

## **DONNE E TV. Riflessioni sull'emittenza locale**

15 giugno 2007  
Santa Maria Gaultieri, Piazza della Vittoria  
Pavia

### **SALUTI DI BENVENUTO**

**Giuseppina Balzamo** (Assessore alle Pari Opportunità del Comune di Pavia)  
**Silvana Borutti** (Assessore alla Cultura e alla Comunicazione)

### **INTRODUZIONE DEL PROGETTO**

**Roberto Casella** (AGCOM)

Oggi ho l'onore di rappresentare l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che è stata invitata a partecipare a questa iniziativa dell'Osservatorio di Pavia e alla presentazione di questo lavoro.

L'Autorità insieme ai Comitati, che sono organi funzionali dell'Autorità, svolgono una serie di attività di coordinamento e di articolazione sul territorio di tutta una serie di competenze. Questa ricerca, in modo così puntuale e preciso, come sempre sa fare l'Osservatorio di Pavia, è un'ulteriore dimostrazione di come i Comitati Regionali, direttamente sul territorio, possono essere fautori di iniziative e di stimoli capaci di rendere in modo significativo la presenza di un'istituzione che può diventare un punto di riferimento in queste materie e può sviluppare una serie di attività volte a leggere e interpretare le varie dinamiche sociali nel territorio, per capire cosa va bene e cosa no e come investire sul futuro per cercare di cambiare alcuni trend che ormai abbiamo consolidato nel nostro paese.

Proprio ieri sera leggevo alcuni spunti, che potrebbero essere utili per il discorso che verrà affrontato. Sul "Sole 24 ore" c'era un articolo nel quale si diceva che solo l'11,2% delle donne occupa posti nei grandi consigli di amministrazione a livello internazionale, e in particolare in Italia questa percentuale si riduce al 2,9%: siamo, per quanto riguarda l'Europa, il fanalino di coda.

Le più grandi aziende italiane, come l'Eni e l'Enel, ad esempio, sono completamente sprovviste di rappresentanza femminile nei consigli di amministrazione.

L'Autorità, che ha tra i suoi campi d'intervento il pluralismo, oltre che politico, anche sociale, ha svolto un'indagine nell'ultima campagna elettorale da cui è emerso che la presenza femminile è ridotta al 5%, rispetto al 94% della presenza maschile.

Questi sono due piccoli indicatori di come evidentemente c'è molto fare, sia per trasferire nel concreto la presenza delle donne nel mondo, nella società, sia sul piano di come se ne parla nei vari canali di informazione sia nazionali che locali.

Per quanto riguarda alcune materie o mercati che sono considerati monopolio e quindi devono essere liberalizzati, l'Autorità in alcuni settori ha messo in piedi una serie di misure asimmetriche per chi deve entrare sul mercato.

In alcuni settori della società bisogna intervenire per dare la possibilità di recuperare rispetto a una presenza incombente dell'universo maschile, ammesso che sia così, ma poi abbiamo anche dimostrazione che spesso le donne sono capaci, quando fanno squadra, di mettersi in gioco. Però, evidentemente, c'è una serie di difficoltà strutturali nella possibilità che le donne hanno di avere accesso a tutta una serie di centri decisionali determinanti.

Evidentemente questa ricerca è molto importante perché entra nel concreto di quella che è l'Italia delle televisioni locali. Queste ricerche, fino a questo momento, difficilmente sono state fatte, in particolare sulle donne e in generale su tutta l'emittenza locale.

In collaborazione con i Comitati speriamo che da qui in futuro, anche nell'eventuale ipotesi dell'attribuzione di nuove deleghe, che possono dare una sempre maggiore autonomia anche su campi di intervento di questo tipo, ciò possa essere una premessa e un buon viatico perché si sviluppi un'attenzione importante su questi aspetti, perché ci sia una crescita virtuosa in tutto il settore dell'informazione della televisione locale, che evidentemente in questo momento ha bisogno di stimoli e di indicazioni di questo tipo.

Il sentirsi un po' più indagate e verificate, per le televisioni locali, diventa anche un'occasione di riflessione perché, attraverso momenti come questi, chi fa informazione, chi opera nell'ambito dell'informazione locale sa che c'è qualcuno che ogni tanto controlla, sa che può cadere sotto una critica costruttiva ma capace di censurare alcuni comportamenti non esattamente positivi.

Quindi, per quanto riguarda l'Autorità, questo campo d'intervento è sicuramente d'interesse, in quanto, al di là delle indagini sul pluralismo politico, ci sono anche quelle sul pluralismo sociale. L'esperienza che noi abbiamo fatto con l'ultima campagna elettorale è una prima esperienza di natura puramente quantitativa, alla quale probabilmente se ne aggiungeranno altre e, in futuro, grazie all'articolazione con i Comitati Regionali sarà possibile dare vita a tutta una serie di chiavi di ricerca di cui questa che oggi presentate è senza dubbio una prima e validissima esperienza. Buon lavoro e speriamo che prossimamente ce ne siano molte altre.

### **Maria Luisa Sangiorgio** (Presidente Coordinamento CoReCom)

Noi come Coordinamento abbiamo contribuito a sensibilizzare i Comitati per la partecipazione a questa ricerca e, come vedete, abbiamo una partecipazione abbastanza numerosa, soprattutto per quanto riguarda i comitati del centro-nord, e mi auguro che questo sia dovuto unicamente a problemi organizzativi, dato che è coinciso con una fase di rinnovo dei Comitati e non sia invece, anche in questo caso, il consolidamento di uno stereotipo.

Infatti, se vedete la presenza delle regioni, siamo centro-nord, anzi, siamo nord e centro e la Sardegna, quindi diciamo che tutta l'altra parte appare completamente assente. Questo potrebbe essere un problema, ripeto, ma mi auguro che dipenda solo dalla concomitanza con qualche situazione un po'

particolare come nuove istituzioni di CoReCom importanti nel sud, e mi auguro che in futuro questo divario possa essere superato.

Io credo che questo tema rientri a pieno titolo in quelle che sono le competenze dei Comitati Regionali per le Comunicazioni, che hanno tra i compiti principali quello di esercitare un governo, una tutela dei cittadini rispetto alle emittenti a livello locale, rispetto al fatto che le emittenti locali, nel momento in cui organizzano le loro trasmissioni, abbiano attenzione per una serie di problemi. Ne cito alcuni, alcuni temi che fanno, che hanno fatto più notizia.

Da una parte la tutela dei minori, che chiaramente richiede rappresentazioni che siano il più possibile sensibili alle loro esigenze - e questa è una funzione che i Comitati esercitano. Dall'altra parte c'è l'attenzione data di recente dall'Autorità a temi che riguardano la pornografia, e sappiamo che le emittenti locali, soprattutto da una certa ora in avanti, hanno molto a che fare con questi temi. Poi ci sono altri temi più noti, quelli che fanno più notizia sulla stampa, come la par condicio a livello politico, nel senso che sia garantita l'espressione di tutte le componenti politiche, soprattutto in campagna elettorale in cui ci sono delle regole ancora più ristrette.

Tutti i concetti cardine che stanno alla base dell'informazione sui media partono dal presupposto, e da cardini di tipo costituzionale, che i media devono dare pari opportunità di espressione a diverse tendenze di tipo culturale, sociale e anche di tradizioni e sicuramente anche a questo tema della parità di condizioni tra uomo e donna.

Io ritengo che questo sia un tema a cui è importante dedicare attenzione, anche se, mi dispiace dirlo, Dottor Casella, anche l'Autorità non ha nessuna donna nel Consiglio.

#### **Commento di Roberto Casella (AGCOM)**

Però abbiamo molti dirigenti, che è quello che conta, poi bisogna dire che il Consiglio dell'Autorità è eletto dal Parlamento.

#### **Maria Luisa Sangiorgio (Presidente Coordinamento CoReCom)**

Sì, ma infatti lo dico perché la ritengo un'aggravante. La questione è seria perché, nonostante il Parlamento abbia fatto delle norme in cui si dice che quando si fanno le nomine bisogna porre attenzione alla parità, quando poi si passa ai fatti, le cose cambiano... e se ricordate un caso analogo si è verificato per il Consiglio della Rai, per cui c'è addirittura una legge specifica che dice che nelle nomine bisogna tener conto dell'equilibrio di rappresentanza, eppure, quando si è fatto il Consiglio della Rai c'era una sola donna, e idem per quanto riguarda i Comitati.

#### **Commento di Roberto Casella (AGCOM)**

Però ci sono ben due presidenti, cerchiamo di essere positivi.

#### **Maria Luisa Sangiorgio (Presidente Coordinamento CoReCom)**

Ma figurati, io vengo da una realtà dove la positività fa parte della nostra storia, del nostro modo di essere... era per dire che, anche in un settore così, non è facile superare queste difficoltà. Eravamo in tre alla presidenza di

CoReCom, ora sono rimasta da sola. Poi ci sono tante vice presidenti. Ma, al di là di questo, anche in un settore innovativo e nuovo come i mezzi di comunicazioni di massa, che non hanno alle spalle una tradizione secolare, è difficile rompere con alcune questioni.

Sono stata particolarmente colpita da un dato di questa indagine che secondo me deve far riflettere: la presenza percentualmente numerosa di giovani donne che fanno informazione. Questo è un dato che si spiega con il fatto che molto spesso le emittenti locali, siano esse radio o televisioni, sono la scuola: le giovani che vogliono affrontare la carriera del giornalismo nel settore radiotelevisivo cominciano con gli stage, molto sfruttati dalle televisioni per ridurre i costi, quindi è un dato comprensibilissimo e spiegabilissimo. Mi fa anche piacere, perché molte di queste giovani donne che iniziano la loro carriera giornalistica nelle emittenti locali, poi in alcuni casi, non numerosissimi, hanno avuto anche degli sbocchi a livello nazionale.

Il dato che mi fa riflettere è l'incrocio tra la giovane età delle donne che fanno informazione nelle televisioni locali e l'assoluta assenza della tematizzazione dell'uguaglianza-disuguaglianza, nel senso che di questo tema non si parla.

Certo è difficile quando si fa un'indagine su un solo giorno, in cui magari capitano altri eventi, ma comunque risponde a una situazione molto generale, ed è come le giovani generazioni, le giovani donne vivono questo tema.

È una questione sulla quale io mi interrogo spesso. Chiaramente per la mia generazione il problema della parità, dell'uguaglianza ha avuto una storia, una tradizione diverse. Oggi le nuove generazioni hanno dei livelli culturali e di accesso all'istruzione che sono senza confronto rispetto a quelli delle generazioni precedenti, e quindi hanno anche accesso alle professioni - e molto spesso, come è emerso da un'altra indagine della Regione Lombardia, non è più così drammatico come era stato per le generazioni precedenti scegliere tra lavoro e famiglia - però su questo tema forse hanno una consapevolezza nuova, ma una consapevolezza diversa. Io credo che analizzare il mondo dell'informazione, e cercare di avere una relazione con questo mondo che di per sé deve essere attento ai fenomeni in evoluzione, forse ci può aiutare a capire qual è il modo nuovo di vivere queste tematiche e ci può aiutare anche ad affrontarle in termini positivi, tenendo conto, e con questo concludo, che il mondo dell'emittenza locale è sì un mondo anche complicato, ma molto diffuso, rappresenta un'aderenza ai fenomeni del tessuto sociale molto forte, quindi guardare, studiare, avere attenzione per questo mondo forse ci può consentire di cogliere, di capire, di dare delle indicazioni per un modo anche un po' innovativo di vedere e di affrontare queste questioni.

Grazie.

## **PRESENTAZIONE DEI PRINCIPALI RISULTATI DELLA RICERCA "TV LOCALE E RAPPRESENTAZIONE DI GENERE"**

**Mirella Marchese** (Osservatorio di Pavia)

Grazie ai nostri due ospiti, ora andiamo al cuore della ricerca, con Monia Azzalini dell'Osservatorio di Pavia che è stata la curatrice di questa indagine e che da anni si occupa di indagini su televisione e rappresentanza di genere, quindi lascio la parola a Monia che ci illustrerà i principali risultati della ricerca.

## **Monia Azzalini** (Osservatorio di Pavia)

La ricerca che abbiamo svolto sulla rappresentanza e la rappresentazione femminile nei telegiornali di sei regioni italiane si è concentrata su tre obiettivi fondamentali: rilevare chi fa le notizie, vale a dire la visibilità di giornaliste e giornalisti nelle emittenti televisive; chi fa notizia, vale a dire le donne e gli uomini che hanno uno spazio nei telegiornali, che emergono come persone di cui si parla o a cui si dà la parola nelle interviste; terzo obiettivo, dentro la notizia abbiamo cercato di rilevare quanta centralità femminile ci sia nei telegiornali locali, ovvero quanto le donne agiscano in eventi che vengono selezionati e inseriti nell'agenda dei telegiornali. Abbiamo poi cercato di rilevare quanto si parli di questioni di uguaglianza o disuguaglianza di genere, e infine abbiamo rilevato la presenza di stereotipi, sia in senso rafforzativo sia in senso di sfida. Il tele-giornalismo è infatti un luogo in cui gli stereotipi possono essere sia rafforzati che sfidati. La televisione viene spesso criticata come mezzo di esclusione delle donne, ma potenzialmente è un mezzo utile a rompere le barriere. Già Meyrowitz, autore nei primi anni 80 di un volume che è un importante punto di riferimento per chi studia sociologia della comunicazione, sosteneva che i media elettronici – la radio e la televisione – hanno il potere di infrangere le barriere sociali e di favorire l'integrazione sociale, accelerando i cambiamenti in corso.

Nel corso dell'indagine si è considerato un campione di telegiornali di due emittenti televisive per ognuna delle sei regioni dei CoReCom che hanno aderito al progetto dell'Osservatorio di Pavia, ovvero la Valle d'Aosta, il Piemonte, la Lombardia, il Friuli Venezia Giulia, la Toscana e la Sardegna.

Abbiamo utilizzato una metodologia molto classica nell'ambito dell'analisi della televisione, l'analisi del contenuto, replicando su scala locale il modello del Global Media Monitoring Project (GMMP), che prevede l'uso di una scheda strutturata a voci chiuse, una sorta di questionario contenente domande a cui corrispondono alcune risposte possibili, predefinite e precodificate, fra le quali l'analista deve scegliere. Una griglia che permette di comprendere il grado e le modalità di inclusione/esclusione delle donne rispetto agli uomini, il livello di attenzione rispetto alle tematiche di genere e ai soggetti femminili, la presenza/assenza di eventuali stereotipi di genere.

Vediamo ora i principali risultati emersi dall'analisi del campione di telegiornali considerato. Un campione costituito dai telegiornali trasmessi dalle ore 8 alle ore 24, il giorno 22 febbraio 2007, da 11 televisioni prescelte, due per ogni regione, eccetto che per la Valle d'Aosta, per cui si è scelta una sola tv perché le televisioni regionali sono due e trasmettono entrambe lo stesso telegiornale. In totale abbiamo analizzato 46 Tg.

Per quanto riguarda la conduzione dei telegiornali, le donne speaker sono il 36,4% contro il 63,6% degli uomini. Pur essendo in minoranza, si può dire che nei telegiornali le donne sono molto visibili come speaker. Il dato non è nuovo, anzi in altre indagini che abbiamo condotto su campioni di televisioni locali e nazionali abbiamo rilevato anche percentuali più alte. Le donne sono visibili sugli schermi per la conduzione del Tg a partire dagli anni '80 e questa collocazione delle donne ha avuto tanto successo che ormai è una prassi consolidata.

Chi sono poi gli autori dei servizi e i corrispondenti della notizia?

Le donne sono molto presenti anche nel ruolo di reporter, ovvero di autrici della notizia: le giornaliste presenti in questo ruolo sono il 45,7%.

Considerando questi primi due risultati possiamo dire che le donne nel telegiornalismo locale sono ben visibili.

Per quanto riguarda i soggetti dell'informazione, ovvero chi fa notizia, le persone di cui si parla o a cui si dà la parola nelle notizie, invece, le donne sono molto poche, solo il 14,8%, dato in linea con quelli rilevati dal GMMP che nell'ultima edizione rilevava per l'Italia una percentuale di donne intorno al 20%. Il dato è perfettamente comparabile perché abbiamo usato la stessa metodologia di analisi, la stessa scheda.

L'analisi delle funzioni ricoperte da donne e uomini a confronto evidenzia come, nella maggioranza dei casi, la visibilità mediatica delle donne dipenda dal loro coinvolgimento diretto in fatti che sono entrati nell'agenda dell'informazione.

Se analizziamo la distribuzione femminile e maschile fra le diverse funzioni dei soggetti nelle notizie, vediamo che le donne prevalgono come protagoniste e non nelle altre funzioni che sono attribuibili a soggetti intervistati in quanto esperti, rappresentanti dell'opinione popolare, testimoni oculari, narratori di esperienze personali. Le donne non sono favorite dunque dai criteri che selezionano gli intervistati, hanno visibilità se sono attrici degli eventi che entrano in agenda. E questo accade poco, considerando che nel complesso comunque le donne sono il 14,8% del campione complessivo dei soggetti. Inoltre, le donne continuano ad essere poco valorizzate come esperte, un nodo critico emerso da molte altre ricerche.

Le donne esperte, nelle interviste, sono meno della metà rispetto alla percentuale maschile, 6,7% contro il 15,8% della percentuale degli uomini.

Le donne sono più rappresentate nei ruoli che non richiedono una competenza specifica e sono più legate al vissuto biografico o all'esperienza individuale.

Per quanto riguarda l'analisi delle tematiche che includono le donne, analisi che ci dice quando le donne fanno notizia, in quali tipi di eventi, abbiamo rilevato che le donne sono presenti nella maggior parte dei casi, il 24,4%, in notizie di criminalità o violenza, mentre gli uomini, nella maggior parte dei casi sono protagonisti di notizie di politica o di governo, e questo nel 26% dei casi.

Dobbiamo però sottolineare un risultato positivo: abbiamo una significativa inclusione delle donne anche nell'area economica, e questa potrebbe essere una nuova tendenza che andrebbe verificata con ulteriori analisi.

Un altro aspetto che abbiamo indagato riguarda quanto le donne siano tratteggiate nelle notizie come vittime o sopravvissute, e questo è un dato interessante nella misura in cui rappresentare la donna come vittima significa rafforzare lo stereotipo della donna come soggetto inerme ed indifeso e quindi riproporre l'immagine del sesso debole. Già abbiamo visto che nella maggioranza dei casi le donne sono presenti in notizie di criminalità e violenza: nel corso della ricerca abbiamo svolto alcune elaborazioni di dati che, incrociate fra loro, ci fanno supporre che nella maggior parte dei casi le donne siano presenti in notizie di criminalità o violenza come vittime. I risultati che vedete illustrati da questo grafico derivano dall'analisi del linguaggio iconico e verbale e rilevano quanto il giornalismo sottolinei, enfatizzando con toni di pathos, il ruolo di vittima della donna. Questo non avviene molto di frequente, nell'8,8%

dei casi, ma decisamente più di quanto accade per gli uomini, nel 3,8% dei casi.

Abbiamo anche indagato la posizione sociale e la professione delle donne nei telegiornali e, come vediamo dal grafico, il 31,1% delle donne del nostro campione sono rappresentanti della vita politica, uno status prestigioso, generalmente appannaggio degli uomini. Un risultato che merita di essere spiegato: il 31,1% delle donne visibili nei telegiornali monitorati sono politiche, ma nel complesso le donne visibili sono solo il 14,8% dei soggetti, in valori assoluti 193, quindi vuol dire che circa una sessantina sono le donne politiche rilevate. Gli uomini nel complesso sono molti di più, 1115 in valori assoluti e il 40,4% di loro è un politico, nel complesso vuol dire che gli uomini politici sono circa 450, molto più delle donne. Il calcolo delle percentuali interne a ciascun gruppo permette di mettere a confronto i due gruppi alla pari, fatto cento il totale in entrambi i casi, per capire meglio quali sono i meccanismi che favoriscono la visibilità femminile. L'essere politiche favorisce le donne, e questo perché in generale i telegiornali italiani dedicano molto spazio alla politica.

Proseguendo la lettura della tabella, le donne sono molto rappresentate nella categoria della casalinga o del genitore, nell'11,9% dei casi, contro lo 0,4% degli uomini. La rappresentazione professionale degli uomini nel complesso è molto più articolata rispetto a quella delle donne.

Volevo segnalare anche che c'è una tendenza positiva, ovvero solo nel 3,6% dei casi le donne vengono rappresentate senza un profilo sociale o professionale; di solito le percentuali sono molto più alte e sono indicative di una rappresentazione delle donne parziale, perché rappresentarle disancorandole dalla loro identità professionale o sociale vuol dire svalorarle, tracciarne un'identità parziale, relegata al privato.

Sotto il profilo della connotazione dei soggetti sulla base di relazioni familiari, si registra una percentuale piuttosto consistente di donne descritte secondo questa modalità, come mamme, mogli, figlie o sorelle di, che riduce l'identità della persona a "privata", e questo è un aspetto molto critico della rappresentazione femminile, che la riduce, appunto, a identità privata e relativa.

Questa modalità di rappresentazione l'abbiamo rilevata nel 21,2% dei casi, contro l'1,8% dei casi maschili.

Vediamo ora i risultati relativi alle notizie considerate nel loro complesso.

Ci siamo chiesti quanto le donne facciano notizia e abbiamo visto che questo accade nel 5,3% dei casi. Ovviamente per avere una rappresentazione realistica della società italiana, in cui le donne sono il 51-52% della popolazione, non ci si aspetta il 50%, dato che nei telegiornali ci sono anche notizie che talvolta non riguardano persone, come nel caso delle previsioni meteo, le borse e i mercati, ma almeno una percentuale meno risibile.

Per quanto riguarda la percentuale di notizie in cui si parla di questioni di uguaglianza, osserviamo che se ne parla pochissimo, nello 0,7% dei casi. E' ovvio che il campione è ristretto, però la giornata si prestava molto a parlare della questione dell'uguaglianza perché erano appena usciti i dati riguardanti la violenza sulle donne. Solo i Tg del Friuli Venezia Giulia e della Valle d'Aosta ne

hanno parlato, portando nell'agenda una tematica femminile molto importante.

Infine abbiamo rilevato gli stereotipi e abbiamo visto che nello 0,7% dei casi ci sono stereotipi rafforzati e nello 0,9% dei casi stereotipi sfidati.

Gli stereotipi sono molto pochi, dato che siamo sotto l'1%, il che vuol dire che questa televisione, com'era già emerso dalla ricerca sulle tv lombarde, è una tv molto attenta o che forse non mette in gioco tutti quei meccanismi di spettacolarizzazione della notizia che poi finiscono per proporre indirettamente degli stereotipi.

In conclusione, se riflettiamo sui risultati che sono emersi possiamo dire che, nonostante una massiccia presenza di donne nelle emittenti locali, il mondo femminile appare decisamente poco rappresentato, e questo va forse attribuito alla mancanza di potere delle giornaliste donne (ammesso che ne abbiamo volontà e coscienza) nello scardinare quelle dinamiche di selezione delle notizie che favoriscono notizie di eventi che vedono come agenti principali gli uomini. Le donne non sono neanche il 15% dei soggetti e sono centrali nelle notizie in poco più del 5% dei casi, quindi vuol dire che i criteri di notiziabilità favoriscono soggetti maschili. Le donne, così numerose nelle redazioni locali, non riescono a scardinare i criteri di selezione degli intervistati, perché ad essere intervistati nella funzione di esperti sono soprattutto gli uomini.

Tuttavia è un giornalismo che non ripropone degli stereotipi eclatanti come quelli che si vedono più facilmente a livello nazionale.

Infine guardiamo un filmato di pochi secondi, indicativo di quelle che avevo definito, in un convegno che si è tenuto lo scorso maggio a Roma su Donne e Comunicazione, "polveri sottili", parlando degli stereotipi nei telegiornali, nel senso che ci sono modalità di costruzione delle notizie che inconsapevolmente passano degli stereotipi e altrettanto inconsapevolmente li rafforzano. Non sono tanto le scollature profonde o le gambe scosciate, che pure si trovano e che immediatamente trasmettono una rappresentazione stereotipata della donna, sono piuttosto modalità di costruzione delle notizie impercettibili forse all'occhio medio del telespettatore, ma che agiscono rafforzando sottilmente gli stereotipi.

Il filmato propone un servizio che raccoglie le opinioni della gente sulla crisi del governo Prodi. Nel raccogliere queste opinioni il giornalista corrispondente va all'esterno di un supermercato, dove incontra donne e uomini e li intervista. A un certo punto incontra due coppie formate da donne e uomini come questa che vedete sullo sfondo, e vediamo che si rivolge esclusivamente all'uomo della coppia, proponendo e rafforzando indirettamente un vecchio pregiudizio secondo il quale la politica è una questione da uomini.

Con questo concludo la presentazione, poi eventualmente, nella parte del dibattito, se vorrete porre domande su risultati più puntuali risponderò molto volentieri.

## **DISCUSSIONE DEI RISULTATI DELLA RICERCA**

**Mirella Marchese** (Osservatorio di Pavia)

Ringraziamo Monia Azzalini per la presentazione dei principali risultati della ricerca, e adesso invito le due prossime relatrici, Saveria Capecchi che insegna

all'Università di Bologna e si occupa di studi sui media, di donne e media in particolare, e Milly Buonanno, sociologa, docente dell'Università la Sapienza, fondatrice dell'Osservatorio sulla fiction italiana, che si occupa di studi di genere.

### **Saveria Capecchi (Università di Bologna) – *Tv locale e rappresentazione di genere nel contesto della ricerca italiana***

Vorrei commentare brevemente i dati proposti da Monia e confrontarli con alcune altre ricerche sull'emittenza televisiva locale e in particolare con una ricerca condotta nel 1999 sulle reti Rai.

Secondo i risultati di questa analisi quali-quantitativa, svolta su due settimane di telegiornali, sintetizzata nel volume a cura di Loredana Cornero, *Una, nessuna...a quando centomila?*, nelle reti Rai a livello nazionale abbiamo una situazione inversa per quanto riguarda il numero delle speaker e delle corrispondenti. Nella tv nazionale c'è una quasi parità tra conduttrici e conduttori del telegiornale, mentre nella ricerca presentata da Monia abbiamo visto che a livello locale le donne erano un po' meno. Abbiamo una situazione rovesciata per quanto riguarda le corrispondenti, che a livello nazionale sono risultate essere il 23% contro il 77% dei corrispondenti uomini.

A livello locale vediamo una situazione diversa, in cui ci sono molte giornaliste che firmano i servizi: è un risultato positivo che indica anche la possibilità di introdurre nuovi temi, di modificare procedure organizzative. Oltretutto queste giornaliste si occupano sempre più di temi tradizionalmente affidati agli uomini, come la politica, l'economia, lo sport, l'ultimo baluardo maschile invaso dalle giornaliste donne.

Le giornaliste corrispondenti, nella ricerca sulla Rai che ho citato, si occupavano principalmente della cronaca e dello spettacolo, pochissimo dei temi di politica, economia e sport.

A fronte di questi risultati positivi, che indicano una sorta di emancipazione delle giornaliste donne, ci sono degli aspetti, già sottolineati da una ricerca del '94 sull'emittenza televisiva locale a cura di Franca Roncarolo del CIRSDE, che relativizzano un po' la portata di questo dato, nel senso che Roncarolo diceva che nelle tv locali ci sono più donne perché è una fase di tirocinio e, mentre agli uomini si aprono poi opportunità di carriera nelle tv nazionali, le donne rimangono ferme a questa fase. La femminilizzazione del telegiornalismo locale sarebbe dunque imputabile a una marginalizzazione delle giornaliste donne, che fanno meno carriera e costano anche meno dei colleghi maschi.

Analizzando invece la sinergia che può essere proficua tra giornaliste che si occupano di temi politici e poi intervistano le donne politiche, abbiamo l'esempio della Lombardia che presenta più corrispondenti donne che uomini e anche alte percentuali di donne come soggetti delle notizie e anche di esperte intervistate rispetto alle altre regioni, forse è la regione con le televisioni che danno più voce alle donne. Viceversa la Sardegna è apparsa la regione più tradizionalista, quella che ha meno giornaliste, sia come corrispondenti che come speaker, solo l'1% di esperte intervistate e molte donne che compaiono nei notiziari in veste di casalinghe, il 23%.

Sono due esempi di regioni che riflettono una situazione e una mentalità diverse tra loro: se consideriamo i tassi di occupazione femminile di queste

regioni, la Lombardia, ma anche la Toscana, hanno un alto tasso di occupazione, superiore alla media nazionale, mentre la Sardegna ha tassi inferiori.

Si presume, a mio avviso, che nel tempo, con l'aumento della presenza femminile in tutti i settori lavorativi, queste strane coincidenze, come le chiamo io, di giornaliste che si imbattono in altre donne che lavorano, potenziali fonti autorevoli, diventino più frequenti. Ci saranno dei cambiamenti per via inerziale, però un cambiamento attivo, un vero mutamento culturale, in direzione di una valorizzazione femminile, e della diffusione di una cultura di genere, potrebbe essere accelerato da una riflessione e dalla volontà, da parte di tutti i giornalisti, sia donne che uomini, dal momento che sono ancora troppo poche le donne oggetto di notizia perché si possa parlare di una rappresentazione obiettiva della realtà.

A questo proposito voglio introdurre il concetto di pluralismo dell'informazione, si tratta di garantire la presenza di più voci, sia maschili che femminili. Si tratta di una questione di rappresentanza e quindi sottolineo la grande importanza che si dovrebbe dare all'aspetto della formazione professionale delle nuove leve dei giornalisti e delle giornaliste, bisogna insegnare loro a spostare la visuale anche su quelle zone ancora molto in ombra che riguardano la realtà femminile con tutte le sue sfaccettature, che non è solo la realtà del privato o di alcune aree lavorative.

In conclusione rievoco due aspetti che anche Monia ha evidenziato nel rapporto di ricerca, molto rilevanti in vista di una valorizzazione femminile.

Uno è il tema che in tutta la letteratura nazionale e internazionale viene sollevato, e cioè quello della carenza di donne esperte intervistate in tutti gli ambiti del sapere. Bisogna allargare la visuale su tutte le donne esperte e qui riporto una frase di Chiara Saraceno relativa alla ricerca del CIRSDE del '94, che dice: "Sono poche le donne a cui viene chiesto un parere su questioni importanti, solo le politiche e le donne di spettacolo, mancano economiste, politologhe, storiche, insegnanti, avvocate, magistrato, mediche, imprenditrici, artigiane, che pure sono ormai numerose e molto avrebbero da dire come esperte e come donne". Quindi si tratta di far emergere, a mio avviso, il fare e il sapere delle donne in tutti gli ambiti in cui le donne oggi sono presenti.

Il secondo aspetto, di cui ha già parlato Monia precedentemente, è l'ampliamento dei temi in agenda, tema trattato anche dal convegno svoltosi lo scorso maggio a Roma, in cui, fra le giornaliste che dibattevano dei risultati di una ricerca, è stata sottolineata l'importanza di portare in agenda più tematiche relative alle questioni femminili.

Ci sono aspetti che non cambiano nonostante la grande presenza femminile nel giornalismo, ed è su questo punto che bisogna lavorare.

Grazie.

**Monia Azzalini** (Osservatorio di Pavia)

Do ora la parola alla professoressa Milly Buonanno, la pioniera in Italia degli studi di genere nell'ambito dei media, che si è occupata sia della rappresentazione femminile in televisione, sia delle donne nel giornalismo italiano.

**Milly Buonanno** (Università la Sapienza di Roma) – ***Le élites senza potere delle giornaliste italiane***

Mentre parlavano Monia Azzalini e Saveria Capecchi riflettevo sul fatto che sento di essere la decana degli studi italiani su donne e media, ed è un'affermazione ambivalente che si fa sempre con un misto di orgoglio e di disappunto, per la consapevolezza che il destino, peraltro giustissimo, dei pionieri è quello di essere superati. E ascoltando Monia e Saveria vedo con piacere una nuova generazione di studiose di donne e media che è senz'altro in grado di superare le pioniere.

Il titolo che è stato dato al mio intervento, e che mi piace molto, è *Le élites senza potere delle giornaliste italiane*. Mi piace perché *L'élite senza potere* è il titolo di un classico degli studi italiani sui media di Francesco Alberoni sul divismo e l'espressione "senza potere" compare nel titolo del mio ultimo libro su donne e informazione. Intendo quindi onorare la traccia tematica e contenutistica che il titolo mi dà, ma dico subito che, sia pure in conclusione, vorrei uscire da questa cornice ed entrare dentro un'altra, che è piuttosto la cornice del deficit di sapere.

Io sono convinta che i giornalisti rappresentino un'élite in ogni società, e in maniera particolare in quella italiana. Le donne sono state a lungo escluse da questo gruppo professionale elitario. Oggi non è più così, lo confermano i dati di molte ricerche nazionali e internazionali. Le donne non sono ancora la metà del cielo dell'informazione ma sono entrate a far parte della professione giornalistica in misura abbastanza consistente. Mi verrebbe da sintetizzare la situazione nei termini "non più e non ancora": non sono più le ghettizzate del mondo dell'informazione, non sono ancora installate alla pari in questa professione di élite. Come è stato detto anche da Saveria Capecchi, le giornaliste cominciano a scompigliare le rigide compartimentazioni tra settori di pertinenza femminile e maschile e invadono le riserve che erano maschili. Questa invasione delle riserve maschili è particolarmente evidente nella straordinaria visibilità che, a partire dagli anni 90, hanno assunto le donne corrispondenti di guerra.

Quindi si fanno lenti, ma fermi e solidi passi avanti, anche se io non sottoscriverei mai l'idea di punti di non-ritorno, è sempre richiesta attenzione e vigilanza, non esiste una progressione lineare e inarrestabile delle cose.

Il nodo irrisolto della questione è l'élite senza potere, quando si sfiora la questione del potere salta totalmente il circuito virtuoso, che negli anni Settanta chiamavamo "il triangolo magico", che stabilivamo tra accesso, potere e cambiamento. Speravamo che l'ingresso delle donne nella professione giornalistica e la condivisione del potere avrebbe portato a una totale innovazione del prodotto. Non è così. Tutte le ricerche dimostrano che questa speranza in parte è stata disattesa. Sappiamo che c'è una significativa componente femminile nell'informazione, ma la componente femminile del mondo sociale continua a restare ai margini del mondo giornalistico, i criteri di notiziabilità lambiscono appena il mondo delle donne, dando loro scarso rilievo e scarso riconoscimento. Siamo stati tutti colpiti dalla scarsa consultazione delle donne come esperte. L'affermazione di un punto di vista legittimo sulle cose, nella maggior parte dei casi, è affidata agli uomini.

Scivolo verso il sapere e passo al deficit di sapere, che si collega al discorso precedente.

Io credo che ci sia un deficit di sapere nel giornalismo di oggi, nonostante la formazione culturale e professionale dei nuovi giornalisti abbia raggiunto un livello molto alto con scuole ad hoc, corsi di laurea, eppure c'è un vuoto di sapere basilare, cardinale, la capacità di raccontare in maniera veritiera il mondo nel quale noi viviamo, possibilmente anche farcelo comprendere, ma almeno raccontarcelo in maniera veritiera, questo è l'obiettivo primo e la responsabilità principale del giornalismo. Io considero il giornalismo come una delle più importanti professioni all'interno di una società democratica. Ma come fa a farci capire il mondo un giornalismo, un'informazione che, sia pure generalizzando, ci racconta una realtà che non è polifonica, che non è pluralistica? Un mondo in qualche misura deprivato di una componente non secondaria, dell'umano femminile?

Mi rendo conto che questo è un problema generale che riguarda il mondo dell'informazione contemporanea nel suo complesso, che non ci racconta la questione femminile.

In conclusione, le donne sono entrate nel mondo del giornalismo ma non nelle stanze dei bottoni, se non in misura parziale, certamente non nei luoghi dell'informazione che conta, insomma non condividono il potere.

La difficoltà di estendere l'attenzione al femminile è ancora forte e rimane forte anche la difficoltà di interrogarsi in materia riflessiva e costruttiva, per erodere e modificare le pratiche ritualizzate di quasi esclusione della donna dal potere. Non sottovalutiamo il grande obiettivo raggiunto, ovvero il fatto di aver ottenuto la visibilità delle donne del giornalismo: non sono più soltanto davanti allo schermo, adesso sono sullo schermo e in redazione.

La dimensione femminile nel mondo, però, continua a restare in buona misura consegnata alla individualità.

Grazie.

**Monia Azzalini** (Osservatorio di Pavia)

In questa seconda parte passiamo la parola alle giornaliste, per raccogliere l'opinione di chi i telegiornali li fa. Sentiamo ora Isabella D'Antono, giornalista di Italia 7, direttrice del telegiornale della testata locale toscana, e poi Marina Cosi, di Rai News 24 e presidente della Commissione Pari Opportunità della FNSI.

**Isabella D'Antono** (giornalista Italia7) - ***La routine redazionale e il newsmaking nelle Tv locali***

Direttrice o direttore? E' una bella domanda! Magari ne ripareremo più avanti. Io dirigo una tv locale, una delle più grandi della Toscana, Italia7, e contemporaneamente rappresento un po' tutte le televisioni della Toscana perché in Toscana esiste un'associazione delle tv locali della quale sono presidente, per cui le problematiche e le difficoltà che giorno per giorno vivono le televisioni locali le conosco tutte.

La cosa più bella che mi è successa stamattina ascoltando i vari interventi e l'esposizione dei risultati della ricerca, è l'aver voluto anche fare dei paralleli tra televisione locale e televisione nazionale. E' stato bellissimo dato che non

siamo abituati a essere equiparati a mezzi di comunicazione nazionali, perché, e questo incide molto culturalmente e psicologicamente su chi lavora nella televisione locale, in qualche modo siamo sempre considerati di serie B, e questo incide non poco nello svolgere il lavoro di tutti i giorni.

Eppure io credo che il ruolo della televisione locale, per il proprio territorio, sia molto importante, soprattutto, ad esempio, in campagna elettorale. E' grazie alla televisione locale che gli interessi o i personaggi di piccole località hanno voce, che piccole realtà, completamente escluse dalle televisioni a livello nazionale, hanno visibilità. Io so che c'è una funzione importante nella tv locale, se è una televisione attenta al proprio territorio, che lo sa raccontare, che se ne sa occupare e in qualche modo si sforza anche professionalmente di fare un buon prodotto. Però nell'immaginario collettivo non è così, quindi sentire oggi questo parallelismo mi riempie di voglia di fare ancora di più e di lanciare un monito a chi ci può aiutare: abbiamo bisogno di confronto e di formazione, nelle televisioni locali c'è bisogno di fare continua formazione, anche per tentare di vincere quel famoso complesso di serie B e di provincialismo che in qualche modo resiste.

E parliamo ora del telegiornale. Mi occupo di telegiornali e approfondimenti da circa 15 anni, e conosco bene cosa significa confezionare un prodotto di informazione. Le difficoltà, a partire da quelle tecniche, sono molte. Le risorse economiche e finanziarie non sono sempre adeguate.

Ad esempio durante le ultime amministrative, in Toscana c'erano 29 comuni al voto, ed è successo che Rai3 il giorno del risultato del voto ha fatto 4 ore di diretta con tutti i collegamenti dai vari comuni, con il corrispondente. La televisione locale non può scimmiettare Rai3, e quindi si impone una scelta, ovvero, scimmiettare con un risultato estremamente modesto e che finisce per ledere l'immagine che ci si è costruiti? Oppure occuparsi delle amministrative in un altro modo, dato che la disparità tra mezzi economici e mezzi tecnici è incolmabile?

Circa un mese prima delle elezioni, ho deciso di occuparmi delle elezioni creando uno spazio televisivo per dare voce ai vari candidati che si apprestavano al faticoso appuntamento. E' stata una scelta apprezzata, è stato una sorta di servizio pubblico che ho fornito al pubblico degli elettori. Il giorno dei risultati mi sono organizzata con delle fotografie, con una videografica pulita ed elegante e sono andata in onda con quella, senza dirette, perché non potevo fare diversamente. Quindi la scelta è stata di fare un prodotto corretto, pulito, ma senza poter andare oltre e questo è un esempio di come si può muovere una tv locale rispetto al nazionale, che ha tutta un'altra formula e altre risorse.

Per quanto riguarda il telegiornale, noi in redazione siamo in sette, quattro donne e tre uomini, quindi la presenza e la caratterizzazione femminile c'è e anche in maniera molto determinante, anche perché l'ultima parola ce la metto io. Noi facciamo un bel telegiornale, abbiamo buoni ascolti e una formula abbastanza innovativa, siamo quattro giornalisti in studio con un ospite tutti i giorni... però, tutte le volte che parte la sigla di chiusura del telegiornale, mi viene sempre un po' di delusione. Mi faccio questa analisi: ci sono stati eventi di cronaca, istituzionali, internazionali, eccetera e li abbiamo coperti tutti, senza prendere bucatore, come si dice in gergo, però non mi sento soddisfatta,

penso che si può fare di più. Fare di più che cosa significa? Forse trovare il coraggio di essere più innovativi, trovando un progetto nuovo da sviluppare. La concorrenza ti spinge a lavorare secondo criteri tradizionali, ma questo ti rende anonimo. Facciamo telegiornali tutti uguali, fatti meglio o peggio, ma tutti anonimi. Questo è un grande disagio, perché io so di realizzare un buon telegiornale, ma è uguale alle mie televisioni concorrenti. Sento l'esigenza di sviluppare un progetto innovativo, ma non so ancora quale sia la strada giusta. Per quanto riguarda la ricerca, io credo che il telegiornale non possa essere preso come esempio per il monitoraggio della rappresentanza di genere, perché i telegiornali sono prodotti un po' blindati, che risentono di fattori esterni. Ad esempio il 22 febbraio, il giorno scelto per la ricerca, nei telegiornali locali toscani si parlava solo della questione dei trapianti, non potevi non parlarne. Sarebbe meglio allargare l'analisi anche alle trasmissioni di approfondimento. Per esempio io ho una di queste trasmissioni, che concepisco in maniera monotematica, e ho fatto tutto il filone delle carceri, con interviste a molte donne direttori di carcere. Ecco, lì c'era una presenza femminile autorevole e lo stesso è avvenuto in altri casi, indagando sul settore dell'istruzione, delle scuole, della raccolta differenziata dei rifiuti. Allora, lì dove ci sono molte donne che rappresentano le istituzioni, anche il telegiornale te le trova, ma se non ci sono? Certo, sarebbe una bella sfida andare a scovarle, ma i tempi per i telegiornali sono sempre molto veloci, mentre gli approfondimenti ti danno maggiori possibilità di cercare e di approfondire anche i settori in cui le donne sono numerose.

In conclusione lanciao un messaggio, che è quello di moltiplicare le occasioni di formazione e di accentuare l'orgoglio delle televisioni locali, che svolgono un ruolo molto importante, che non deve mai essere sottovalutato. Soprattutto oggi, in un mondo globale dove il locale riacquista una forza importante, occorre sottolineare l'importanza delle emittenti locali, perché altrimenti tutti si occupano esclusivamente delle grandi realtà, quelle costituite solo da grandi numeri e nessuno più parla del piccolo, degli interessi e della realtà delle comunità locali.

Grazie.

**Monia Azzalini** (Osservatorio di Pavia)

Ringraziamo Isabella D'Antona. Do ora la parola a Marina Cosi.

**Marina Cosi** (giornalista Rainews24, presidente CPO, FNSI) – ***Dietro le quinte del giornalismo***

Buongiorno a tutti. Vorrei tornare un attimo alla domanda iniziale, della collega D'Antono, direttore o direttrice?

La parola è un grande strumento, e bisogna forzarla, bisogna imporla, altrimenti non si avranno mai risultati soddisfacenti.

Vi faccio un esempio. Una volta, facendo una diretta su Letizia Moratti, quando era ministra, io continuavo a dire la ministra, il caporedattore si è catapultato e mi urlava nell'auricolare "ministro!", ma secondo me in momenti di grande visibilità bisogna forzare, era più importante che io in quel momento dicessi ministra, perché era un momento apicale, in cui l'attenzione del pubblico e degli addetti ai lavori era al massimo, che non trenta persone a un convegno

che si interrogano sull'uso di ministro o ministra, direttrice o direttore, perché è un momento che non ha la stessa visibilità, e i cui risultati, quindi, finirebbero per non avere la stessa risonanza mediatica.

Sicuramente non è stato felice il mio ritorno in redazione, ma io ho fatto una scelta valoriale.

Veniamo ora a colpe, meriti e responsabilità dell'informazione. Bisogna dire che l'informazione sostanzialmente condivide le responsabilità di un contesto più grande, non solo nazionale, ma internazionale, del modo in cui ormai le relazioni si sono sistematizzate.

C'è questo trend internazionale per cui tutto è binario: proprio nel momento in cui c'è il massimo di attenzione verso le specificità, le diversità, il tipo di giudizio è ridotto a buono o cattivo, amico o nemico, nero o bianco. L'informazione riporta questa tendenza di ricondurre la molteplicità a un giudizio limitato e binario.

Soprattutto in Italia si avverte questa accelerazione generale di cui parlava anche Blair in un'intervista a Repubblica di tre giorni fa, e a questo noi aggiungiamo uno specifico nazionale che riflette la maggior importanza che si dà, nel nostro paese, allo sguardo che guarda piuttosto che all'oggetto guardato, cioè l'estetismo eccessivo di questo paese tribale, con tutto il rispetto per le tribù, ha una grandissima attenzione nel giudicare l'abito e non il monaco che c'è dentro e l'informazione fa la stessa cosa, continua a fare riferimento allo sguardo e non all'oggetto.

L'informazione parla delle donne subendo secoli di prevenzioni nei suoi confronti.

I dati e la memoria storica possono dire che negli ultimi venti anni c'è stato un arretramento dal punto di vista delle competenze, della divisione dei vari ruoli, ci troviamo in un momento di confusione, una melassa in cui si è persa una generazione. Riprendendo il concetto del cambiamento inerziale di cui parlava prima Saveria Capecchi, io credo che sia pericolosissimo perché, non avendo radici, così come va avanti può tornare indietro, se non c'è la consapevolezza.

Entriamo nel merito. Per quanto riguarda l'aumento delle donne nel mondo del lavoro, soprattutto al nord, questo è dovuto non certo ad un welfare che non c'era e continua a non esserci, dato che la fatica di allevare i bambini e andare a lavorare c'è e si sente, ma è dovuto a un maggiore consenso sociale verso la donna che lavora e a due strumenti importantissimi per il riconoscimento obiettivo delle capacità e delle competenze delle donne, che sono la scuola e il concorso.

Ad esempio nelle scuole di giornalismo, alle quali si accede per merito – grazie al voto ottenuto all'esame di maturità e tramite un esame - ci siamo trovati nella situazione in cui il 92,7% di quelli che passavano erano donne, perché erano più brave dei colleghi uomini.

A questo si aggiungono altri elementi, ad esempio nelle fasi nascenti le donne hanno più possibilità, cioè in periferia, nelle testate regionali, nei nuovi giornali che stanno per nascere non c'è il consolidato potere dei predecessori maschi e quindi le donne riescono a entrare. Nella freepress, ad esempio, la prevalenza è femminile.

Inoltre, le donne costano di meno, fanno stage prolungati o accettano stipendi bassissimi, dopo un po' un uomo va via, la donna resta. Ancora, è vero che

molte croniste, molte corrispondenti sono donne. Tenete presente che nelle piccole realtà, dove si sono 7/8 persone, si deve fare tutto. Il cronista è uno dei lavori più stancanti, e quindi si mandano i giovani, in particolare le giovani donne.

Per quanto riguarda la presenza in video, è vero che ci sono più donne, ma perché è indubbio che la bella ragazza attira, più del ragazzo. Talvolta è meglio una competenza minore ma un bel visino, e questa è la logica del maschio.

Noi abbiamo cinque istituti di categoria, che comprendono sia i giornalisti professionisti che i pubblicisti, sia quelli ancora in attività che quelli in pensione, e ad esempio tra i professionisti c'è una maggiore presenza di donne che tra i pubblicisti. Nel 2006 c'è stato un aumento del 3% di donne occupate giornaliste, soprattutto dal basso, cioè praticanti. C'è stata però una diminuzione delle donne con un ruolo dirigenziale, dal capo servizio in su.

Se guardiamo i luoghi di potere, le donne non ci sono. Non ci sono donne direttore nei quotidiani al di sopra delle cinquantamila copie, i cosiddetti quotidiani autorevoli. C'è una diminuzione delle donne a contributo, un aumento delle donne giornaliste freelance e una diminuzione delle disoccupate, e questo, anche se sembra un paradosso, è un dato negativo, perché la disoccupazione è tale per 24 mesi, quando finisce questo periodo tu non sei più niente, non risulti neanche nell'elenco dei disoccupati... vuol dire che le persone che hanno perso il lavoro sono finite nel calderone dei freelance, da qui l'aumento dei freelance. Pensioni, ultimo dato: le donne giornaliste in pensione hanno una media annua di 46000 euro, contro la media maschile di 63000 euro. Ciò nonostante le donne vanno in pensione più tardi, spesso scelgono di proseguire perché sono entrate nella professione più tardi, avendo fatto più fatica, quindi hanno accumulato meno contributi.

In conclusione, che fare? Il riconoscimento degli stereotipi è fondamentale. Bisogna fare un lavoro sul linguaggio, fare un lavoro di rete perché venga data rilevanza a certi temi, e si può, se c'è la volontà di farlo. Chiudo facendo un esempio d'altro genere: improvvisamente in Italia si incomincia a parlare dei morti sul lavoro; che cosa è successo? È successo che a un ruolo di potere è arrivato qualcuno che ha incominciato a ritenere questa una notizia forte. Lo so che sembra un gatto che si morde la coda: bisogna avere potere per dare le notizie ma se non hai potere le notizie non le dai. Però il gioco è quello.

Grazie.

## **RIFLESSIONI E PROSPETTIVE DI RICERCA**

**Monia Azzalini** (Osservatorio di Pavia)

La ricerca che ho presentato nasce da una proposta rivolta a tutti i CoReCom, individuati come interlocutori più appropriati per promuoverla. Vi hanno aderito però solo sei CoReCom, di cui quattro del nord. Quindi ci proponiamo di portare avanti questa indagine e di estenderla alle regioni mancanti, cercando di coprire l'area di indagine del centro e del sud.

Sarebbe interessante capire soprattutto se i risultati relativi alla Sardegna, che risulta essere la regione più tradizionalista, sono una peculiarità di quella regione oppure, come suggeriva Saveria, sono l'espressione di una cultura, di un mercato del lavoro che vede ancora l'Italia divisa in due, fra nord e sud.

Una seconda proposta che mi sembra importante avanzare è la realizzazione di un'indagine che copra il "vuoto di sapere" nelle nuove generazioni di giornaliste. Credo sia interessante e importante capire i percorsi professionali delle giornaliste che lavorano nelle emittenti locali, in maggioranza giovani, più di un terzo hanno meno di 35 anni, i loro percorsi di carriera, le loro motivazioni alla professione, la loro consapevolezza delle questioni di genere e capire anche alcuni strani fenomeni di cui mi sono resa conto nel corso di questa ricerca, nel momento in cui ho cercato di sapere chi erano queste giornaliste locali. Mi sono imbattuta qualche tempo fa in un sito internet che riporta le biografie di alcune giornaliste italiane e ho notato che molte riportano nel curriculum la vittoria o la partecipazione a qualche concorso di bellezza. Mi sembra un fenomeno curioso da indagare: l'immagine, l'estetica è diventata tanto importante da essere un criterio primario di ingresso nella professione?

Milly Buonanno ha condotto alcune ricerche sulle pioniere e sulle generazioni successive. Sarebbe interessante vedere queste nuove generazioni e vedere magari come lavorano all'interno delle emittenti locali, che forse sono i luoghi in cui si possono osare sperimentazioni. La possibilità di cambiare i telegiornali c'è, cambiarli in una direzione più accogliente per le donne richiede una coscienza, un progetto, un'idea che vada in quella direzione. Si può magari arrivare a capire che queste nuove generazioni hanno bisogno di sapere, di essere coscienti, hanno bisogno di spazi di formazione che si possono fare. In nord Europa, per esempio, hanno realizzato un progetto molto bello realizzando un tool kit per i giornalisti, mostrando come si confeziona un servizio attento alla cultura di genere.

Invito chi vuole avanzare altre proposte o riflessioni a chiedere la parola.

### **Isabella D'Antono**

Organizzare un corso di formazione è sicuramente una cosa utilissima e andrebbe fatta. Dal punto di vista del monitoraggio, oltre al telegiornale prenderei in considerazione anche altri tipi di trasmissioni.

Credo che i CoReCom non abbiano molta coscienza del palinsesto delle emittenti locali, dei livelli di qualità, mentre personalmente penso che non dovrebbero intervenire solo per le segnalazioni che ricevono, ma dovrebbero avere un ruolo più attivo nei confronti dell'emittenza locale.