



# Chi fa (la) notizia in Europa?

OSSERVATORIO EUROPEO SULLE  
RAPPRESENTAZIONI DI GENERE

MONITORAGGIO DELL'ANNO 2012

Rapporto annuale  
di Monia Azzalini

# Indice

<b>Introduzione .....</b>	<b>3</b>
<b>Metodologia .....</b>	<b>5</b>
<b>Sintesi dei principali risultati .....</b>	<b>6</b>
<b>Analisi dei risultati .....</b>	<b>8</b>
<b>L'agenda dei notiziari europei.....</b>	<b>8</b>
<b>Chi fa notizia in Europa .....</b>	<b>11</b>
La "selezione" di genere nelle notizie.....	11
Asimmetrie tematiche: donne e uomini per argomento delle notizie .....	13
Asimmetrie generazionali: età di donne e uomini nelle notizie .....	15
Gerarchie di "classe": occupazione/posizione sociale di donne e uomini nelle notizie .....	15
Gerarchie di ruolo: donne e uomini per funzione narrativa nelle notizie .....	17
Identità e relazioni familiari.....	19
Vittime e sopravvissuti .....	20
<b>Chi dà e chi fa le notizie in Europa.....</b>	<b>21</b>
Donne e uomini alla conduzione dei TG .....	21
Visibilità delle giornaliste.....	21
Notizie femminili e notizie maschili .....	23
Generi e generazioni di giornalisti .....	24
<b>Dentro le notizie .....</b>	<b>25</b>
Centralità femminile.....	25
Uguaglianza/disuguaglianza di genere .....	25
Stereotipi di genere .....	26

## Introduzione

La rappresentazione di genere, femminile e maschile, nei media è un tema di indagine e di riflessione globale e di lunga tradizione, ma ancora molto attuale, specie in Italia, dove negli ultimi 4 o 5 anni ha avuto un impulso forse senza precedenti. Materia di studio in ambito accademico già a partire dagli anni 60-70 del secolo scorso, la questione è stata rilanciata a Pechino nel 1995 dalle Nazioni Unite, nel corso della IV Conferenza mondiale sulle donne, affermando che *“in tutto il mondo i mezzi di comunicazione di massa potrebbero contribuire molto più attivamente al progresso delle donne”*<sup>1</sup>. Riconoscendo ai media il potere straordinario di influenzare la politica dei poteri pubblici così come gli atteggiamenti e i comportamenti degli individui, la Conferenza di Pechino si è conclusa con l’affermazione di due obiettivi strategici: J.1 *“accrescere la partecipazione delle donne e permettere loro di esprimersi e accedere ai processi decisionali nei e attraverso i media e le nuove tecnologie della comunicazione”* e J.2 *“promuovere un’immagine equilibrata e non stereotipata delle donne nei media”*<sup>2</sup>.

L’analisi dei TG, oggetto di studio dell’OERG, è un indicatore rilevante per stimare la prossimità a questi obiettivi stabiliti ormai quasi vent’anni fa dalle Nazioni Unite. Il grado e la misura della visibilità delle giornaliste, conduttrici o corrispondenti, giovani o vecchie, redattrici di *“soft”* o *“hard” news* consentono di valutare il livello di accesso delle donne nelle professioni dell’informazione televisiva. La frequenza con cui le donne vengono citate e intervistate nelle notizie, come esperte o come persone comuni, in quanto politiche o in quanto mamme, giovani o vecchie, perché vittime o sopravvissute a un crimine, a una violenza, a una calamità naturale, e così via, dà la misura degli equilibri di genere fra i soggetti che hanno la capacità di e le caratteristiche per *“fare notizia”*. Essa misura lo scarto fra la complessità dell’universo femminile reale e la sua riduzione virtuale nei media, fra il contributo che le donne danno alla vita pubblica e sociale in un mondo in continua trasformazione e la sua rappresentazione o sotto-rappresentazione mediatica, più volte denunciata<sup>3</sup>.

L’Osservatorio di Pavia ha avviato l’Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere<sup>4</sup> il 17 gennaio 2011: un monitoraggio permanente sulla visibilità delle donne e degli uomini nei TG *prime time* delle principali TV, pubbliche e private, di Francia, Germania, Inghilterra, Italia e Spagna.

Il progetto è nato sul modello del *Global Media Monitoring Project*<sup>5</sup> (GMMP), il più vasto studio a livello internazionale sulla rappresentazione di genere nell’informazione di tutto il mondo e anche un’iniziativa volta a promuovere un cambiamento nella rappresentazione mediatica dell’universo femminile, a cui l’Osservatorio di Pavia partecipa dal 2005. Obiettivi del monitoraggio dell’OERG sono, in primo luogo, l’analisi delle donne presenti nell’informazione dei telegiornali, come protagoniste e fonti

---

<sup>1</sup> *Platform for Action and the Beijing Declaration: Fourth World Conference on Women, Beijing, China*, United Nations publication, New York 1996, Sales No. DPI1766, paragrafi 234-245; fonte <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm>

<sup>2</sup> *Ididem*

<sup>3</sup> Cfr. Margaret Gallagher *Gender setting. New agendas for media monitoring and advocacy*, Zed Books in association with WACC, London 2001, *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, Global Report, WACC, London, 2005 *Who makes the news?, Global Media Monitoring Project*, Global Report, WACC, Toronto, 2010

<sup>4</sup> Tutte le informazioni pertinenti questo progetto sono disponibili on line alla pagina

<http://www.osservatorio.it/cont/oerg/oerg.php>

<sup>5</sup> Il *Global Media Monitoring Project* (GMMP) è nato nel 1995, in occasione della IV Conferenza Mondiale sulle Donne a Pechino e si collega direttamente agli obiettivi J.1 e J.2 della Piattaforma di Azione approvata in quell’occasione dall’ONU. Il progetto è stato promosso, sin dalla sua nascita, dalla *World Association for Christian Communication* (WACC), in collaborazione con *Media Monitoring Africa* e dal 2010 riceve il sostegno e il patrocinio di UNIFEM. Coordinatrici nazionali per l’Italia sono Monia Azzalini (Osservatorio di Pavia) e Claudia Padovani (Università di Padova). Ulteriori informazioni sono disponibili online sul sito ufficiale [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org), e alla pagina dedicata dall’Osservatorio di Pavia [http://www.osservatorio.it/cont/gmmp/cont\\_gmmp.php](http://www.osservatorio.it/cont/gmmp/cont_gmmp.php)

dell'informazione, come conduttrici e giornaliste, nonché il loro ruolo e le loro caratteristiche socio-demografiche. In secondo luogo, la rilevazione di eventuali stereotipi, nelle notizie, così come la capacità di sfidarli o di portare nell'informazione quotidiana questioni e prospettive di genere. L'estensione del monitoraggio a 5 paesi europei si propone, infine, di confrontare il *"gender setting"* dei notiziari italiani con quello dei principali telegiornali europei, pubblici e privati, in una prospettiva più ampia e anche più efficace, dal punto di vista euristico, rispetto alle ricerche e ai monitoraggi realizzati finora in Italia.

Il presente rapporto riguarda il risultati del monitoraggio 2012.

## Metodologia

L'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere è un monitoraggio focalizzato su 1. chi fa notizia nei TG - ovvero quante e quali donne fanno notizia e/o vengono intervistate nei notiziari, 2. chi dà e chi fa le notizie - ovvero quante sono le giornaliste che conducono i TG, che firmano i servizi, che raccontano gli eventi e di quali temi si occupano, 3. quali sono le caratteristiche delle notizie in una prospettiva di genere: sono o no incentrate sulle donne, parlano o meno di questioni di uguaglianza/disuguaglianza fra le donne e gli uomini, informano su eventuali politiche o normative per le pari opportunità, rafforzano o sfidano i più comuni e diffusi stereotipi sessisti.

L'approccio metodologico è di tipo comparativo da diversi punti di vista: confronta donne e uomini, sia come soggetti/oggetti delle notizie, sia come giornalisti e conduttori dei TG, compara i diversi paesi europei monitorati, raffronta i notiziari trasmessi dal servizio pubblico con quelli in onda sulle TV private.

Lo strumento di monitoraggio utilizzato è una scheda di analisi del contenuto, strutturata e a voci chiuse, la stessa applicata dal *Global Media Monitoring Project*. Una scelta funzionale sia in termini applicativi, sia in fase di interpretazione dei dati. Raccolti attraverso la stessa metodologia, i risultati dell'OERG possono essere confrontati con quelli del GMMP, assunti come "indicatori" di tendenze a livello internazionale e, nel corso del tempo, su scala diacronica.

Il campione di analisi comprende i TG trasmessi in fascia *prime time* dai due più importanti canali TV (in termini di *audience* e popolarità), uno pubblico e l'altro privato, di 5 paesi europei: Francia, Germania, Inghilterra, Italia, Spagna. Dunque: France 2 e TF1, Ard e RTL, BBC One e ITV 1, Rai 1 e Canale 5, TVE e Telecinco. Per ogni testata giornalistica vengono monitorate 12 edizioni annuali, una al mese, cambiando a rotazione il giorno della settimana. Nel corso del 2012 sono state analizzate le trasmissioni dei seguenti giorni: 21 gennaio, 19 febbraio, 19 marzo, 17 aprile, 16 maggio, 21 giugno, 20 luglio, 18 agosto, 16 settembre, 15 ottobre, 20 novembre, 19 dicembre.

## Sintesi dei principali risultati

A far notizia nei TG europei sono soprattutto gli uomini: 3011 su 4213 soggetti rilevati nel 2012. Le donne sono meno di un terzo delle persone di cui si parla e/o intervistate: il 29%. In Italia solo il 24%. In entrambi i casi i dati sono identici a quelli registrati per il 2011.

Solo i TG di Spagna e Francia registrano una visibilità femminile sopra la media, con una percentuale di donne nelle notizie rispettivamente del 37% (in crescita di 4 punti percentuali rispetto al 2011) e del 33%.

In tutti i casi, a far notizia sono soprattutto le donne giovani. Fra gli under 18, esse ottengono una rappresentanza del 43% e nella fascia fra i 19 e i 34 pari al 42%. Viceversa fra gli over 50 si riscontra una donna ogni quattro uomini: il 21%.

Come nel 2011, le donne sono poco presenti soprattutto nell'informazione politica, con una quota del 20%. Ed è l'Italia il paese che registra la più bassa presenza femminile nelle notizie politiche (13%), seguita da Inghilterra e Germania (19%) e, ad ampia distanza, da Spagna (28%) e Francia (34%).

In tutte le testate giornalistiche considerate si nota una forte dicotomia fra ruoli comuni e anonimi maggiormente rappresentati dalle donne, e ruoli autorevoli, prestigiosi e correlati all'esercizio di una specifica professione, ricoperti prevalentemente dagli uomini.

Le donne sono infatti presenti in maniera abbastanza equilibrata fra i rappresentanti dell'opinione popolare (48%), fra i narratori di esperienze personali (44%) e i testimoni di eventi (38%), poco invece - mediamente 20% - fra i protagonisti delle notizie, gli esperti/opinionisti, i portavoce (di partiti, istituzioni, associazioni).

L'Italia è il paese che da questo punto di vista registra la maggiore disuguaglianza fra donne e uomini: fra gli esperti intervistati nei TG italiani solo il 14% è di sesso femminile (il restante 86% è di sesso maschile). Viceversa, il 38% delle opinioni popolari è rappresentato da donne.

I professionisti che popolano più spesso i TG europei sono prevalentemente uomini:

- fra i 1018 politici registrati le donne sono solo il 16%,
- fra i 214 imprenditori/dirigenti/economisti le donne sono il 14%,
- fra i 208 rappresentanti delle forze dell'ordine le donne sono l'8%,
- fra i 186 personaggi del mondo dello sport le donne sono il 14%.

Le donne ottengono una rappresentanza abbastanza equilibrata fra le persone di cui non viene citata né una professione né una posizione sociale, perché irrilevante ai fini delle notizie, nel 47% dei casi di sesso femminile.

I TG italiani si distinguono per una netta prevalenza di persone che fanno notizia in quanto professioniste della politica (circa un terzo del campione), nell'88% dei casi uomini.

Altra caratteristica dei TG italiani – comune ai TG britannici - è l'alta frequenza di persone che fanno notizia in quanto vittime di criminalità o violenza (il 10% del campione). Ma se nei TG della BBC o di ITV, la proporzione fra donne e uomini vittime è simile (13% delle donne e 14% degli uomini), nei TG italiani la percentuale di donne che fa notizia in quanto vittima è del 17% vs l'8% degli uomini. Nessun altro paese europeo registra una simile "s-proporzionamento".

Sul fronte del chi fa o dà le notizie, donne e uomini registrano condizioni apparentemente prossime fra loro. "Apparentemente", ovvero secondo quanto emerge dall'analisi della visibilità delle giornaliste (in video, in voce e/o firmatarie di servizi), su cui si basa questa ricerca, e non da una statistica sulla composizione delle redazioni.

Nel 47% dei casi i TG sono condotti da donne. L'Italia, con una percentuale del 58% - stabile rispetto allo scorso anno – si colloca sopra la media europea, confermando una tendenza di lungo corso nel favorire le giornaliste in questo ruolo<sup>6</sup>.

Anche le giornaliste corrispondenti e/o autrici di servizi sono numerose: mediamente il 49% - un valore invariato rispetto al 2011. L'Italia registra una percentuale in linea con la media complessiva (48%), la Spagna si colloca molto al di sopra, con il 68% di donne giornaliste, la Francia leggermente sotto (44%), Germania e Inghilterra molto al di sotto, avendo, rispettivamente, il 35% e il 28% di giornaliste donne.

Dentro le notizie sono state esplorate diverse questioni, fra cui la centralità femminile: solo nel 4% dei casi, le donne, come singole o come gruppo sociale, sono il focus dell'informazione, rispetto all'8% del 2011.

La maggior parte delle notizie in cui le donne sono centrali (55%) sono a cura di giornaliste donne, un dato in linea con quello registrato nel 2011 (56%), a conferma della tendenza emersa nell'ultima edizione del *Global Media Monitoring Project* (2010) dove si sottolinea una maggior e migliore rappresentazione femminile nelle notizie a cura di giornaliste donne. Nei TG spagnoli ben 8 notizie su 10 a centralità femminile sono a cura di giornaliste donne.

---

<sup>6</sup> Cfr. Monia Azzalini e Claudia Padovani, *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, Rapporto nazionale, Italia, 2010 (<http://www.osservatorio.it/download/GMMP2010ItalyReport.pdf>)

## Analisi dei risultati

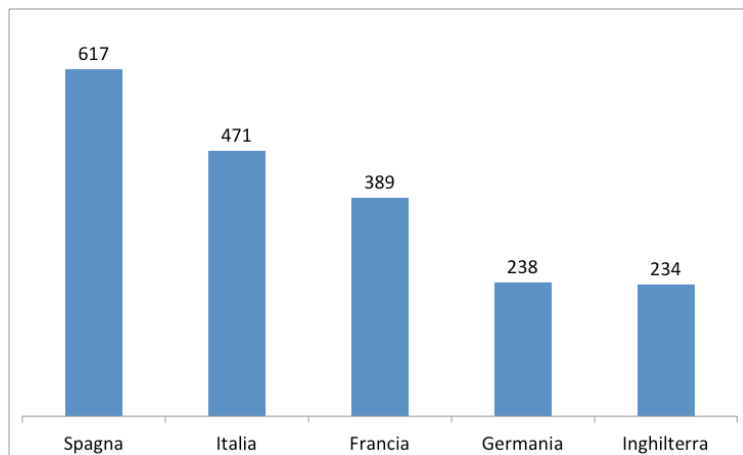
### L'agenda dei notiziari europei

Il monitoraggio di 12 edizioni di notiziari trasmessi in fascia *prime time* dalle più importanti TV pubbliche e private di Francia, Germania, Inghilterra, Italia e Spagna ha restituito un campione di 117 notiziari<sup>7</sup>, 1949 notizie, 4213 persone citate o intervistate nelle notizie, 1699 giornalisti corrispondenti, autori di servizi o rubriche, più 132 conduttori.

Come risulta evidente dal Grafico 1, il numero di notizie registrato per ogni paese è variabile. Di ciò occorrerà tener conto nella lettura dei risultati pertinenti l'intero campione, perché inevitabilmente i paesi che registrano più notizie – e parallelamente, come vedremo, più persone e più giornalisti – incidono maggiormente nella determinazione dei valori medi complessivi.

I TG spagnoli si contraddistinguono per un elevato numero di notizie: più del doppio rispetto a quelle dei TG tedeschi e inglesi. Ciò dipende dalle loro caratteristiche. I notiziari spagnoli hanno edizioni lunghe, che durano 45-50 minuti, trasmettono servizi della durata di 1 o 2 minuti, e anche numerose notizie in breve. I TG tedeschi e inglesi, invece, durano 20-25 minuti circa e trasmettono spesso servizi di lunga durata. I TG francesi durano circa mezz'ora, quelli italiani un po' di più. In entrambi i casi i servizi in onda misurano pochi minuti e sono inframezzati da notizie in breve.

**Grafico 1 Numero di notizie dei TG per paese**



Se si considerano le diverse testate giornalistiche, i dati rilevano una marcata differenza fra TG pubblici e privati solo nel caso della Spagna, dove l'emittente pubblica TVE ha un numero di notizie sensibilmente più elevato rispetto alla privata Telecinco, nonostante il campione relativo a quest'ultima comprenda un'edizione in meno<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Nel campione mancano 3 edizioni non registrate per problemi tecnici: 1 di France 2, 1 di RTL e 1 di Telecinco

<sup>8</sup> Si veda la nota sopra

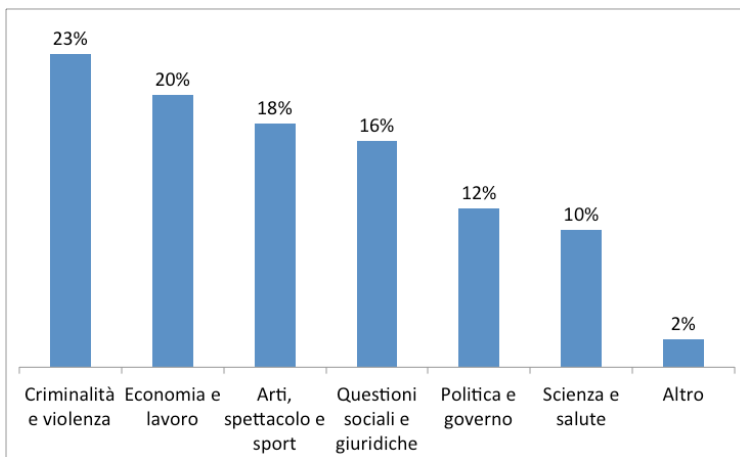


**Tabella 1 Numero di notizie per paese**

<b>Paese</b>	<b>TV Pubblica</b>	<b>TV Privata</b>	<b>Totale</b>
Francia	184	205	389
Germania	113	125	238
Inghilterra	117	117	234
Italia	241	230	471
Spagna	347	270	617
<b>Totale</b>	<b>1002</b>	<b>947</b>	<b>1949</b>

Le notizie più ricorrenti sul campione complessivo sono quelle di Criminalità e violenza (443), seguite da quelle pertinenti l'Economia e il lavoro (384), dalle notizie di "terza pagina" su Arti, spettacolo e sport (344) e poi dalle Questioni sociali e giuridiche (320). Le notizie di Politica e governo e di Scienza e salute invece sono meno frequenti.

**Grafico 2 Distribuzione delle notizie per area tematica**



Comparando fra loro le agende tematiche dei 5 paesi europei, emergono differenze rilevanti. L'Italia si distingue per la più alta percentuale di cronaca nera, con il 28% di notizie di Criminalità e violenza, un valore che supera per più di 10 punti la percentuale registrata dai TG francesi (17%), che si caratterizzano per una maggiore attenzione ai temi dell'Economia e del lavoro e alle Questioni sociali e giuridiche, registrando per questi argomenti le più alte percentuali "europee". La Germania si distingue per una quota di Politica e governo superiore alla media complessiva e a quella registrata dagli altri paesi. L'Inghilterra per un valore elevato, sopra la media di 5 punti, di notizie pertinenti Arti, spettacolo e sport, ascrivibile alla pagina sportiva che occupa complessivamente l'11% dei TG inglesi.

**Tabella 2 Distribuzione percentuale delle notizie per area tematica e per paese**

<b>Tema</b>	<b>Francia</b>	<b>Germania</b>	<b>Inghilterra</b>	<b>Italia</b>	<b>Spagna</b>
Politica e governo	7%	16%	11%	11%	13%
Economia e lavoro	23%	21%	18%	19%	18%
Scienza e salute	16%	10%	5%	9%	9%
Questioni sociali e giuridiche	20%	12%	18%	15%	17%
Criminalità e violenza	17%	21%	21%	28%	23%
Arti, spettacolo e sport	18%	11%	23%	16%	20%
Altro	0%	8%	4%	1%	1%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

L'analisi dei dati disaggregati per TG trasmessi da TV pubbliche e private (Tabella 3) evidenzia un'ulteriore variabilità, in termini di agenda, specialmente per alcuni paesi. Per esempio, la Germania registra per la TV privata una percentuale di notizie di Criminalità e violenza quasi doppia rispetto alla TV pubblica, che invece dà più spazio a notizie di Politica e governo, di Scienza e salute e di Arti, spettacolo e sport, soprattutto per via dell'ampia pagina sportiva. I TG pubblici spagnoli hanno percentuali di notizie politiche ed economiche sensibilmente più elevate rispetto a quelli privati, registrando invece quasi la metà di notizie di Criminalità e violenza rispetto a questi ultimi. In generale, le agende di tutte le testate giornalistiche private risultano più concentrate su temi di Criminalità e violenza e meno sui temi di Politica e governo.

**Tabella 3 Distribuzione percentuale delle notizie per area tematica, per paese e per proprietà TV\***

<b>Tema</b>	<b>Francia</b>		<b>Germania</b>		<b>Inghilterra</b>		<b>Italia</b>		<b>Spagna</b>	
	<b>SP*</b>	<b>PR*</b>	<b>SP*</b>	<b>PR*</b>	<b>SP*</b>	<b>PR*</b>	<b>SP*</b>	<b>PR*</b>	<b>SP*</b>	<b>PR*</b>
Politica e governo	8%	6%	19%	14%	12%	9%	13%	10%	16%	10%
Economia e lavoro	22%	23%	20%	22%	16%	20%	19%	19%	22%	14%
Scienza e salute	16%	16%	6%	13%	4%	6%	11%	8%	8%	9%
Questioni sociali e giuridiche	22%	18%	12%	12%	17%	19%	16%	14%	16%	17%
Criminalità e violenza	15%	19%	15%	27%	19%	23%	26%	31%	18%	30%
Arti, spettacolo e sport	17%	18%	17%	5%	24%	22%	15%	17%	20%	19%
Altro	1%	0%	11%	6%	8%	1%	0%	1%	1%	1%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

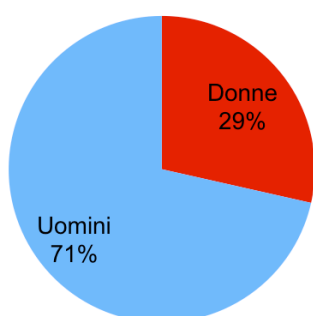
\* SP= Servizio pubblico; PR=TV privata

## Chi fa notizia in Europa

### La "selezione" di genere nelle notizie

Solo il 29% delle 4213 persone citate e/o intervistate nei notiziari europei monitorati sono donne. Una media stabile rispetto al 2011, più elevata di 5 punti percentuali rispetto al 24%<sup>9</sup> registrato a livello internazionale nell'ultima edizione del *Global Media Monitoring Project* (2010).

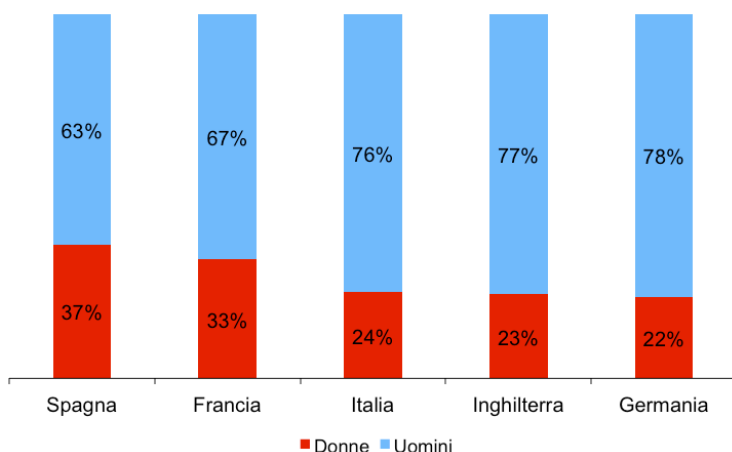
**Grafico 3 Distribuzione di genere delle persone nelle notizie**



Base: 4123 soggetti

Spagna e Francia registrano valori sopra la media, con il 37% e il 33% di donne nelle notizie. Un valore sostanzialmente stabile per la Francia che nel 2011 aveva una percentuale di donne del 34%, in crescita invece di 4 punti percentuali per la Spagna.

**Grafico 4 Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per paese**



<sup>9</sup> 24% è la percentuale di donne registrata sia come valore medio per tutti i mezzi di comunicazione monitorati nell'ambito del GMMP (radio, stampa e TV), sia come risultato specifico per la TV (di cui vengono monitorati i TG)

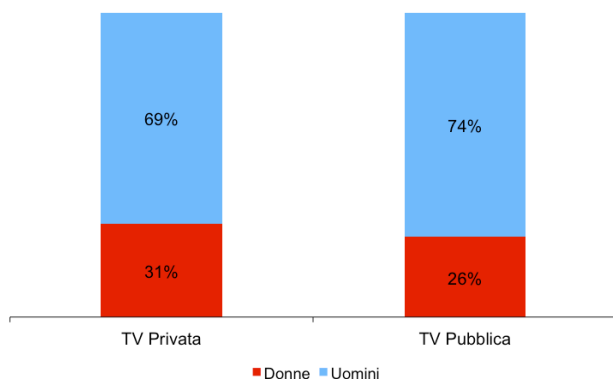
In Italia, nonostante l'alto numero di persone citate e/o intervistate nelle notizie (Tabella 4), il più elevato fra i 5 paesi europei considerati, la rappresentanza femminile nei TG è meno di una donna ogni 3 uomini (24%), come nel 2011, quando si registrava un aumento di 2 punti rispetto ai risultati del GMMP 2010<sup>10</sup>.

**Tabella 4 Numero di donne e uomini nelle notizie, per paese**

Paese	Donne	Uomini	Totale
Francia	315	648	963
Germania	111	384	495
Inghilterra	145	484	629
Italia	273	880	1153
Spagna	358	615	973

Distinguendo TV pubbliche e private, le seconde risultano mediamente più aperte alle donne rispetto alle prime, con una percentuale femminile del 31% vs il 26%. Tuttavia, in questo caso, il valore medio livella differenze rilevanti fra i diversi paesi.

**Grafico 5 Distribuzione di genere delle persone nelle notizie nelle TV pubbliche e private**



Totale: 2130 persone nelle TV pubbliche, 2083 nelle private

Come risulta dalla tabella seguente, Germania e Spagna evidenziano una marcata differenza fra TV pubblica e privata, con una percentuale di donne sensibilmente più elevata nei TG trasmessi dall'emittente privata, rispetto a quella pubblica. 17% sono le persone di sesso femminile citate e/o intervistate dai TG del servizio pubblico tedesco Ard, contro il 28% registrato dai notiziari della concorrente privata RTL. 30% è il valore medio delle donne dei TG della spagnola TVE, contro il 42% di Telecinco, l'emittente che in assoluto presenta la più elevata percentuale di donne del campione. La discrepanza fra TV pubbliche e private si riduce progressivamente nei TG francesi – unico caso in cui la TV pubblica, France 2, ha una percentuale di donne più alta rispetto alla TV privata (TF1) – seguiti da quelli italiani (23% le donne nei TG di Rai 1 vs il 25% di quelle nei notiziari di Canale 5), fino ad annullarsi nelle TV inglesi, BBC One e ITV 1 che registrano la stessa percentuale di donne (23%).

<sup>10</sup> Il confronto con i risultati del GMMP Italia 2010 non è puntuale, poiché i due campioni sono differenti. L'ultima edizione italiana del GMMP include infatti i TG di Rai 1, Rai 2, Rai 3, Rete 4, Canale 5, Studio Aperto, La 7, Rai News 24, Sky Tg 24. Cfr. Monia Azzalini e Claudia Padovani, *Op. cit.*

**Tabella 5 Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per paese e per TV pubbliche e private**

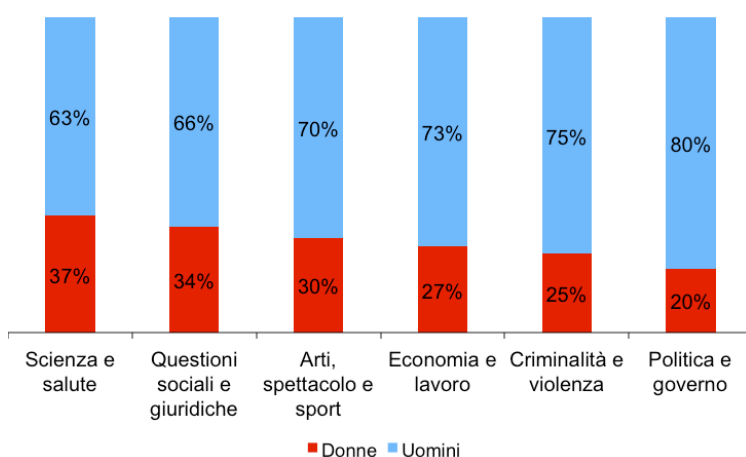
Paese	TV Pubblica			TV Privata		
	Donne	Uomini	N. Totale	Donne	Uomini	N. Totale
Francia	35%	65%	463	31%	69%	500
Germania	17%	83%	241	28%	72%	254
Inghilterra	23%	77%	353	23%	77%	276
Italia	23%	77%	632	25%	75%	521
Spagna	30%	70%	441	42%	58%	532

*Asimmetrie tematiche: donne e uomini per argomento delle notizie*

Considerando le notizie distinte per aree tematiche, i risultati emergenti sono molto simili a quelli registrati a livello internazionale dal GMMP 2010: le donne sono presenti soprattutto nelle notizie di Scienza e salute, nelle Questioni sociali e giuridiche e nelle notizie di Arti, spettacolo e sport. Anche se, occorre precisare, la distribuzione di genere fra gli argomenti che compongono quest'ultima categoria evidenzia una discrepanza fra la media femminile nell'informazione sportiva, 19,3%, e il 30% dell'intera area tematica.

La categoria meno inclusiva per le donne è quella pertinente la Politica, con una media femminile del 20%.

**Grafico 6 Distribuzione di genere delle persone per area tematica delle notizie**



**Tabella 6 Numero di donne e uomini per area tematica delle notizie**

Tema della notizia	Donne	Uomini	Totale
Politica e governo	122	482	604
Economia e lavoro	210	562	772
Scienza e salute	190	322	512
Questioni sociali e giuridiche	236	465	701
Criminalità e violenza	231	693	924
Arti, spettacolo e sport	205	478	683

L'Italia è il paese meno inclusivo per le donne nelle notizie di politica, soltanto il 13%, seguita da Germania e Inghilterra (19%). Spagna e Francia, invece, hanno percentuali femminili sensibilmente più elevate, rispettivamente 28% e 34%.

**Tabella 7 Percentuale di donne per area tematica delle notizie e per paese**

Tema della notizia	Francia		Germania		Inghilterra		Italia		Spagna	
	Donne	Tot.*	Donne	Tot.*	Donne	Tot.*	Donne	Tot.*	Donne	Tot.*
Politica e governo	34%	62	19%	102	19%	69	13%	233	28%	138
Economia e lavoro	30%	200	31%	100	27%	94	19%	185	31%	193
Scienza e salute	39%	218	31%	49	30%	30	25%	107	50%	108
Questioni sociali e	37%	193	25%	73	28%	106	27%	143	42%	186
Criminalità e violenza	26%	164	16%	112	22%	171	25%	308	33%	169
Arti, spettacolo e sport	28%	125	16%	102	18%	154	36%	176	40%	173

\* Numero totale persone (donne più uomini)

Il confronto fra emittenti pubbliche e private mostra valori identici per quanto riguarda l'inclusione femminile nelle notizie di Politica e governo e di Criminalità e violenza, valori invece sensibilmente distanti per le notizie di Scienza e salute e pertinenti le Questioni sociali e giuridiche: due aree tematiche più inclusive del genere femminile nei TG trasmessi da emittenti private rispetto a quelli del servizio pubblico.

**Tabella 8 Distribuzione di genere per area tematica delle notizie e per proprietà TV**

Tema della notizia	TV Pubblica			TV Privata		
	Donne	Uomini	N. Totale	Donne	Uomini	N. Totale
Politica e governo	20%	80%	377	20%	80%	227
Economia e lavoro	26%	74%	425	29%	71%	347
Scienza e salute	31%	69%	213	42%	58%	299
Questioni sociali e giuridiche	30%	70%	367	37%	63%	334
Criminalità e violenza	25%	75%	384	25%	75%	540
Arti, spettacolo e sport	28%	72%	357	32%	68%	326

Come mostra la Tabella 9, i dati pertinenti i 5 paesi livellano alcune differenze rilevanti, specialmente per i TG di Germania e Spagna che a seconda siano trasmessi dall'emittente pubblica o privata evidenziano profili di genere diversi. Per esempio, le notizie di Politica e governo della tedesca Ard registrano una percentuale femminile del 10% vs il 30% della privata RTL. Le Questioni sociali e giuridiche della spagnola TVE includono il 35% di soggetti di sesso femminile, a fronte del 48% registrato per la stessa area tematica dall'emittente privata Telecinco.

**Tabella 9 Percentuale di donne per area tematica delle notizie, per paese e per proprietà TV**

Tema della notizia	Francia		Germania		Inghilterra		Italia		Spagna	
	SP*	PR*	SP*	PR*	SP*	PR*	SP*	PR*	SP*	PR*
Politica e governo	41%	22%	10%	30%	19%	19%	15%	11%	26%	29,5%
Economia e lavoro	32%	27%	20%	43,5%	30%	22%	19%	19%	27%	36%
Scienza e salute	38%	40%	20%	33%	57%	6%	17%	38%	25%	57%
Questioni sociali e giuridiche	39%	35%	22%	28%	22%	35%	23%	31%	35%	48%
Criminalità e violenza	25%	26%	17,5%	15%	22%	23%	29%	21,5%	26%	35%
Arti, spettacolo e sport	31,5%	25%	17%	14%	18,5%	18%	34%	39%	36%	43%

\* SP= Servizio pubblico; PR=TV privata

### *Asimmetrie generazionali: età di donne e uomini nelle notizie*

Numerose ricerche condotte sulla rappresentazione di genere in TV hanno dimostrato che, in generale, le donne giovani hanno più probabilità di accedere ai contenuti dei media, rispetto alle donne anziane. Una tendenza che si presta a una duplice interpretazione. Un'ipotesi è che le generazioni di donne più giovani siano avvantaggiate da un processo di parificazione più compiuto, per cui sono più presenti nella vita pubblica, certamente la più visibile in TV, specialmente negli spazi dell'informazione. D'altro canto, è vero anche che la TV predilige i volti giovani (e belli) perché più attrattivi, essendo un mezzo che punta molto sull'immagine. Probabilmente entrambi questi fattori hanno una loro rilevanza per spiegare un fenomeno che – qualsiasi sia il suo fondamento – di fatto discrimina le donne più anziane.

Per quanto la rilevazione dell'età di una persona che compare in TV sia un processo piuttosto soggettivo, i risultati dell'analisi condotta dal monitoraggio 2012 e riportati nella Tabella 10 confermano una sproporzione di genere elevata nelle fasce di età più anziana, sopra i 50 anni, dove le donne sono una ogni 3 uomini. A fronte di percentuali più equilibrate, specie sotto i 34 anni.

**Tabella 10 Distribuzione di genere per fascia di età delle persone nelle notizie**

<b>Età</b>	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>N. Totale</b>
Under 18	43%	57%	195
19-34	42%	58%	664
35-49	34%	66%	1131
50-64	21%	79%	1463
65 o più	21%	79%	570

Disaggregando i dati per paese, soltanto Inghilterra e Spagna presentano quote femminili sensibilmente più elevate rispetto alla media nelle fasce di età più adulte: sono il 28% le donne fra gli over 64 nei TG inglesi, il 39% in quelli spagnoli, che registrano anche un valore più elevato di donne nella fascia 50-64 anni (29%).

Il confronto fra TG trasmessi da TV pubbliche e private evidenzia asimmetrie di genere sull'asse giovani/anziani più marcate per le TV pubbliche, che accordano una percentuale femminile del 51% fra gli under 18 vs il 35% delle TV private, le quali, invece, presentano quote femminili maggiori - di 5 o 6 punti - nelle fasce successive: 19-34, 35-49, 50-64, per tornare ad allinearsi con un valore pressoché identico a quello registrato dalle TV pubbliche per gli over 64.

**Tabella 11 Distribuzione di genere per fascia di età delle persone nelle notizie, per proprietà TV**

<b>Età</b>	<b>TV Pubblica</b>			<b>TV Privata</b>		
	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>N. Totale</b>	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>N. Totale</b>
Under 18	51%	49%	98	35%	65%	97
19-34	39%	61%	300	44%	56%	364
35-49	32%	68%	569	37%	63%	562
50-64	18%	82%	787	24%	76%	676
65 o più	20%	80%	298	21%	79%	272

### *Gerarchie di "classe": occupazione/posizione sociale di donne e uomini nelle notizie*

Dal punto di vista del profilo occupazionale, la Tabella 12 evidenzia una sotto-rappresentazione femminile in quasi tutte le categorie più frequenti nei TG europei: solo il 16% le donne fra i 1018 politici, il 14% fra i 224 imprenditori/dirigenti/economisti, l'8% fra le 208 forze dell'ordine/polizia, solo il 14% fra i 186

professionisti dello sport (atleti, giocatori, allenatori, tecnici, etc.). Un po' di più, il 32%, sono le donne fra i 159 rappresentanti di organizzazioni della società civile (sindacalisti, attivisti, lavoratori in ONG, etc.), il 34%, fra i 122 impiegati nei servizi, e il 37%, fra le celebrità. Per il resto la visibilità femminile raggiunge valori prossimi al 50% soltanto in due categorie molto frequenti ma non professionali: quella delle persone la cui occupazione non viene esplicitata, evidentemente perché irrilevante ai fini della notizia, e quella degli "abitanti di un paese", ovvero persone comuni di solito intervistate come testimoni di qualche evento locale, oppure come rappresentanti della *vox populi*. Infine, le donne superano la soglia del 50% con una quota del 61% nella categoria che raggruppa lavoratori domestici (non retribuiti), casalinghi, genitori.

**Tabella 12 Distribuzione di genere per occupazione/posizione sociale delle persone nelle notizie**

Occupazione/posizione sociale	Donne	Uomini	Totale
Lavoratori del sesso, prostitute	100%	0%	1
Lavoratore domestico o genitore	61%	39%	88
Re, regina, monarca...	48%	52%	27
Non esplicitata	47%	53%	775
Abitante di un paese	47%	53%	405
Bambino o adolescente	40%	60%	82
Studenti, allievi, scolari	38%	62%	86
Celebrità, artista, scrittore...	37%	63%	119
Pensionato	35%	65%	17
Impiegato o lavoratore nei servizi	34%	66%	122
Disoccupato	33%	67%	9
Sindacalista, attivista, lavoratore ONG...	32%	68%	159
Altro	29%	71%	7
Medico, infermiere, psicologo...	28%	72%	97
Accademico, educatore, insegnante...	27%	73%	83
Agricoltore, forestale, pescatore...	26%	74%	31
Dipendente pubblico, funzionario, diplomatico....	21%	79%	84
Professionista dei media (giornalista, regista...)	18%	82%	76
Avvocato, giudice, esperto legale...	18%	82%	92
Artigiano, commerciante, manovale...	18%	82%	56
Politico, ministro, governante...	16%	84%	1018
Imprenditore, dirigente, economista...	14%	86%	224
Atleta, allenatore, sportivo...	14%	86%	186
Ingegnere, tecnico, informatico...	12%	88%	59
Prete, suora, rabbino, imam...	9%	91%	46
Forza dell'ordine, militare, guardia...	8%	92%	208
Criminale, indagato, sospettato di reato...	5%	95%	56

Il confronto fra paesi – illustrato nella tabella seguente – dimostra in generale come alcuni di loro, per esempio la Francia, l'Inghilterra e l'Italia abbiano TG più pluralisti, che parlano di- e/o intervistano rappresentanti di svariate categorie professionali e sociali. Altri, invece, come la Germania e soprattutto la Spagna, evidenziano una maggiore concentrazione su due gruppi di persone: i politici, da un lato, e le persone per cui non è possibile rilevare alcuna occupazione o posizione sociale, perché non esplicitata, dall'altro. Due categorie simbolicamente rappresentative della dominanza maschile, la prima, e dell'equilibrio fra i generi, la seconda. In ogni caso, queste sono le categorie più frequenti e anche quelle che assimilano il profilo dei 5 paesi europei rispetto alla dimensione del genere.



**Tabella 13 Percentuale di donne per occupazione/posizione sociale delle persone nelle notizie per paese**

Occupazione/posizione sociale	Francia		Germania		Inghilterra		Italia		Spagna	
	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.
Non esplicitata	100%	2	36%	67	38%	104	45%	178	51%	424
Re, regina, monarca...			0%	2	58%	12	67%	6	29%	7
Politico, ministro, governante...	18%	118	17%	197	16%	112	12%	366	22%	225
Dipendente pubblico, funzionario,...	22%	45	33%	12	33%	3	0%	15	33%	9
Forza dell'ordine, militare, guardia...	10%	60	6%	16	2%	57	9%	54	14%	21
Accademico, insegnante...	37%	19	12%	17	33%	15	0%	12	40%	20
Medico, infermiere, psicologo...	29%	34	44%	9	15%	13	16%	19	36%	22
Ingegnere, tecnico, informatico...	7%	27	20%	5	25%	4	8%	13	20%	10
Professionista dei media	6%	18	25%	4	23%	26	36%	11	12%	17
Avvocato, giudice, esperto legale...	20%	20	29%	14	29%	7	17%	36	7%	15
Imprenditore, dirigente, economista...	16%	45	8%	24	23%	48	11%	73	9%	34
Impiegato o lavoratore nei servizi	31%	59	36%	11	50%	2	30%	37	54%	13
Artigiano, commerciante, manovale...	12%	17	33%	6	0%	1	19%	21	18%	11
Agricoltore, forestale, pescatore...	33%	6	50%	2	14%	7	0%	3	31%	13
Prete, suora, rabbino, imam...	0%	5	0%	7	14%	14	7%	15	20%	5
Sindacalista, attivista, lavoratore ONG...	17%	30	26%	23	44%	16	40%	35	35%	55
Lavoratori del sesso, prostitute						10	100%	1		
Celebrità, artista, scrittore...	34%	32	50%	8	10%	66	42%	52	35%	17
Atleta, allenatore, sportivo...	32%	37	15%	26	3%	14	18%	44	0%	13
Studenti, allievi, scolari	52%	42	0%	4	29%	13	19%	21	60%	5
Lavoratore domestico o genitore	64%	33	100%	2	62%	31	83%	6	53%	34
Bambino o adolescente	38%	8	39%	23	45%	19	35%	20		
Abitante di un paese	49%	296	29%	7	37%	3	42%	83		
Pensionato	44%	9			33%	22	20%	5		
Criminale, indagato ...			0%	8	0%	6	13%	24	0%	2
Disoccupato	0%	1			33%	4	100%	1	0%	1

### *Gerarchie di ruolo: donne e uomini per funzione narrativa nelle notizie*

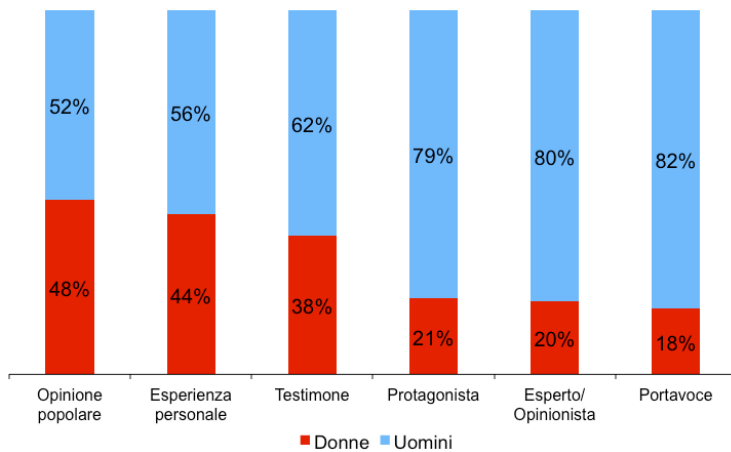
Il Grafico 8 riporta la distribuzione di genere per le sei funzioni narrative attraverso le quali sono state classificate le persone citate e/o intervistate nei TG.

L'unica categoria che registra un equilibrio fra donne e uomini è quella dei rappresentanti dell'opinione popolare, fra cui le voci femminili costituiscono il 48%. Seguono, con valori sopra la media, le narrazioni di esperienza personale (44%) e le testimonianze (38%). Fra i protagonisti, gli esperti, i portavoce (di partiti, enti, istituzioni, associazioni, e così via), le percentuali di donne calano sensibilmente, portandosi a valori attorno al 20%: 21% fra i 1545 protagonisti – in assoluto la funzione più frequente – 20% fra i 740 esperti intervistati - 18% fra i 491 portavoce.

La lettura del grafico – con le categorie in ordine decrescente per rappresentanza femminile –rende immediatamente evidente una cesura fra tre funzioni anonime, comuni, impersonali – che sono le più inclusive e bilanciate secondo il genere - e tre funzioni prestigiose, autorevoli, personali – che sono invece appannaggio quasi esclusivo degli uomini. I rappresentanti dell'opinione popolare, i narratori di esperienze personali e i testimoni sono infatti, generalmente, persone comuni, spesso intercambiabili fra loro (certo, in alcuni casi, come per i testimoni, entro un gruppo ristretto di persone che ha assistito a un evento) e abitualmente vengono intervistati senza essere presentati con nome e cognome. Protagonisti, esperti e portavoce sono invece ruoli più autorevoli. I protagonisti perché sono i personaggi principali della narrazione nei TG, essendo l'“oggetto” delle notizie. Gli esperti - cui l'informazione TV fa ampio ricorso - sono persone intervistate per approfondire temi, argomenti, eventi di cui si parla. Essi vengono presentati per nome e cognome. Titoli e meriti, cariche pubbliche o incarichi professionali ricoperti dagli esperti

vengono messi in risalto, perché conferiscono loro l'autorevolezza attraverso la quale un notiziario va oltre i fatti e spiega gli eventi, dà a loro un senso, una chiave di interpretazione. Infine i portavoce sono persone importanti e autorevoli, perché rappresentano gruppi attivi nella vita pubblica di un paese (partiti, enti, istituzioni, associazioni, e via dicendo).

**Grafico 7 Distribuzione di genere per ruolo delle persone nelle notizie**

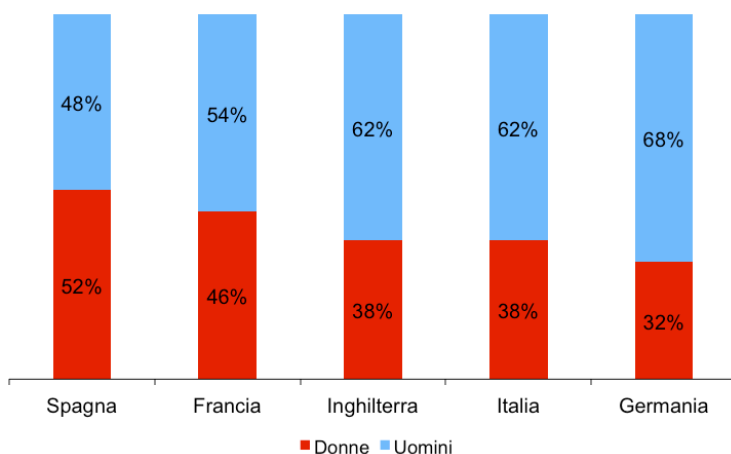


**Tabella 14 Numero di donne e uomini per funzioni delle persone nelle notizie**

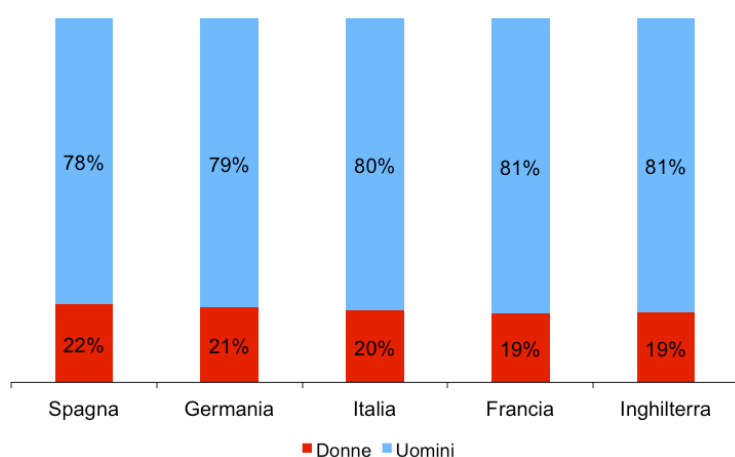
Ruolo	Donne	Uomini	Totale
Protagonista	319	1226	1545
Esperto/ Opinionista	148	592	740
Esperienza personale	314	405	719
Opinione popolare	299	326	625
Portavoce	87	404	491
Testimone	35	58	93

Il confronto di genere per funzioni ricoperte nelle notizie, nei TG dei 5 paesi monitorati, evidenzia differenze rilevanti soltanto rispetto ai “ruoli comuni”, con percentuali femminili sensibilmente più elevate nei TG di Spagna e Francia (52% e 46%), gli stessi che – nel complesso – sono i più inclusivi per le donne. Viceversa, le quote femminili nei “ruoli autorevoli” si attestano, in tutti i paesi, attorno alla media del 20%.

**Grafico 8 Distribuzione di genere delle persone che ricoprono funzioni “comuni” nelle notizie, per paese**



**Grafico 9 Distribuzione percentuale di genere delle persone che ricoprono ruoli “autorevoli” nelle notizie**



### *Identità e relazioni familiari*

I dati relativi alla funzione dei soggetti nelle notizie evidenziano quanto le donne siano privilegiate dall’informazione prevalentemente come portatrici del senso comune e del discorso empirico, biografico, personale e privato, piuttosto che come protagoniste o espressioni del discorso teorico e astratto, impersonale e pubblico che caratterizza il ruolo degli esperti e dei portavoce – secondo quanto evidenziato anche da altre ricerche<sup>11</sup> - tendenzialmente ad appannaggio maschile. Un risultato confermato anche dalla loro maggior presenza nelle categorie sociali, piuttosto che in quelle professionali, come si è visto più sopra. Di questa caratteristica dell’informazione è indicativa anche la variabile che coglie la descrizione delle donne e degli uomini sulla base di relazioni familiari più o meno strette. Più volte criticata, perché veicola un’identità femminile parziale e soprattutto non autonoma bensì relativa o derivata da un altro soggetto, il marito, i figli o le figlie, il padre o la madre, la citazione o rappresentazione della donna come moglie, madre, figlia di- è stata riscontrata con una frequenza piuttosto bassa nei TG europei monitorati: 60 casi su 4213 persone rilevate. Anche se non molto frequente rispetto al campione complessivo, essa riguarda un po’ più le donne degli uomini: 2% vs 1%.

Il confronto fra i 5 paesi monitorati (Tabella 15) mostra come siano i TG tedeschi a distinguersi per la maggiore sproporzione fra donne e uomini descritti sulla base di relazioni familiari.

**Tabella 15 Persone nelle notizie descritte sulla base di relazioni familiari per paese**

Paese	Donne	Uomini	Tot. Identificazioni per Relazioni familiari
Germania	5%	1%	10
Italia	3%	2%	30
Inghilterra	3%	0%	6
Francia	2%	1%	10
Spagna	1%	0%	4

<sup>11</sup> Cfr. Osservatorio di Pavia, *Donne, lavoro e TV. L’immagine della donna nei programmi d’informazione*, CNEL, Roma 2004, Monia Azzalini e Claudia Padovani, *Op. cit.*

## Vittime e sopravvissuti

Su un totale di 4123 persone citate e/o intervistate nei TG monitorati, 243 (6%) sono vittime di criminalità o violenza, calamità naturali o antropiche, malattia o povertà, discriminazioni per sesso, razza, motivi religiosi o altro e 89 (2%) i sopravvissuti. Fra le vittime: 80 donne e 163 uomini. Fra i sopravvissuti: 38 donne e 50 uomini. In valori assoluti, gli uomini sono più numerosi sia fra le vittime sia fra i sopravvissuti. Se si calcola la percentuale di vittime e sopravvissuti interna ai due gruppi, femminile e maschile, considerati distintamente, però, le donne che fanno notizia in quanto vittime sono il 7%, contro il 5% degli uomini; il 3% quelle che fanno notizia come sopravvissute, contro il 2% degli uomini. Mediamente, le donne hanno più probabilità rispetto agli uomini di fare notizia in quanto vittime o sopravvissute in proporzione ridotte rispetto ai dati rilevati da altre ricerche, come per esempio documentano tutte le edizioni del GMMP, il cui ultimo rapporto (2010) riferisce il 18% di donne rappresentate come vittime e il 6% come sopravvissute, contro rispettivamente l'8% e il 3% degli uomini.

**Tabella 16 Persone nelle notizie ritratte come vittime per genere**

	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>Tot. vittime</b>
Vittima di incidente, povertà, malattia, disastro naturale...	41%	38%	95
Vittima di aggressione, rapina, omicidio	39%	41%	98
Vittima di guerra, terrorismo, violenza di stato	11%	14%	32
Vittima di violenza familiare o domestica	5%	3%	9
Vittima di altro	2%	1%	3
Vittima di discriminazioni sessuali, razziali, etniche...	1%	2%	4
Vittima di stupro, molestie, violenza sessuale non domestica	0%	1%	2
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>243</b>

**Tabella 17 Persone nelle notizie ritratte come sopravvissute per genere**

	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>Tot. vittime</b>
Sopravvissuto a incidente, povertà, malattia, disastro naturale...	42%	39%	36
Sopravvissuto ad aggressione, rapina, omicidio	29%	27%	25
Sopravvissuto a guerra, terrorismo, violenza di stato	16%	12%	12
Sopravvissuto ad altro	8%	10%	9
Sopravvissuto a violenza familiare o domestica	3%	0%	1
Sopravvissuto a discriminazioni sessuali, razziali, etniche...	3%	6%	4
Sopravvissuto a stupro, molestie, violenza sessuale non domestica	0%	4%	2
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>89</b>

Sproporzioni di genere evidenti emergono dal monitoraggio OERG soltanto per l'Italia che – con l'Inghilterra - è il paese a più alta frequenza di vittime (118) e sopravvissuti (49). Mentre nei TG inglesi le donne vittime sono il 13% del totale vs il 14% gli uomini e le sopravvissute il 9% vs il 4% dei sopravvissuti; nei TG italiani la sproporzione è del 17% di donne rappresentate come vittime vs l'8% degli uomini, 9% di donne sopravvissute contro il 3% degli uomini.

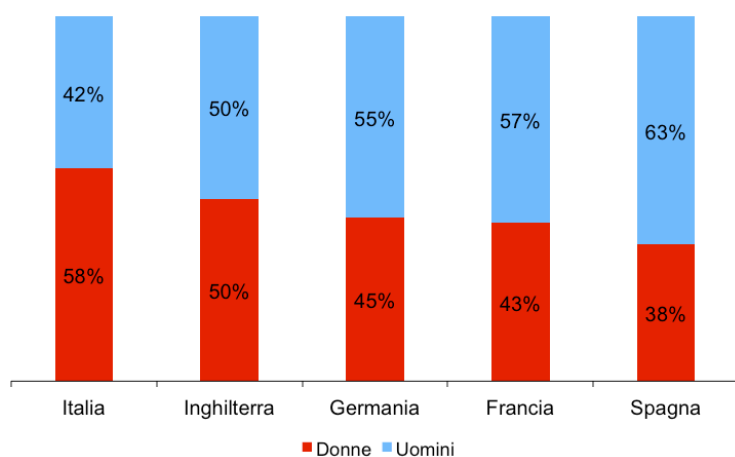
## Chi dà e chi fa le notizie in Europa

### Donne e uomini alla conduzione dei TG

A dispetto di un'informazione TV che riduce sensibilmente la componente femminile dell'umanità che rappresenta, sia dal punto di vista quantitativo sia da quello qualitativo, il monitoraggio OERG 2012 rileva un'ampia visibilità delle donne come professioniste dei media, anzitutto alla conduzione dei notiziari dove mediamente le donne sono il 47% (su un totale di 132).

Come nel 2011, l'Italia è il paese che accorda alle donne la più ampia quota "europea" alla conduzione dei TG (58%), seguita dall'Inghilterra, poi – sotto la media - da Germania, Francia e Spagna. Per quanto riguarda questi ultimi tre occorre precisare che il loro campione comprende 11 e non 12 edizioni di TG, incidendo sulla determinazione delle percentuali di genere, soprattutto in considerazione della base relativamente contenuta (si veda la Tabella 18). Tutti e tre questi paesi nel 2011 registravano percentuali di donne fra i conduttori superiori al 50%, in linea con la media del 52% riportata dal Global Report del GMMP 2010.

**Grafico 10 Distribuzione di genere dei conduttori dei TG per paese**



**Tabella 18 Numero di conduttori dei TG per paese**

Paese	Donne	Uomini	Totale
Francia	10	13	23
Germania	13	16	29
Inghilterra	16	16	32
Italia	14	10	24
Spagna	9	15	24
<b>Totale</b>	<b>62</b>	<b>70</b>	<b>132</b>

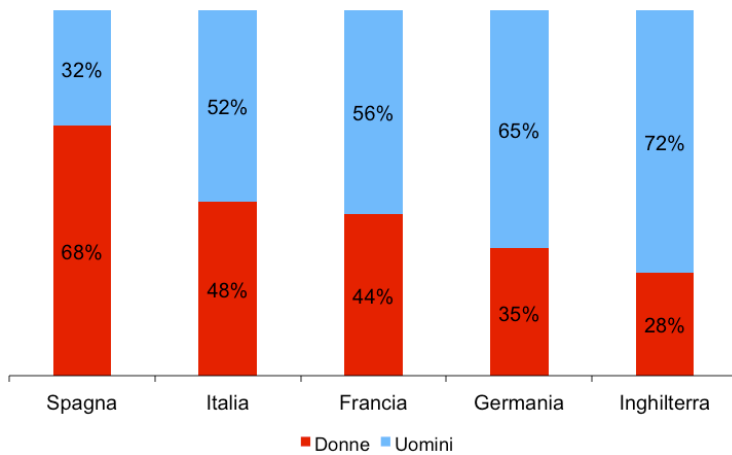
### Visibilità delle giornaliste

Fra gli autori dei servizi, i corrispondenti e gli inviati, le donne sono numerose: 826 su 1699 professionisti rilevati dal monitoraggio, ovvero il 49%. Una media complessiva su cui incide sicuramente l'alto numero di donne nei TG spagnoli, 310 su un totale di 453 giornalisti (il numero di giornalisti più elevato fra i 5 paesi monitorati).

Confrontando fra loro Francia, Germania, Inghilterra, Italia a Spagna, appare evidente che la proporzione di genere è molto variabile da paese a paese: nei TG spagnoli, in quelli italiani e francesi le giornaliste superano la soglia del 40%, raggiungendo quota 68% nel primo caso. Nei TG d'Inghilterra e Germania

invece le percentuali femminili scendono attorno al 30%, registrando il minimo con il 28% dei notiziari tedeschi.

**Grafico 11 Distribuzione di genere dei giornalisti dei TG per paese**



Se il confronto fra paesi è interessante perché consente di valutare a livello trans-nazionale l'accesso delle donne alle professioni dei media, seppure indirettamente, sulla base della loro visibilità TV e non sulla base di dati statistici che misurino la composizione delle redazioni; il confronto fra TG del servizio pubblico e TG trasmessi da TV private è altrettanto interessante. Esso apre infatti margini di riflessione su quanto le strategie di selezione del personale giornalistico siano prevalentemente correlate a fattori culturali nazionali piuttosto che a strategie politiche e/o di mercato. Una più elevata percentuale di donne giornaliste nei TG delle emittenti private (51% vs 46%) induce infatti a ipotizzare che le regole del mercato dell'audience, con cui devono fare i conti soprattutto le TV private, favoriscano le donne nella professione giornalistica (in TV). D'altro canto, la variabilità dei dati per paese evidenzia anche l'incidenza di fattori culturali nazionali.

Come emerge dai risultati riportati nella Tabella 9, le distanze più marcate fra paesi riguardano le percentuali di giornaliste nei notiziari delle emittenti pubbliche: solo il 21% per la britannica BBC One e il 27% per la tedesca Ard a fronte del 73% per la spagnola TVE. Mentre i valori rilevati per le TV private allineano maggiormente i diversi profili nazionali, dimostrando un maggior favore accordato alle donne giornaliste da queste ultime che, in 4 paesi su 5, evidenziano una quota femminile maggiore rispetto a quella delle TV pubbliche. L'unico paese per cui i rapporti sono rovesciati è la Spagna, dove si riscontra, però, la più elevata percentuale "europea" di giornaliste nelle TV private. L'eccezione spagnola è semmai rappresentata dall'elevatissima quota di giornaliste nei notiziari della rete del servizio pubblico TVE: 73%.

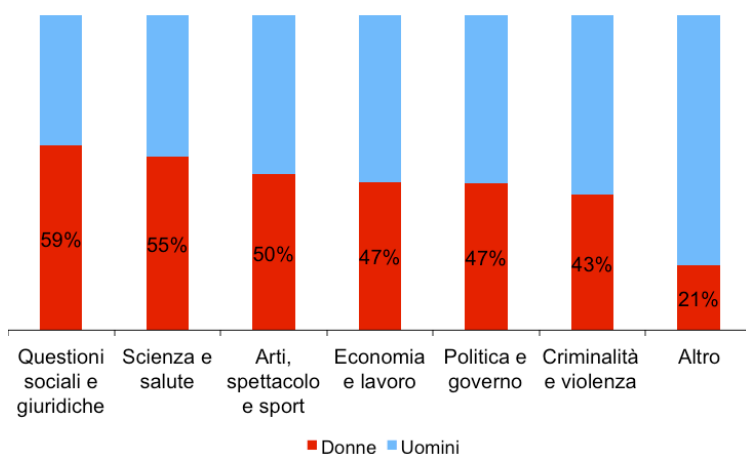
**Tabella 19 Distribuzione di genere dei giornalisti per paese e per proprietà TV**

Paese	TV Pubblica			TV Privata		
	Donne	Uomini	N. totale	Donne	Uomini	N. totale
Francia	41%	59%	189	47%	53%	208
Germania	27%	73%	100	42%	58%	109
Inghilterra	21%	79%	107	38%	62%	88
Italia	45%	55%	251	51%	49%	194
Spagna	73%	27%	222	64%	36%	231

## Notizie femminili e notizie maschili

L'analisi del genere dei giornalisti per i temi delle notizie redatte (Grafico 12) evidenzia una maggior concentrazione delle donne su tre aree tematiche "soft": Questioni sociali e giuridiche, Scienza e salute, Arti, spettacolo e sport. Le stesse per le quali si è riscontrata una maggiore inclusione di donne come fonti di notizie. Le notizie pertinenti questi argomenti sono redatte da donne nel 50% o più dei casi. A conferma della tendenza registrata dal GMMP 2010, secondo la quale le giornaliste sono più attente all'universo femminile, rispetto ai loro colleghi maschi. Per le cosiddette "hard news" di economia, politica e cronaca nera si riscontra invece una maggior concentrazione di giornalisti maschi. Si tratta di un'asimmetria nota ai ricercatori<sup>12</sup> che, in questo caso, assume però proporzioni limitate. Un dato che merita invece una certa attenzione riguarda la bassa percentuale di notizie sportive redatte da giornaliste: 33% vs il 50% registrato per l'intera area tematica Arti, spettacolo e sport.

**Grafico 12 Distribuzione di genere dei giornalisti per tema della notizia**



Il confronto fra paesi illustrato nella Tabella 20 evidenzia qualche discostamento dalla media interessante. I TG tedeschi, per esempio, registrano percentuali di giornaliste superiori alla media paese nelle notizie di Economia e lavoro e Politica e governo (rispettivamente 44% e 39% vs una media paese del 35%), quelli italiani nelle notizie di Economia e lavoro (nel 52% dei casi redatte da donne, vs una media paese del 48%).

**Tabella 20 Donne giornaliste per tema della notizia e per paese**

Tema della notizia	Francia		Germania		Inghilterra		Italia		Spagna	
	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.
Politica e governo	36%	36	39%	36	27%	22	40%	52	69%	62
Economia e lavoro	39%	92	44%	43	28%	32	52%	94	61%	74
Scienza e salute	46%	72	59%	22	33%	12	67%	48	63%	43
Questioni sociali e giuridiche	57%	72	31%	26	55%	33	48%	52	78%	78
Criminalità e violenza	35%	79	41%	44	18%	40	41%	130	64%	99
Arti, spettacolo e sport	56%	45	5%	20	20%	46	45%	66	74%	95
Altro	0%	1	0%	18	20%	10	67%	3	50%	2

<sup>12</sup> Cfr. GMMP 2005

## Generi e generazioni di giornalisti

La rilevazione dell'età dei giornalisti è un processo piuttosto soggettivo, basandosi sull'interpretazione dell'analista del TG, e limitato ai casi in cui autori di servizio, corrispondenti o inviati compaiono in video. La metodologia utilizzata esclude infatti la possibilità di basare la rilevazione sull'audio, in assenza di un elemento iconografico (video o fotografia). Tuttavia l'età è un indicatore utile per valutare la visibilità dei giornalisti e delle giornaliste in TV e anche la frequenza dei casi per cui l'età non è stimabile è un risultato interessante.

Su un totale di 1699 giornalisti è stato possibile codificare l'età in 645 casi, di cui 284 femminili e 361 maschili. Considerando che il numero complessivo delle giornaliste è 826 e quello dei colleghi maschi 873, la percentuale di giornaliste classificate per età è inferiore a quella dei colleghi maschi: 34% vs 41%. Questo significa che le donne sono meno presenti in video (o in fotografia) degli uomini. In particolare, come emerge dalla Tabella 21, sono le giornaliste più anziane a essere poco visibili: 17% vs l'83% degli uomini. Una percentuale nettamente inferiore a quella accordata alla generazione delle più giovani, pari al 67%, un valore che bilancia solo parzialmente lo scarto di genere fra gli over 50. Poiché nel complesso le donne rappresentano il 49% dei giornalisti, dovremmo attenderci la medesima percentuale in tutte le fasce di età - invece solo la fascia intermedia (età compresa fra i 35 e i 49 anni) registra una simile proporzione di genere, con il 48% di donne - oppure un ri-equilibrio nel calcolo della media fra fasce diverse, il che non avviene - la media fra donne giovani e donne anziane è infatti pari al 42%.

**Tabella 21 Distribuzione di genere dei giornalisti per età**

Età dei giornalisti	Donne	Uomini	Tot. giornalisti
19-34 anni	67%	33%	92
35-49 anni	48%	52%	414
50 anni o più	17%	83%	139

La comparazione fra i 5 paesi monitorati conferma una maggiore visibilità di giornaliste giovani a discapito di una scarsa rappresentazione delle più anziane, in 4 casi su 5. Addirittura nei TG tedeschi la percentuale di giornaliste over 50 è pari allo 0%. A distinguersi, anche in questo caso, è la Spagna, dove fra gli over 50 le donne sono il 57%.

**Tabella 22 Distribuzione di genere dei giornalisti per età e per paese**

Età dei giornalisti	Francia		Germania		Inghilterra		Italia		Spagna	
	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.	Donne	Tot.
19-34 anni	30%	27	50%	2	54%	13	60%	5	96%	45
35-49 anni	42%	62	41%	32	33%	109	44%	78	67%	133
50 anni o più	13%	30	0%	17	9%	44	19%	27	57%	21



## Dentro le notizie

### Centralità femminile

I risultati sopra esposti e pertinenti alle persone citate e/o intervistate dimostrano quanto e come le donne siano “mal ridotte” nell’informazione nei TG europei monitorati: numericamente inferiori agli uomini rappresentano uno spaccato molto limitato dell’universo femminile che pensa e agisce fuori dallo schermo. Per valutare lo scarto fra le donne reali e la loro rappresentazione televisiva, oltre l’analisi delle persone nelle notizie, si è cercato di comprendere se i telegiornali diano loro una visibilità di altro tipo, mettendo in agenda notizie pertinenti le donne come gruppo sociale – dando rilevanza a qualche questione di genere - oppure notizie di eventi in cui le donne, anche se non necessariamente numerose, rivestano un ruolo centrale, da personaggio principale. Su 1949 notizie registrate soltanto 75 sono state codificate come “a centralità femminile”, il 4% del campione complessivo, in diminuzione rispetto all’8% registrato nel 2011.

Fra i 5 paesi monitorati è l’Italia a registrare il più elevato numero di notizie con al centro una donna o un gruppo di donne, seguita da Francia, Spagna, Germania e Inghilterra.

**Tabella 23 Notizie a centralità femminile per paese**

	Francia	Germania	Inghilterra	Italia	Spagna	Totale
Notizie a centralità femminile	16	13	9	23	14	75
Totale notizie	389	238	234	471	617	1949

Quanto alle tematiche, sono le Questioni sociali e giuridiche a contare il più elevato numero di notizie focalizzate sulle donne, seguite dalle notizie di Arti, spettacolo e sport e poi da quelle di Criminalità e violenza, 12 delle quali trasmesse dai TG italiani, unico caso di concentrazione significativa di questo tipo di notizia, per il resto distribuite in modo omogeneo fra paesi.

**Tabella 24 Notizie a centralità femminile per tema della notizia**

Tema della notizia	Notizie a centralità femminile
Questioni sociali e giuridiche	20
Arti, spettacolo e sport	19
Criminalità e violenza	16
Politica e governo	7
Economia e lavoro	5
Scienza e salute	4
Altro	4

Nella maggior parte dei casi, sono le giornaliste a dare più centralità alle donne. Le notizie a centralità femminile sono redatte nel 55,5% dei casi da donne, vs il 44,5% degli uomini. Si tratta di una tendenza già rilevata nel GMMP 2010, sia a livello nazionale – per l’Italia – sia a livello internazionale.

### Uguaglianza/disuguaglianza di genere

Le questioni pertinenti l’uguaglianza o la disuguaglianza di genere ricevono di norma una scarsa attenzione nell’informazione dei TG, nonostante non manchino ormai a livello globale, per ogni settore, dati e

statistiche di genere, utili ad approfondire l'apporto specifico che le donne possono dare al progresso delle società in cui vivono. L'ultimo rapporto del GMMP, segnava una crescita dal 4% del 2005 al 6% del 2010. Il monitoraggio OERG 2012 registra soltanto 14 notizie, meno dell'1% di questo tipo: 5 nei TG tedeschi, 3 in quelli inglesi, italiani e spagnoli, nessuna per i TG francesi. Si tratta di notizie pertinenti diversi argomenti: 5 notizie di religione, 3 di giustizia, 2 di politica nazionale, 1 pertinente la partecipazione delle donne nel processo economico, 1 sui diritti umani, 1 relativa ai mass media e 1 sulla violenza contro le donne.

### *Stereotipi di genere*

Per quanto riguarda la trasmissione degli stereotipi di genere, la metodologia del GMMP prevede una classificazione in “notizie che non sfidano certamente gli stereotipi di genere” (dunque in qualche modo li rafforzano<sup>13</sup>, anche se indirettamente), “notizie che sfidano gli stereotipi di genere” e “notizie che non veicolano e non sfidano gli stereotipi di genere”. Si tratta di una classificazione che presenta un certo margine di interpretazione, in particolare per quanto riguarda le notizie che non sfidano certo gli stereotipi, perché in molti casi questi ultimi sono veicolati indirettamente e in modo sottile. Per esempio, un servizio pertinente l'attività di politica di un paese, in cui sono ritratti solo uomini, dove si parla solo di uomini e dove vengono intervistati solo uomini si può considerare stereotipata, perché ormai in tutto il mondo le donne partecipano alla vita politica del proprio paese, sebbene in misura e a livelli differenti da paese a paese. D'altro canto è difficile valutare se un simile servizio possa essere costruito diversamente, riferendosi magari a un evento politico specifico, dove tutti i protagonisti erano effettivamente uomini – il che avviene di frequente, dato che in molti casi la maggioranza dei politici e dei vertici della politica è ancora appannaggio degli uomini.

Nel monitoraggio OERG si è preferito un'interpretazione a maglie strette della categoria “notizie che non sfidano certamente gli stereotipi di genere”, includendovi soltanto quelle palesemente stereotipate, in modo da avere una rilevazione omogenea fra gli analisti e un'interpretazione chiara dei contenuti a cui si riferisce. D'altro canto gli stereotipi veicolati indirettamente e sottilmente dall'informazione emergono in maniera chiara e distinta da tutte le asimmetrie di genere nei risultati più sopra analizzati.

Ciò premesso, il monitoraggio dei 5 paesi analizzati ha riscontrato 5 casi di notizie palesemente stereotipate: 3 nei TG italiani di Canale 5, 1 nel TG tedesco di Ard e 1 nel TG inglese di ITV 1. In compenso sono state contate 11 notizie contenenti sfide palesi agli stereotipi sessisti: 5 nei TG italiani (4 Rai 1 e 1 Canale 5), 2 della TV privata tedesca RTL, 2 nei TG inglesi (1 BBC One e 1 ITV1), 1 nei notiziari di France 2 e 1 nei TG della spagnola TVE.

---

<sup>13</sup> Nelle edizioni del GMMP precedenti al 2010 si sono rilevate le notizie veicolanti “palesemente stereotipi di genere”, dal 2010 questa definizione è stata modificata, cambiando l'approccio in direzione di una più ampia inclusione di notizie stereotipate, anche in maniera sottile, implicita, non soltanto in modo chiaro ed evidente