, ma di aziende che hanno esattamente la funzione di accompagnare il Paese nel cambiamento. Parlando di *gender gap* (a volte, quando si usano vocaboli inglesi, sembra quasi che si addolciscono i termini), superare il *gender gap* significa superare le discriminazioni verso le donne che sono intollerabili per la convivenza democratica di un Paese civile. Ciò vuol dire attuare l'articolo 3 della Costituzione italiana, in particolare il suo secondo comma, che chiama a responsabilità pubblica tutti, non solo lo Stato, ma tutti i soggetti, a rimuovere le cause che formano e che consolidano queste discriminazioni.

Penso quindi che sia un taglio e un impegno molto forte. È importante allora avere una *deadline* sulla quale misurarci; sta poi a lei dirci se ci rivediamo fra due o tre mesi. Abbiamo bisogno infatti di avere un monitoraggio costante sulle azioni concrete che la RAI, anche su proposta del Comitato per le pari opportunità, intende mettere in campo per superare i *gap* su cui lei ci ha riferito. Non possono essere infatti *gap* legati al fatto che, siccome sono donne, valgono meno, pesano meno, devono essere retribuite meno; questo per tutti noi è un punto politico decisivo in attuazione del Contratto di servizio.

Secondo elemento: qualche mese fa, prima dell'estate, abbiamo svolto un'audizione, in cui è emerso che anche il racconto e la visione che viene data nei programmi deve accompagnare il superamento e la rottura degli stereotipi e dei pregiudizi. C'è qualcosa che non funziona, date le citazioni che faceva la collega Marrocco di tre episodi che, vista la mia funzione, ho immediatamente sanzionato e sui quali sono intervenuta. Il tema è che vale anche se lo fanno gli uomini, ma lo si ripete, guarda caso, esattamente giocoforza come se fosse normale rispetto alle donne.

Allora quali sono, anche su questo terreno, gli strumenti, i tempi e le modalità con cui si può arrivare e a cosa?

E qui arrivo a un punto. Lei ha toccato un tema importante: serve formazione per chiunque operi in una struttura pubblica. Io dico per chiunque operi anche nella responsabilità pubblica. Capisco che in RAI – lo dico per oggettività – a volte si verificano le stesse situazioni che hanno luogo in Parlamento e che non dovrebbero accadere: nel linguaggio, nella modalità con cui ci si confronta, anche avendo opinioni differenti. La RAI però è un'azienda culturale che dovrebbe invece accompagnare questo processo.

Il tema della formazione non è secondario; il tema della formazione deve essere strettamente legato, dal mio punto di vista, a ciò che veniva richiamato dal Presidente all'inizio e cioè ad una *policy* di responsabilità anche individuale – questo è un altro elemento perché sono tanti gli strumenti che si utilizzano nel servizio pubblico – ma deve essere anche un connotato di formazione permanente perché anche a tale riguardo i cicli cambiano. Pensando per esempio alle molestie sessuali, venti anni fa anche le direttive europee sul punto facevano quasi fatica a identificare cosa fosse una molestia sessuale. Oggi invece abbiamo leggi e punti di riferimento. Sono quindi terreni complessi, ma che è assolutamente necessario affrontare. Anche questo è un elemento che deve far parte costantemente della formazione. Al riguardo, una volta svolto un corso che spiega cosa significa utilizzare un linguaggio non discriminatorio o non offensivo rispetto alle diversità, non si può dire di essersi assestato complessivamente.

Questo è il tema che voglio sottolineare e chiedo se in riferimento a ciò vi sia un impegno per affrontarlo e impostarlo in un tempo determinato. Chiedo, inoltre, quali sono gli strumenti della verifica perché, a fronte degli ultimi episodi avvenuti, che non sono gli unici – si potrebbe guardare anche al passato – c'è stato l'intervento disciplinare, ma non quello rieducativo della struttura e, quindi, dei suoi componenti. Noi sappiamo bene, infatti, che può verificarsi una determinata situazione a «Detto fatto», a RAI Sport come anche su RAI3 in termini di comicità. Io adoro la Littizzetto, ma bisogna essere equilibrati e, secondo me, è stato giusto sottolineare ciò che ha fatto. Da sempre penso che la cosa più importante sia prevenire tutto ciò. A volte, infatti, è troppo semplice dire: «Intervengo e sanziono» perché, una volta sanzionato, non hai modificato le condizioni in essere. Invece, mi piacerebbe sapere – questa è la domanda che le faccio – se nel prosieguo dell'attività della Commissione pari opportunità immaginate di affrontare la questione di chi infrange il codice etico di comportamento prevedendo momenti di formazione perché, secondo me, la prevenzione è il punto fondamentale. Ovviamente si sanziona, ma nello stesso tempo, dopo la sanzione, solo la rimozione non penso sia sufficiente.

Mi permetto di dire che si tratta di temi strutturali e non occasionali che appartengono alla cultura con cui si cresce, dipendono da come i *media* comunicano gli stereotipi e i pregiudizi. Lei sa che, dopo aver preso una posizione pubblica, mi sono ritrovata lettere in cui mi chiedevano

che problema c'era e che non si faceva del male a nessuno. C'è una grande sottovalutazione dell'incidenza del linguaggio e del modo in cui ci si relaziona come se non fosse elemento di violenza.

In merito ricordo che nel nostro Paese la legge che ha recepito la Convenzione di Istanbul dice che un insieme di violenze e di discriminazioni verso le donne sono considerate violazioni dei diritti umani. Penso che ciò che conti sia l'elemento della formazione perché, a volte, come succedeva nella scuola, credi che un atto di bullismo sia normale, una banalità e non scorgi che dietro c'è, invece, un atteggiamento che più in profondità porta a violenza e discriminazione.

Credo che ci si debba confrontare e chiedo se per caso questa cosa l'avete già presa in considerazione rispetto all'intervento di formazione, oltre alla sanzione, per non usare una parola che si adopera in altri campi. Io vorrei incrociare prevenzione e sanzione, tutela e sanzione, altrimenti, secondo me, non se ne esce.

Se ho ben colto, mi pare importante il piano strategico di azione della RAI esattamente per superare tutto ciò. Immagino che significhi intervenire a 360 gradi sulla RAI e cambiare prospettiva. Anche su questo mi piacerebbe conoscere tempi e modalità, se è possibile oggi o in un'altra occasione.

RICCIARDI (M5S). Signor Presidente, è la prima volta, come ha colto la collega Fedeli, che lei e la presidente Pietrangeli, che credo ci ascoltino, siete tra noi e vi porgo il mio benvenuto.

Uno dei fili conduttori delle audizioni di oggi è stato il tema della dignità della donna che si interseca con quello del servizio radiotelevisivo pubblico in modo inestricabile, soprattutto perché parla di comunicazione di modelli. Un segnale positivo ci è giunto anche stamattina dalle dichiarazioni del direttore di Rai Tre, Franco Di Mare, da quanto ci ha detto lei e anche da ciò che ci ha sottolineato brevemente la presidente Pietrangeli, anche se non siamo riusciti a sentirla bene.

Ognuno di voi ha riportato con forza alla nostra attenzione il vostro rispettivo impegno affinché sia alimentato, nel nostro Paese, il dibattito sul corretto linguaggio che deve essere utilizzato nei *media* sia per relazionarsi con le donne, sia per descrivere oppure informare delle tragedie che le vedono, purtroppo, a volte protagoniste come vittime. Ben venga quanto ha detto prima sulla necessità di partire dall'interno circa l'uso di questo linguaggio nella programmazione. Sintetizzo l'approccio con la frase «partire dalle origini», che poi la collega Fedeli ha spiegato molto bene con riferimento a tante sfumature, tra cui, secondo la collega, una necessità che poi sfocia nella rieducazione.

Io sono fermamente convinta che, nella missione del servizio pubblico radiotelevisivo, una corretta rappresentazione femminile è un indispensabile deterrente per contrastarne la violenza. La dignità della donna rappresenta un importante snodo nel raggiungimento di una società che voglia definirsi realmente civile. Credo che sia necessario che i mezzi di informazione sappiano bilanciare nel linguaggio che viene adoperato

non soltanto il rispetto per le donne, non soltanto la libertà di scelta, ma anche la loro autodeterminazione. Tutto ciò deve avvenire sempre tenendo presente la tutela delle minoranze e anche la libertà di espressione. Mi riferisco al recente caso della battuta sessista pronunciata dal telecronista di RAI Sport, Lorenzo Leonarduzzi, al *rally* di Monza. In tal senso, attendo dei provvedimenti dall'Azienda perché, per quanto riguarda i miei compiti di vigilanza, non posso che appurare che lo stesso giornalista del servizio pubblico, nell'aprile del 2018, si è reso protagonista di un ambiguo messaggio in tedesco nel giorno del compleanno di Hitler – ha fatto riferimento al numero 129, che sarebbero stati gli anni che avrebbe compiuto lo stesso Hitler – per il quale la RAI era intervenuta con una dichiarazione. Io credo, invece, che bisogna passare dalle parole ai fatti.

PRESIDENTE. Non essendoci ulteriore interventi, do spazio alle repliche. Se intende intervenire anche la dottoressa Pietrangeli, ascolteremo entrambe.

GUARINO LATERZA. Presidente, parto dal riferimento al linguaggio. Noi sappiamo che il linguaggio è un dato fondamentale nel pensiero.

La prima cosa che un bambino fa è chiedere il nome delle cose e chiamarle per poterle trattare. Il linguaggio è, pertanto, fondamentale perché forma il pensiero ed è per questo che, come azienda di comunicazione, siamo consapevoli che il linguaggio, incluse le immagini, modificano il nostro modo di convivere e la percezione.

Parto da un dato. Come Commissione pari opportunità abbiamo 11 componenti femminili e un componente maschile. Tale decisione non è naturalmente casuale. Penso che anche in questo senso è molto importante che ci rivolgiamo al mondo maschile come a quello femminile e che le pari opportunità vengano vissute come un problema anche molto maschile. Stiamo parlando della società, infatti, e la società deve camminare insieme, altrimenti non procede.

Oggi le donne ne sono parte fondamentale e, quindi, un corretto rapporto non può che far crescere tutti. Ciò vale anche per la RAI. È per tale motivo che noi, dopo aver fatto una serie di interventi puntuali in questi anni sulle molestie e sulla *disability management*, oggi abbiamo chiesto – l'Azienda si sta muovendo – un piano strategico complessivo.

Il piano strategico complessivo è in partenza; c'è stato un primo tavolo di lavoro ma non è una cosa semplice, anche perché, come giustamente si diceva, il problema delle quote rosa – chiamiamolo così – in tutti gli ambiti è sempre stato un problema complesso, e ne siamo consapevoli. Però è anche vero che i numeri ci dicono che abbiamo una componente femminile importante nella società. Pertanto, a meno che non riteniamo che le donne abbiano un cervello strutturalmente inadeguato, non si riesce a capire perché non arrivino ad essere rappresentate in maniera simile ai vertici della società, così come sono parte della base.

La premessa è dunque: le pari opportunità riguardano tutti, sono un problema di sviluppo e il linguaggio è importante.

Per quanto riguarda le quote e la presenza femminile (vado nell'ordine), l'iniziativa dei cosiddetti no-manel, cioè la non partecipazione anche da parte degli uomini a *panel* in cui non siano comprese le donne, è quasi un'onda lunga a questo punto; nel mondo anglosassone è proprio un dato di fatto: non si partecipa a consessi in cui non siano presenti anche *speaker* donne. Siccome nelle università – lo sappiamo – la presenza femminile è importante (parlo di università per indicare un consesso di esperti per definizione), il problema è identificare degli *speaker*, cominciare a conoscerli e a farli partecipare in modo tale che li si conosca, si diffondano e diventi normale la loro partecipazione a questo tipo di trasmissioni, di commissioni e di tutto quello che è discussione pubblica.

In questo senso, con la collega Simona Sala in questi giorni abbiamo parlato anche con le università per chiedere che partecipino all'iniziativa «Senza donne non se ne parla», verificando al loro interno e cominciando a pensare a possibili *speaker* per aree d'interesse, in modo tale che si possa collaborare. È chiaro che la tendenza nel mondo televisivo è ad essere rapidi, allora si tende a dire: se conosco gli uomini – non perché sono uomini ma perché già li conosco – li chiamo. Quindi bisogna mettere insieme l'intento di avere delle donne ed iniziare a raccogliere un *database*, collaborando con i centri di ricerca e con i consessi di *expertise* in modo tale da realizzare tale *database*. A tale proposito stiamo operando concretamente.

Per quanto riguarda il piano d'azione e i tempi, abbiamo delle esperienze fatte all'estero e sappiamo che i piani strategici sono stati di media durata, con delle tappe intermedie. La durata è variabile, ma penso che un piano strategico debba come minimo darsi tre anni e sapere che deve cominciare ad utilizzare degli strumenti di variazione graduati, verificando man mano cosa avviene. In questo senso possiamo anche far riferimento ad esperienze straniere: ad esempio, la televisione francese ha chiesto che per il *management* ci sia sempre almeno una candidata donna tra i *curriculum* e addirittura è arrivata a dire che se il *curriculum* femminile non c'è, non si fa la selezione. Ossia: è possibile che in quel momento non si veda un *curriculum* femminile, ma si preferisce aspettare che ci sia almeno nell'ambito della selezione.

Nella nostra *policy* di genere, già nel 2013 auspicavamo sempre la presenza di un *curriculum* femminile. Auspicare è una cosa, prevederla è un'altra, ma comunque ci sono strumenti di questo tipo. Sempre la televisione francese, che è stata molto attiva negli ultimi anni, dice che, a parità di competenze, il genere sottorappresentato in un certo ambito – che può anche essere quello maschile – è quello che si preferisce. Ci sono quindi delle azioni concrete di vario tipo che sono state messe in atto e a cui ci possiamo riferire.

Sappiamo inoltre che per le donne c'è un problema specifico che riguarda i settori tecnologici. In quell'ambito, la presenza femminile è molto deficitaria, e questo riguarda anche la parte di remunerazione, perché i settori tecnologici sono settori importanti, avanzati e con alta remun-

nerazione. È importante che si cerchino donne per quegli specifici settori: è quello che si fa in altri *broadcaster*.

Di tutto questo dovrà tener presente il piano strategico. In questo momento si tratta di un'ipotesi su cui si sta lavorando, quindi non ho elementi concreti, ma ovviamente tutta l'Azienda dovrà collaborare: ci saranno tutte le direzioni fondamentali, a partire da quella delle risorse umane, e saranno tutte coinvolte in questo ambito.

Credo che la mobilitazione interna sia la cosa più importante. È vero che ci sono dei *drop*, delle cadute di educazione, di stile, di attenzione, però tanto più ampia è la consapevolezza del problema, tanto più diffusa la rendiamo, tanto più facile è che ci siano delle correzioni.

Perché venga fuori un certo tipo di programma, non ce la si può prendere solo con gli autori perché c'è l'autore ma c'è anche chi è distratto. A tal proposito racconto sempre l'episodio di una collega che mi portò un pezzo da correggere in cui c'era scritto che 6 milioni di bambini in Italia soffrono di malattie rare. Le feci presente che, posto che ci fossero 6 milioni di bambini, avrebbero dovuto essere tutti malati e ognuno di una malattia diversa. Mi è stato detto: «ma c'è scritto nel comunicato». Certo, ma il comunicato è sbagliato. Questo per dire che l'automatismo talvolta è veramente pericoloso e noi dobbiamo incidere sugli automatismi. Cos'è lo stereotipo se non un automatismo molto radicato? Non è facile, perché gli stereotipi sono tanti, però bisogna incidere su questo, creando dei contrappesi.

Il discorso che si faceva sulla formazione va in questo senso: deve essere qualcosa che riesca ad incidere sugli automatismi, quindi deve essere profonda. Si comincerà per piccoli gruppi facendo in modo che siano sparsi all'interno dell'Azienda e che comincino ad agire facendo notare cosa può sembrare che suoni male e cosa non va bene. Poi si diffonderà, ma non sarà un processo facile, perché siamo un'azienda grande.

Da ultimo menziono come avviene la formazione negli Stati Uniti: se sei coinvolto in un incidente stradale passando con il semaforo rosso, ti sottopongono a un video in cui ti fanno vedere tutto quello che ti sarebbe potuto succedere. A quel punto ti spaventi talmente da non passare mai più con il rosso. Forse un meccanismo di questo genere, su un linguaggio sbagliato, che faccia capire quali sono le conseguenze successive, non del proprio atto ma dell'insieme di essi, di atti simili al tuo o che ne traggono spunto, e può essere veramente un cambiamento. Non è una cosa semplice, non si fa in pochi minuti; stiamo parlando di un'azione strategica, però siamo la RAI e ne siamo consapevoli.

PIETRANGELI. Signor Presidente, personalmente ricopro un ruolo diverso da quello della collega Guarino Laterza, perché sono una rappresentante sindacale e non posso rispondere per le responsabilità dell'Azienda. Però svolgo un'attività sindacale basata su una grande collaborazione con l'Azienda e quindi anche con la Commissione pari opportunità della RAI, per quello che riguarda i temi che sono stati sollevati nelle dichiarazioni fatte dalle senatrici e dai senatori poco fa.

Sono d'accordo con la collega Laterza sul fatto che è fondamentale la mobilitazione interna (questo lo dico anche da sindacalista). Se c'è un'assunzione di responsabilità e una presa di parola su alcune tematiche da parte delle dipendenti e dei dipendenti, delle giornaliste e dei giornalisti, sicuramente c'è una sollecitazione anche nei confronti dei vertici aziendali, che può essere positiva. È questo quello che noi facciamo come sindacato quando interveniamo sui singoli casi e sui singoli episodi, con comunicati stampa e con comunicazioni interne all'Azienda a volte anche molto duri, come abbiamo fatto del resto questa mattina, intervenendo sull'episodio di RAI Sport, proprio come CPO USIGRAi, ma anche sull'episodio di «Che tempo che fa» e sulla questione di «Detto fatto». Mi sembra di poter dire che il tema della formazione sia naturalmente dirimente. Io non sono mai per la sanzione; questa serve ed è assolutamente necessaria quando ci sono delle violazioni palesi, come i casi che abbiamo citato. Dopodiché, per evitare che questo si ripeta, la sanzione serve, ma serve soprattutto un luogo di formazione, perché il luogo della formazione è anche il luogo del confronto. Vi faccio un brevissimo esempio e poi chiudo. Il Manifesto di Venezia, ad esempio, che noi abbiamo voluto insieme alla Commissione pari opportunità della Federazione nazionale della stampa e a GiULia (GIornaliste UNite LIBere Autonome), è una carta che non abbiamo voluto inserire tra le carte deontologiche; pertanto, se viene violata, non porta direttamente a delle sanzioni. Perché abbiamo scelto di fare così? Abbiamo scelto di fare così perché stiamo percorrendo un'altra strada; stiamo coinvolgendo le giornaliste e i giornalisti a sottoscrivere il Manifesto, in modo che ci sia un'assunzione di responsabilità individuale rispetto ai temi che il Manifesto stesso solleva. È chiaro che un giornalista se assume su di sé il Manifesto di Venezia senza essere costretto, firmandolo e sottoscrivendolo in modo libero e consapevole, sarà sicuramente più attento ai temi che il Manifesto solleva.

Questo per dire che io sono assolutamente d'accordo e che, come Commissione pari opportunità dell'USIGRAi ci siamo messi a disposizione dell'Azienda, con il bagaglio che abbiamo. Noi facciamo molta formazione, perché, come sapete, le giornaliste e i giornalisti sono obbligati a seguire corsi di formazione (questo fa parte dei nostri obblighi). Ci siamo messi a disposizione dell'azienda con il nostro *know-how*, con le cose che sappiamo e con le risorse che possediamo, proprio per svolgere un confronto sul tema della formazione, perché è fondamentale che vengano attivate delle riflessioni tra i dipendenti e le dipendenti, ma soprattutto tra coloro che gestiscono i programmi e le testate giornalistiche. Questo è fondamentale in un'azienda dove c'è sicuramente un dialogo orizzontale e dove si discute nelle redazioni, ma dove c'è anche una struttura gerarchica molto pronunciata. Dico anche, a favore dell'Azienda, che l'azienda stessa si è dotata di diversi strumenti. Abbiamo la *policy* di genere, che fu scritta dalla presidente Tarantola, abbiamo il codice etico e abbiamo il codice antimolestie, che abbiamo fatto come CPO USIGRAi e RAI. L'Azienda mostra una chiara volontà e io credo che si debba semplicemente

continuare a lavorare perché gli strumenti di cui ci dotiamo vengano attivati e vadano nella direzione che veniva sottolineata prima.

PRESIDENTE. Vorrei sottolineare che mi sembra molto interessante la proposta di una raccolta di esperti e di opinionisti, anche perché questo rappresenterebbe un rinnovamento del *parterre*, che molto spesso è ripetitivo. Sarebbe un servizio che potreste svolgere nei confronti di diverse trasmissioni di approfondimento dell’Azienda pubblica.

Ringrazio la presidente Guarino Laterza e la dottoressa Pietrangeli per il loro contributo e dichiaro conclusa l’audizione odierna.

I lavori terminano alle ore 15,50.

