



Eidgenössische Kommission für Frauenfragen
Commission fédérale pour les questions féminines
Commissione federale per le questioni femminili
Cummissiun federala per dumondas da las dunnas

Prospettiva Gender

13 raccomandazioni

**per le professioniste e i professionisti dei media
in vista delle elezioni federali 2003**

Per le persone impegnate in politica, la presenza nei media costituisce un fattore decisivo di successo. Solo chi è presente alla radio, in televisione e nei giornali è conosciuto anche dall'elettorato. Già nella fase di ricerca delle candidature e di allestimento delle liste, i media svolgono un ruolo determinante per il successo elettorale delle candidate e dei candidati. Durante la campagna elettorale, le giornaliste e i giornalisti scelgono i temi e le persone da presentare. Per assicurare una presenza paritaria dei sessi è perciò necessaria una programmazione consapevole. Questo impegno dei media rappresenta un segnale importante per i partiti e per l'opinione pubblica.

Raccomandazioni per l'offerta informativa elettorale

- **1. Obiettivo.** Durante la campagna elettorale le responsabili e i responsabili dei media si pongono l'obiettivo di riservare alle donne un posto equivalente a quello degli uomini e, negli articoli e nelle emissioni elettorali, di dare loro altrettanto spazio e tempo che agli uomini.
- **2. Piano.** Le redazioni elaborano per l'intera offerta informativa elettorale un piano che consideri l'esigenza della parità dei sessi.
- **3. Impegno.** Le responsabili e i responsabili dei media comunicano ai partiti e all'opinione pubblica che, per tutte le trasmissioni e i contributi elettorali, si impegnano ad assicurare una partecipazione paritaria di donne e uomini.
- **4. Informazioni oggettive e analisi.** I media fanno conoscere per tempo i dati di fatto e le analisi riguardanti la partecipazione politica delle donne e degli uomini. L'attualità viene inserita in tale contesto.
 - Ancor prima che i partiti stabiliscano i nomi delle candidate e dei candidati, i media illustrano la sottorappresentanza delle donne in politica e analizzano le differenze tra i partiti e tra le regioni.
 - Essi informano le elettrici e gli elettori sulle modalità con le quali i partiti affrontano la parità al loro interno e nella società.
 - Essi analizzano le proposte elettorali dei partiti dal punto di vista della parità: qual è la percentuale di candidate? Come si è sviluppata rispetto alle elezioni precedenti? Cosa si evince dal confronto con gli altri partiti?
 - Essi confrontano la presenza delle donne sulle liste elettorali con le loro reali probabilità di elezione.
- **5. Le candidate e i candidati.** Le redazioni si adoperano affinché nell'offerta informativa elettorale le candidate e i candidati siano rappresentati in modo paritario o per lo meno corrispondente alla loro presenza percentuale sulle liste.
- **6. Nuove candidature.** I media presentano con maggiore frequenza anche le donne che si candidano per la prima volta. Finora le informazioni elettorali si concentravano prevalentemente sulle politiche e i politici che si ripresentavano e che, grazie al loro bonus di «uscente», beneficiavano di regola di una maggiore notorietà e di migliori prospettive elettorali di coloro che si presentavano per la prima volta. Questa prassi penalizza però le donne, poiché esse sono sottorappresentate tra le persone «uscenti» in lista.
- **7. Tematiche.** Le giornaliste e i giornalisti pongono le domande e intervistano sia le candidate sia i candidati sulle stesse tematiche.
- **8. Tempi di parola.** I media elettronici provvedono affinché i tempi di parola siano equamente ripartiti tra le donne e gli uomini.
- **9. Valutazione.** Quando si valuta l'offerta informativa elettorale, si analizza anche la presenza nei media delle candidate e dei candidati.¹ I risultati vengono discussi in seno alle redazioni e agli organi dirigenti. Sulla base dell'analisi si procede all'ulteriore ottimizzazione dei servizi informativi elettorali.

Raccomandazioni generali

- **10. Parità interna.** Le responsabili e i responsabili dei media si impegnano affinché la promozione delle pari opportunità dei sessi diventi una componente stabile della politica e della cultura imprenditoriale. La realizzazione di misure concrete e il controllo regolare dei loro effetti, è di cruciale importanza.
- **11. Formazione continua.** Le giornaliste e i giornalisti si interessano alle questioni inerenti alla parità e alla situazione delle donne e degli uomini nella società. Tramite offerte interne ed esterne di formazione continua vengono loro trasmesse le basi per la realizzazione di servizi esenti da stereotipi sessuali e per l'impiego di un linguaggio che consideri entrambi i sessi.
- **12. Esperte ed esperti.** Le giornaliste e i giornalisti allestiscono un elenco di esperte ed esperti delle diverse materie. Quando un tema diventa d'attualità invitano un numero uguale di esperte ed esperti a esprimere un parere davanti ai microfoni e alle telecamere. Per contributi e interviste negli organi di stampa, alla radio e alla televisione interpellano le donne e gli uomini sugli stessi argomenti. Con ciò fanno capire al pubblico che le conoscenze e il modo di vedere di entrambi i sessi sono rilevanti per la società.
- **13. La parità quale tema trasversale.** I media informano regolarmente sullo sviluppo della parità nella vita politica e nella società. Tematizzano in quali ambiti e con quali modalità le donne si impegnano politicamente.

¹ cfr. Commissione federale per le questioni femminili (a cura di); Bettina Nyffeler (autrice): Elezioni federali 1999: massmedia, politica e parità. Analisi dell'offerta informativa delle emittenti radio-tv svizzere a diffusione nazionale in merito ai programmi trasmessi prima delle elezioni federali del 1999 e incentrata sullo spazio riservato alle donne e agli uomini. Berna, 2001. Sintesi dello studio, 26 p.; versione integrale solo in tedesco, 92 p. Disponibile su: www.comfem.ch/publikation_i.htm

A cura della
Commissione federale per le questioni femminili
Schwarztorstrasse 51
3003 Berna

Tel. 031 322 92 75 / Fax 031 322 92 81
ekf@ebg.admin.ch
www.comfem.ch

Queste raccomandazioni per le professioniste e i professionisti dei media escono nelle versioni tedesca, francese e italiana. Sono disponibili anche in internet:
www.comfem.ch (rubrica Pubblicazioni)

Berna, marzo 2003