



## **IL GRUPPO DISCOVERY ITALIA CELEBRA LA GIORNATA INTERNAZIONALE CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE**

### **Una campagna firmata *Discovery for Good* per una corretta comunicazione del fenomeno della violenza di genere**

Milano, 22 novembre 2019 – Anche quest’anno **Discovery Italia** celebra sui propri canali il **25 novembre la Giornata internazionale contro la violenza sulle donne** con una campagna on air di portfolio dedicata, firmata **DISCOVERY FOR GOOD**, il brand che racchiude tutte le attività di *Corporate Social Responsibility* del gruppo, questa volta per sensibilizzare sull’importanza di una **comunicazione corretta e consapevole del fenomeno della violenza di genere**.

I canali del Gruppo, da sempre al fianco delle donne, il **25 novembre trasmetteranno al posto di promo e spot, i soggetti della campagna. Anche prestigiosi brand – fra cui Prima.it, Jaguar Land Rover, Loli Pharma, Volkswagen, cameo, Opel, Findus, Dottori.it, Immobiliare.it, Humana, Mabina, Nuvenia, Mercedes-Benz Italia - si sono uniti a Discovery** donando alcuni spazi pubblicitari della giornata a favore della messa in onda delle clip realizzate per l’iniziativa.

**“Quando parliamo di violenza, non parliamo d’amore”**, questo il messaggio che vuole lanciare la campagna, ideata e prodotta da **Discovery Creative**, la factory creativa interna al gruppo. In onda saranno trasmesse delle **clip della durata di 20 secondi** che riportano alcune frasi che spesso si sentono o si leggono quando vengono raccontati fatti legati a fenomeni di violenza sulle donne, nelle quali si verifica una tendenza a metterli in relazione, anche verbalmente, con il concetto il amore, quasi ad attenuarne la gravità. La campagna invita ad **avere maggiore attenzione e consapevolezza verbale sul tema e ad affrancare ogni atto di violenza dal concetto di amore**, per una corretta comunicazione nel rispetto e a tutela di tutte le donne, vittime o potenziali tali. Le clip, realizzate con delle animazioni in grafica, sono minimali sia dal punto di vista visivo che del sound design, per lasciare che sia il messaggio a colpire, in tutta la sua forza.

Anche le **pagine social ufficiali del Gruppo** amplificheranno il messaggio della campagna condividendo le clip. Tutte le iniziative per il 25 novembre avranno **un unico hashtag: #AmoreNonÈViolenza**.

Inoltre, sarà prevista una speciale programmazione dedicata su **Real Time (canale 31)**, il canale dedicato all’intrattenimento femminile, e **Dplay PLUS**, la piattaforma OTT pay del gruppo Discovery. **Real Time, si schiera ancora una volta al fianco delle donne** con due documentari d’inchiesta inediti di **“IN QUANTO DONNE - STORIE DI ORDINARIA VIOLENZA”**, dedicati a due vicende altamente emblematiche, la storia di **TIZIANA CANTONE** e quella di **ALBA CHIARA BARONI**, che saranno **disponibili in esclusiva dal 25 novembre su Dplay Plus**.

**“LA STORIA DI TIZIANA CANTONE”** racconta la storia della trentunenne napoletana suicidatasi nel 2016 dopo aver subito un insostenibile linciaggio psicologico in seguito alla comparsa sul web di una serie di video pornografici amatoriali. I responsabili della circolazione non sono mai stati individuati. La violenza nei confronti di Tiziana è quella della gogna mediatica che l’ha travolta, del vile sfruttamento della sua figura in un paradossale fenomeno di trash marketing e quella del silenzioso disinteresse col quale la Giustizia italiana ha corrisposto alle sue richieste d’aiuto, almeno fin quando la sua storia non s’è trasformata in tragedia, assumendo addirittura una valenza internazionale. La ricostruzione è stata realizzata con la partecipazione di **Maria Teresa Giglio**, la mamma di Tiziana che combatte instancabilmente perché la tragedia di sua figlia acquisti un valore esemplare, e col contributo di giornalisti (in particolare Marilù Musto, la cronista del Mattino di Napoli che ha seguito il caso nel suo dipanarsi), esperti legali e operatori informatici che analizzano le modalità di diffusione della pornografia non consenziente, i metodi tecnici di contenimento del fenomeno e i percorsi legali che lo possono arginare. A trasporre il dramma di Tiziana Cantone in sede istituzionale provvede l’intervento nel doc di **Maria Elena Boschi**, deputata ed ex-ministro delle Pari Opportunità tra le promotrici del progetto di legge “Codice Rosso” e in particolare dei provvedimenti ora attivati nei confronti del revenge porn.

**“LA STORIA DI ALBA CHIARA BARONI”** (in onda anche su **Real Time mercoledì 27 novembre** in prima serata) ambientata non in una turbolenta metropoli, ma a Tenno, un paesino da favola sulle alture che cingono il Lago di Garda, che mette in scena il drammatico risvolto del delitto passionale, per decenni circondato nel nostro paese da un preoccupante alone di giustificazionismo. La ventiduenne conosce da sempre Mattia Stanga e nessuno si sorprende quando i due giovani si fidanzano, a cominciare dalle loro famiglie, legate da amicizia. Ma non tutte le storie d’amore sono destinate a durare: quando lei decide d’interrompere la relazione con Mattia, lui non accetta la decisione e in un delirio di onnipotenza, uccide Alba Chiara e poi rivolge l’arma verso se stesso. La tragedia fa piombare il paese in una crisi che è impreparata a fronteggiare: solo la qualità umana di **Massimo e Loredana**, i genitori di **Alba Chiara**, permetteranno che l’elaborazione del lutto e la riflessione sui comportamenti prevalgano sulla rabbia e sull’odio. Ma poco alla volta nella tranquilla Tenno emerge una realtà inquietante: il paese rifiuta l’attribuzione di quello che è un terribile femminicidio, privilegiando la rappresentazione del famoso delitto passionale. Contro questa versione dei fatti sono in tanti a ribellarsi, a pretendere che le cose vengano chiamate col loro nome e che la nostra società impari a confrontarsi con i suoi errori.

I documentari d’inchiesta **“IN QUANTO DONNE – STORIE DI ORDINARIA VIOLENZA”** sono prodotti da *Darallouche per Discovery Italia*, scritti da Stefano Pistolini e Daniele Autieri, con la partecipazione in video di Giuseppe Scarpa, realizzati da Stefano Pistolini, Cristiano Panepuccia, Massimo Salvucci, Andrea Leonetti Di Vagno.

**Per ulteriori informazioni:**

Adriano Baioni | Corporate Communication Senior Manager | E-mail: [adriano.baioni@discovery.com](mailto:adriano.baioni@discovery.com)

Daniela Capra | Communication Executive | E-mail: [daniela.capra@discovery.com](mailto:daniela.capra@discovery.com)

[www.discovery-italia.it](http://www.discovery-italia.it) | [@DiscoveryItalia](https://www.instagram.com/DiscoveryItalia)