

FESTIVAL DELLA COMUNICAZIONE

**Diocesi di Caserta, Società San Paolo, Figlie di San Paolo e
Centro Culturale San Paolo**

Incontro seminariale

I MEDIA E I DIRITTI DELLA PERSONA

LE GARANZIE E LE TUTELE

RELAZIONE INTRODUTTIVA

Caserta, 14 maggio 2010

Elisa Manna

responsabile Politiche Culturali CENSIS



PREMESSA

Quella che stiamo vivendo non è solo una crisi di controlli insufficienti e di regole inadeguate, non applicate, delegittimate, è anche, prima di tutto, una crisi culturale e ideologica, oltre che finanziaria, economica, sociale. Per uscirne, non basta ragionare sulle *technicalities*, ma è necessario riflettere sui principi da cui le regole devono discendere. Perché una cosa la crisi ce l'ha insegnata ed è che non basta globalizzare l'economia, la comunicazione, la conoscenza, occorre globalizzare anche i principi, i valori, le regole condivise.

L'enciclica “Caritas in veritate” di Benedetto XVI in questo senso è un aiuto potente: senza nulla togliere al suo significato trascendente ed al messaggio cristiano riesce ad offrire una risposta concreta e laica ai problemi generali della globalizzazione, sottolineando a tutti i livelli l'importanza dell'attuazione dei principi di solidarietà.

La “laicità” delle riflessioni e delle risposte dell'enciclica si coglie nella parola-chiave “dignità umana”, ripetuta spesso, che esprime il valore dell'uomo nel concreto di ciascuno e nell'universale dell'umanità tutta.

Al percorso della dignità nella dottrina sociale della Chiesa, richiamato dall'enciclica, si affianca il percorso di essa nell'ordinamento giuridico internazionale e in quello costituzionale.

La dignità va intesa come premessa, sintesi e contenuto dei diritti fondamentali, come espressione della centralità della persona, come ponte tra l'idea di uguaglianza e quella di diversità; la pari dignità sociale, anche e



soprattutto dei soggetti cosiddetti deboli, realizza l'eguaglianza nella concretezza e nel rispetto della diversità, attraverso i principi di prossimità e sussidiarietà, in una società veramente aperta.

E allora, quand'è che una società può dirsi aperta?

Quand'è che una democrazia può dirsi veramente sana?

Sono domande che chiamano in causa i diritti e naturalmente anche i doveri dei cittadini: e quando si pensa ai diritti, si pensa abitualmente al diritto alla salute, al lavoro, all'istruzione, ai diritti fondamentali della persona che tutte le grandi Carte nazionali e internazionali sanciscono, a cominciare dalla Costituzione.

Il concetto di cittadinanza in rapporto a quello di differenziazione sociale fa emergere l'importanza di altri diritti fondamentali perché una democrazia possa dirsi compiuta, che vengono quasi sempre trascurati, anzi, diciamo meglio, che vengono per lo più assolutamente ignorati.

Innanzitutto esiste il diritto alla dignità della persona nella sua rappresentazione: non è lecito offendere o umiliare una persona in base alla sua appartenenza di genere, o di etnia, o di appartenenza religiosa. Detto in altri termini non si può offendere, ridicolizzare, umiliare una donna in quanto tale, o un immigrato in quanto tale o un mussulmano in quanto tale.

Il secondo è il diritto non solo all'espressione, che per il momento pare sufficientemente tutelato, ma a contribuire alla rappresentazione simbolica della società, cioè il diritto ad esprimere una propria visione delle cose e a vederla sufficientemente valorizzata nell'ambito della comunicazione.



I MEDIA E I DIRITTI DELLA PERSONA

Da questo punto di vista, la Cultura del nostro Paese si trova in una sorta di *empasse*: il Paese è profondamente scontento della cultura in cui vive, ma teme la confluenza di logiche nuove e diverse. perché tutto sommato l'Italia è, sul piano antropologico, un Paese continuista e conservatore. Un Paese che non sente il bisogno, la curiosità di introdurre nuovi punti di vista sulla realtà, che fatica a praticare un serio confronto interreligioso, che rispetto alle donne preferisce un rituale di schermaglie sociali (sul lavoro, in famiglia), quando non di esclusione vera e propria, piuttosto che interpellare l'universo femminile per conoscere finalmente il suo punto di vista e valutare se può contribuire allo sviluppo.

E' un Paese che proclama continuamente e con enfasi il suo smisurato amore per bambini e adolescenti, ma che poi lascia che siano in massa continuamente turbati e insidiati da un'onda alta di televisione spazzatura, che ormai ha raggiunto vertici di volgarità, e violenza assolutamente impensabili. È che la nostra è sostanzialmente una cultura *wasp*, cioè fatta per un consumatore, maschio e di razza bianca.

In questo senso, non possiamo non rimarcare il grande ritardo culturale del nostro Paese rispetto a questi temi.

Andiamo per gradi, cominciando dall'Altro per eccellenza, l'immigrato.

In un importante Rapporto di ricerca realizzato dal Censis per l'Unione Europea dal titolo *Tuning in to Diversity*, abbiamo censito insieme all'Università di Bradford oltre 100 codici di autoregolamentazione che diversi paesi europei hanno adottato.



Tale quantità di codici è già di per sé una dimostrazione importante del fatto che i professionisti dei media (per lo più giornalisti) e i loro organi di rappresentanza (ordini professionali, sindacati) hanno da molto tempo ammesso e riconosciuto il potere e la responsabilità dei media e hanno trasformato tale consapevolezza in strumenti normativi. Il giornalismo ha da sempre una forte definizione della cornice etica in cui opera. Quindi i codici di condotta che riguardano il ruolo e le responsabilità dei media nel rappresentare le diverse identità etniche e nel costruire una gerarchia di valori hanno senso ed efficacia in un contesto che li legittima fortemente, il contesto della riflessione sul senso etico del giornalismo.

Passando ad un altro soggetto cosiddetto debole (le donne) non possiamo che rimarcare un altro grave ritardo rispetto al resto dell'Europa come ampiamente documentato nel Libro Bianco che il Censis ha realizzato per l'Unione Europea "*Women and Media in Europe*"; da tale lavoro di ricerca si evince che moltissimi Paesi europei hanno da molto tempo leggi, codici di autoregolamentazione, buone pratiche che promuovono l'immagine della donna nei media, il suo punto di vista e soprattutto ne tutelano la dignità sociale.

E veniamo ad un terzo soggetto cosiddetto debole, i minori.

Da questo punto di vista, la questione è assai controversa: come evidenziato da un incontro europeo promosso circa tre anni fa a Roma, in Campidoglio, dal Comitato Tv e Minori (successivamente "Media e Minori") il nostro Paese non sfigura nel campo delle tutele rispetto ad altre realtà ed, anzi, ha attivato già dal 2002 un Comitato per l'applicazione del Codice di autoregolamentazione tv e minori che le emittenti televisive, pubbliche e private liberamente hanno sottoscritto. Il Codice, sussunto nella cosiddetta



legge di sistema 112 del 2004 (la cosiddetta Gasparri) e successivamente nel Testo Unico sui servizi di media audiovisivi e radiofonici n. 177 del 2005 e dal recentissimo Decreto legislativo 15 marzo 2010 n. 44 (Romani) pur nei suoi limiti, pone alcuni paletti per la tutela del pubblico minore e prevede sanzioni morali come il cosiddetto “danno d'immagine”, cioè l'obbligo da parte delle emittenti di comunicare durante un proprio telegiornale di massimo o buon ascolto, l'eventuale sanzione ricevuta.

Ma dobbiamo tener ben presente che ci troviamo ad intervenire in un campo in cui lo scenario si deteriora ogni giorno che passa. Secondo le più recenti ricerche sociologiche l'universo giovanile è caratterizzato da un pensiero “fragile”: mentalmente errabondi, caratterizzati da una marcata reversibilità delle scelte, dal disincanto. Il Censis ha parlato di “giovani lasciati al presente”, Garelli l'ha chiamata “generazione della vita quotidiana”, Camalli e De Lillo ne hanno sottolineato la tendenza a tornare sui propri passi, appunto la “reversibilità”.

La visione che della società hanno questi giovani è agghiacciante: il 75% dei ragazzi ritiene che la società esprime una debole condanna per il manager di successo che fa uso di cocaina, o la donna che usa il proprio corpo per fare carriera; quasi il 70% ritiene che lo studente modello che si sballa nei fine settimana sia, tutto sommato, accettato. E così pure l'imprenditore affermato che usa lavoratori in nero, il magistrato con amicizie poco raccomandabili, l'uomo politico con una vita trasgressiva nascosta, il professore che fa carriera con i concorsi truccati. Non a caso il Censis ha parlato lo scorso anno di *deregulation* dei comportamenti.



Se tutto ciò è vero, la responsabilità dei media cresce a dismisura, e l'etica della comunicazione non è più un *optional*, una sofisticazione di anime belle.

LE PROSPETTIVE FUTURE

Quali sono, appunto, le prospettive future da questo punto di vista?

Il decreto Romani di applicazione della direttiva europea, sembra, per la verità, ad una prima lettura sdoganare nei fatti per quanto riguarda le televisioni ad accesso condizionato a qualunque forma di trasmissione (anche i film cui è stata negata l'uscita nelle sale cinematografiche dalla Commissione cinema) affidandosi ad una serie di *caveat* alle famiglie.

Per quanto riguarda le donne sta rinascendo una pressione civile che fa sperare: ci piace citare l'iniziativa di un gruppo di donne consapevoli e in rete ("Appello donne e media") che è riuscita proprio in questi ultimi mesi ad affermare l'idea di introdurre un articolato nel rinnovo del Contratto di servizio pubblico tra lo Stato e la Rai riguardante la tutela della dignità dell'immagine femminile. Una piccola grande conquista epocale per l'universo femminile.

In effetti si registra una rinnovata effervescenza del mondo femminile, dovuta forse proprio all'intollerabile e vergognoso livello di degradazione cui è scesa l'immagine della donna nei media.

Per quanto concerne gli immigrati, si registrano poche e sporadiche iniziative che non riescono ancora a tradursi in una tutela strutturata.



Possiamo dire che il discorso sui diritti della persona nei media è agli inizi, in Italia, ma è avviato: non siamo all'anno zero, le esperienze e le iniziative si moltiplicano, cresce l'importantissimo ruolo dei Corecom, cresce la forza dell'associazionismo in particolare del mondo cattolico, pur con tutti i limiti del caso italiano. Ma non va dimenticato che l'interlocutore è il Mercato, che ha logiche opposte e imperiose. E che non sta a guardare.

Le cose che sono state fatte debbono indurci alla fiducia, alla speranza, che non è stolidità ingenuità, ma il frutto nobile di un principio di solidarietà per l'Altro che è forse la sola, vera ideologia che non tramonta