



TV LOCALE E RAPPRESENTAZIONE DI GENERE.

Rappresentanza e rappresentazione femminile nei telegiornali di cinque emittenti toscane.

di Monia Azzalini

INDICE

INTRODUZIONE	5
<i>Premessa</i>	5
<i>Il progetto di ricerca</i>	7
<i>Obiettivi</i>	7
<i>Corpus di analisi</i>	8
<i>Metodologia</i>	9
<i>Descrizione del campione registrato</i>	9
PRINCIPALI RISULTATI	11
UN GIORNO D'INFORMAZIONE TOSCANA	13
<i>Le notizie del 22 febbraio 2007</i>	13
<i>L'agenda dei telegiornali</i>	13
<i>Il contesto delle notizie</i>	15
CHI FA NOTIZIA	19
<i>La visibilità femminile nei telegiornali</i>	19
<i>Notizie femminili e notizie maschili</i>	22
<i>Contesti diversi</i>	24
<i>Professioni e posizioni sociali</i>	26
<i>Funzioni diverse</i>	27
<i>Relazioni familiari</i>	29
<i>Vittime e sopravvissuti</i>	30
CHI FA LA NOTIZIA	33
<i>Visibilità di giornaliste e giornalisti</i>	33
<i>Agende femminili e agende maschili</i>	36
DENTRO LA NOTIZIA	39
<i>Centralità femminile</i>	39
<i>Stereotipi di genere</i>	40
CONCLUSIONI	43
BIBLIOGRAFIA	47
ALLEGATO – METODOLOGIA E SCHEDA DI ANALISI DEI TELEGIORNALI	51

INDICE DEI GRAFICI

Grafico 1 Area tematica delle notizie	14
Grafico 2 Area tematica delle notizie per rete	15
Grafico 3 Contesto delle notizie	16
Grafico 4 Contesto delle notizie per rete	16
Grafico 5 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere	19
Grafico 6 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere e per rete	21
Grafico 7 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere e per argomento	23
Grafico 8 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere, per argomento e per rete	24
Grafico 9 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere e per contesto	25
Grafico 10 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere, per contesto e per rete	25
Grafico 11 Soggetti nelle notizie: distribuzione delle funzioni per genere	28
Grafico 12 Soggetti nelle notizie: distribuzione delle funzioni per genere e per rete	29
Grafico 13 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritte/i sulla base di relazioni familiari	30
Grafico 14 Soggetti nelle notizie: vittime e sopravvissuti	31
Grafico 15 Conduatrici/ori dei telegiornali: distribuzione per genere	33
Grafico 16 Corrispondenti nei telegiornali: distribuzione per genere	34
Grafico 17 Corrispondenti nei telegiornali: distribuzione per genere e per rete	36
Grafico 18 Corrispondenti: distribuzione degli argomenti per genere	37
Grafico 19 Centralità femminile nelle notizie	39
Grafico 20 Stereotipi di genere nelle notizie	41

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1 Descrizione del campione: numero dei telegiornali	9
Tabella 2 Descrizione del campione: numero delle notizie	10
Tabella 3 Descrizione del campione: numero dei soggetti	10
Tabella 4 Descrizione del campione: numero dei giornalisti (conduttori esclusi)	10
Tabella 5 Soggetti nelle notizie: distribuzione delle professioni/posizioni sociali per genere	27
Tabella 6 Conduatrici/ori dei telegiornali: distribuzione per genere per rete	35

INTRODUZIONE

Premessa

La questione della rappresentanza e della rappresentazione di genere nei telegiornali costituisce un argomento di ricerca molto attuale; ascrivibile alla più ampia area d'indagine sul rapporto fra donne e media¹, su cui, già a partire dagli anni Sessanta, nel mondo anglosassone, si è concentrata l'attenzione di studiose, ricercatrici, professioniste, donne e movimenti femministi, ha di recente sollevato l'interesse di enti, amministrazioni e istituzioni pubbliche a vari livelli. Il progresso e la rapida diffusione dei mezzi di comunicazione di massa in tutti i paesi del mondo sono stati accompagnati dallo sviluppo di una coscienza critica sulla loro rilevanza per il raggiungimento delle pari opportunità fra donna e uomo, tanto che i lavori della IV Conferenza mondiale sulle donne, tenutasi a Pechino nel 1995, si sono conclusi con una piattaforma di azione² che stabilisce fra i suoi obiettivi strategici di "accrescere la partecipazione delle donne e permettere loro di esprimersi e accedere ai processi decisionali nei media" e di "promuovere un'immagine equilibrata e non stereotipata delle donne nei mass media". Con la Risoluzione del 5 ottobre 1995³, l'Unione Europea ha fatto propri e dei suoi stati membri questi obiettivi e da allora le diverse istituzioni europee hanno rivolto numerosi richiami formali alla comunicazione di un'immagine rispettosa e dignitosa della donna e, più in generale, a una società dei media e dell'informazione che non escluda le donne e anzi ne promuova e sostenga diritti, rappresentazione, visibilità e rispetto. In Italia, le normative europee relative all'audiovisivo, in particolare le direttive sulla *Televisione senza frontiere*⁴,

¹ Cfr OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne e media. Principali aree di ricerca e di riflessione sul tema del Gender*, http://www.osservatorio.it/cont/gender/cont_gender.php; SAVERIA CAPECCHI, *Identità di genere e media*, Le Bussole, Carocci, Roma 2006

² Cfr *Platform for Action and the Beijing Declaration: Fourth World Conference on Women, Beijing, China*, United Nations publication, New York 1996, Sales No. DPI1766, fonte <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm>

³ Risoluzione del Consiglio (dell'Unione Europea) e dei Rappresentanti dei governi degli stati membri 95/C/296/06 del 5 ottobre 1995 concernente l'immagine dell'uomo e della donna nella pubblicità e nei mezzi di comunicazione, Gazzetta ufficiale dell'UE n. C 296 del 10/11/1995 pag. 0015 – 0016, consultabile su [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:41995X1110\(01\):IT:HTML](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:41995X1110(01):IT:HTML)

⁴ *Televisione Senza Frontiere*, Direttiva 97/36/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 30 giugno 1997 che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio, Gazzetta ufficiale dell'UE n. L 202 del 30/07/1997 pp. 0060 – 0070 (fonte <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997L0036:IT:HTML>); *Televisione Senza Frontiere*, Direttiva 89/552/EECC del Consiglio dell'Unione Europea e dei Rappresentanti dei governi degli stati membri (fonte <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:IT:HTML>)

che invitano a non trasmettere contenuti discriminanti sulla base del sesso, sono state recepite dal *Testo unico della radiotelevisione*⁵, soprattutto come forma di tutela dei minori, preoccupazione alla base anche del documento⁶ del Comitato TV e minori, che invita esplicitamente le emittenti a una rappresentazione televisiva rispettosa della dignità femminile, pena il rischio di fornire alle nuove generazioni modelli femminili negativi e pericolosi per un loro equilibrato sviluppo. Ispirati invece ai principi del pluralismo politico sono i documenti prodotti dalla Commissione parlamentare di vigilanza della Rai, che nel 1997 ha emanato un *Atto di indirizzo sulle pari opportunità nei mass media*⁷ e un *Atto di indirizzo sul pluralismo nel servizio pubblico radiotelevisivo*⁸. A questi indirizzi fondamentali, che declinano il pluralismo nel senso del genere donna-uomo, sono ispirate le successive disposizioni in materia di pluralismo politico relative sia ai periodi non elettorali, sia ai periodi di campagna elettorale o referendaria, di volta in volta oggetto di direttive specifiche. Purtroppo, si tratta di normative che vincolano – in ottemperanza alla potestà della Commissione sulla Rai, stabilita *ex lege* 14 aprile 1975, n. 103 – solo il *network* radiotelevisivo pubblico. Un'equilibrata rappresentazione di genere costituisce comunque un dovere almeno morale anche per tutte le emittenti private, specialmente nell'ambito dell'informazione, il cui scopo è di raccontare quello che accade nella vita sociale, politica, economica, culturale di un paese. Una testata giornalistica che includa le donne sia a livello professionale, sia a livello rappresentativo, che, nel raccontare gli eventi che ritiene più interessanti e significativi, tracci profili femminili positivi, mostrando tutta l'attuale complessità del mondo delle donne, soddisfa, anzitutto, l'ambizione alla verità che essa si propone (e che il pubblico si attende). Un'informazione che, di più, proponga modelli di genere migliorativi della realtà, che sfidi gli stereotipi culturali recalcitranti potrebbe concorrere a costruire un terreno fertile per il superamento dei numerosi ostacoli che, di fatto, ancora limitano la parità fra i sessi, per il potere che i mass media hanno di "svolgere un ruolo fondamentale nel mutamento sociale e culturale e, in particolare, nei processi di modernizzazione, non soltanto perché diffondono informazioni e conoscenze, ma anche perché intervengono a determinare il livello di integrazione comunque necessario in ogni fase di sviluppo"⁹.

⁵ Decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177, Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 208 del 7 settembre 2005 - Supplemento Ordinario n. 150, consultabile su http://www.agcom.it/L_naz/dl177_05.htm

⁶ Fonte http://www.agcom.it/cnu/comitato_tv_minori/donna_in_tv.pdf

⁷ Atto di indirizzo sulle "pari opportunità" nei mass media, approvato dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi il 30 luglio 1997, fonte http://www.camera.it/_bicamerali/rai/attiprov/i970730.htm

⁸ Atto di indirizzo sul pluralismo nel servizio pubblico radiotelevisivo, approvato dalla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi il 13 febbraio 1997, fonte http://www.camera.it/_bicamerali/rai/attiprov/i970213.htm

⁹ Così G. Losito nel ricostruire la posizione di alcuni studiosi e intellettuali sul potere dei media, GIANNI LOSITO, // *potere dei media*, Prima edizione, La Nuova Italia Scientifica, Roma 1994, Seconda Edizione, Carocci, Roma 1998, p. 25

Il progetto di ricerca

La ricerca realizzata per conto del Co.Re.Com. e della Commissione regionale Pari opportunità della Toscana si colloca in questo quadro teorico e normativo e rappresenta un'integrazione e un aggiornamento di precedenti indagini promosse dagli stessi enti regionali, nell'ultimo decennio¹⁰. Su proposta dell'Osservatorio di Pavia, si è sottoposta l'informazione televisiva toscana a un modello di ricerca internazionale, quello del *Global Media Monitoring Project*¹¹ che, essendo focalizzato su un *format standard* come quello dei notiziari, consente un'indagine strutturata, di tipo quantitativo, efficace nel comprendere il grado e la modalità di inclusione/esclusione delle donne negli spazi dell'informazione dei telegiornali, il livello di attenzione alle tematiche di genere e alle donne, la presenza/assenza di eventuali stereotipi. Inoltre, poiché il *GMMP* è stato realizzato in tre periodi diversi, 1995, 2000 e 2005, sulle *news* di ben 76 paesi al mondo e, di recente, è stato applicato all'analisi di un campione di televisioni lombarde¹² e di sei regioni italiane¹³, i risultati ottenuti nel corso di questa indagine possono essere confrontati con quelli emersi su scala globale, nazionale o locale, allo scopo di fare emergere tendenze, caratteristiche, meccanismi dell'informazione che favoriscono o sfavoriscono una cultura di genere.

Obiettivi

La ricerca, sulla base del modello del *GMMP*, si è posta lo scopo di indagare tre diverse aree della rappresentazione di genere nei telegiornali, nel corso di una giornata campione:

- chi fa notizia (l'inclusione/esclusione femminile e maschile nelle notizie dei telegiornali),
- chi fa le notizie (la visibilità di giornaliste e giornalisti nei notiziari),

¹⁰ SAVERIA CAPECCHI, *La rappresentazione femminile nell'informazione dell'emittenza televisiva regionale/locale toscana*. Seconda fase Progetto Studio Duo "Nuove professionalità e nuova occupazione nel campo televisivo: la valorizzazione delle differenze di genere", Roma, maggio 2001; LAURA D'ETTOLE E LAURA SOLITO, *La presenza femminile nel mondo dell'emittenza locale in Toscana*, Regione Toscana, Consiglio Regionale e Comitato Radiotelevisivo, 1999

¹¹ Promosso dalla *World Association for Christian Communication (WACC)*, il progetto è stato realizzato per la prima volta nel 1995 e, successivamente, nel 2000 e 2005; l'ultima edizione ha coinvolto 76 paesi rappresentanti delle diverse aree geografiche del mondo: Europa, Africa, Asia, Oceania, America del nord, America latina. In Italia, nel 2005, il progetto è stato realizzato da un *network*, coordinato dalla professoressa Claudia Padovani, fra l'Osservatorio di Pavia, le Università di Padova e di Torino, l'associazione Ancorpari e la ONG COSPE, che hanno realizzato un'analisi della rappresentazione di genere nei media tradizionali (radio, stampa e TV) nel corso di una giornata campione (il 16 febbraio 2005) e divulgato i risultati della ricerca con la pubblicazione del rapporto (http://www.osservatorio.it/download/Rapporto_Italia.pdf e MONIA AZZALINI, "Chi fa notizia? Il rapporto Italia *GMMP* 2005", in SAVERIA CAPECCHI (a cura di), *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, numero monografico su *Donne e Media*, Anno XXXV, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 13–23) e la presentazione dello stesso nel corso di dibattiti e convegni. Tutte le informazioni relative al *GMMP* – compresi i risultati a livello internazionale, del 1995, del 2000 e del 2005 – sono reperibili sul sito <http://www.whomakesthenews.org>

¹² OSSERVATORIO DI PAVIA PER CO.RE.COM. LOMBARDIA, *TV locale e rappresentazione di genere. La rappresentazione femminile nelle emittenti televisive lombarde* (in corso di pubblicazione)

¹³ MONIA AZZALINI, *TV locale e rappresentazione di genere. Rappresentanza e rappresentazione femminile nei telegiornali di sei regioni italiane*, Osservatorio di Pavia, Multimedia Cardano, Pavia 2007

- se e quanto le notizie sono *gender oriented* (centralità femminile, trattazione diretta di tematiche inerenti l'uguaglianza/disuguaglianza fra donna e uomo, presenza di stereotipi di genere).

Nell'analisi dei dati, si è optato per una prospettiva comparativa, di paragone fra donne e uomini, piuttosto che esclusivamente femminile, in primo luogo, perché il potenziale euristico del confronto è certamente maggiore rispetto a quello di un'indagine unilaterale, in secondo luogo, perché è da questa prospettiva che si può meglio sostenere – a livello teorico – il più attuale discorso del riequilibrio di genere – come verrà spiegato meglio in seguito.

Corpus di analisi

L'indagine è stata svolta su un campione di telegiornali trasmessi da cinque emittenti diffuse sul territorio della regione Toscana, Canale 10, Canale 50, Italia 7, RTV 38, Toscana TV, il 22 febbraio 2007, nella fascia oraria diurna e compresa fra le ore 8:00 e le ore 24:00.

Le emittenti locali sono state scelte su indicazione del Co.Re.Com. della Toscana come rispondenti ai seguenti criteri:

1. che avessero almeno un notiziario quotidiano, essendo obiettivo della ricerca l'analisi dei telegiornali durante una giornata campione;
2. che fossero tra quelle che ricevono contributi pubblici sulla base della legge 448/98 e s.m.i.: sebbene non vi siano normative che vincolano la concessione dei contributi alla qualità dei programmi trasmessi, le televisioni che godono di tale beneficio dovrebbero rendere conto, quantomeno a livello morale, delle loro trasmissioni ai cittadini, che – per mediazione dello stato – le finanziano;
3. soddisfatte queste premesse, si è optato per le reti con l'*audience* e la copertura territoriale più ampie;
4. sono poi state scelte reti con più edizioni diverse di notiziari, in modo da avere un campione più ampio su cui lavorare, privilegiando quelle con una più lunga e solida vocazione all'informazione,
5. si sono escluse eventuali emittenti che trasmettono telegiornali uguali a quelli trasmessi da altre già scelte – cosa che può succedere nel caso in cui due o più televisioni abbiano il medesimo editore.

Per ogni emittente sono stati analizzati tutti i notiziari locali trasmessi nella fascia oraria prescelta, anche in forma di replica; sono stati invece scartati i telegiornali a carattere nazionale trasmessi da alcune emittenti: telegiornali dell'eventuale circuito di aderenza, oppure telegiornali evidentemente realizzati da agenzie esterne e non autoprodotti.

Il 22 febbraio 2007 è stato scelto casualmente come rappresentativo di una "normale" giornata di trasmissione televisiva.

Metodologia

La metodologia di ricerca applicata è l'analisi del contenuto quantitativa, condotta secondo una prospettiva di genere in grado di comparare la rappresentazione televisiva femminile con quella maschile. Per la raccolta dei dati è stata utilizzata la scheda di rilevazione del *GMMP*, strutturata come un questionario contenente domande e risposte a voci chiuse, ovvero una serie di risposte possibili predeterminate e precodificate. Rispetto alla scheda originale sono state introdotte alcune modifiche che tengono conto delle caratteristiche dell'informazione locale¹⁴. La scheda prevedeva anche una parte di "commenti e note", predisposta per raccogliere eventuali informazioni di tipo qualitativo utili a interpretare alcuni risultati della ricerca. A queste annotazioni si è attinto per la ricostruzione dell'agenda dei telegiornali il 22 febbraio 2007 e per l'esemplificazione di notizie veicolanti stereotipi, nel paragrafo a essi relativo. I dati raccolti sono stati registrati in un *database* elettronico, elaborati con un *software* di calcolo e, infine, sintetizzati in tabelle e grafici. In allegato si riportano la metodologia di ricerca e la scheda di analisi dei TG¹⁵ – sotto forma di guida per l'analista.

Descrizione del campione registrato

L'applicazione dei criteri di selezione del materiale d'analisi e della metodologia sopra esposti ha restituito un campione di dati descritto dettagliatamente nelle tabelle seguenti.

Tabella 1 Descrizione del campione: numero dei telegiornali

Rete	Telegiornali
Canale 10	5
Canale 50	10
Italia 7	1
RTV 38	3
Toscana TV	11
Totale	30

¹⁴ Rispetto alla metodologia originale del *GMMP*, sono state modificate le modalità della variabile "contesto", che, essendo predisposte per la rilevazione di notizie trasmesse da telegiornali nazionali, erano troppo generiche per la classificazione di notizie locali; inoltre, è stato cambiato il criterio di rilevazione dei "soggetti" nelle notizie: oltre alle persone intervistate, sono state classificate tutte le persone di cui la notizia parlava, anche quelle con un ruolo marginale e non solo le persone su cui verteva la notizia, per cui i soggetti con la funzione di "protagonisti" sono sia gli effettivi protagonisti della notizia, sia i co-protagonisti, sia tutti gli eventuali soggetti citati nella notizia. Quest'ultima modifica è stata introdotta allo scopo di avere un campione di soggetti il più ampio possibile, anche in considerazione del fatto che i TG locali in molti casi forniscono notizie molto scarse

¹⁵ *Infra*, Allegato: metodologia e scheda di analisi dei telegiornali

Tabella 2 Descrizione del campione: numero delle notizie

Rete	Notizie
Canale 10	64
Canale 50	98
Italia 7	16
RTV 38	39
Toscana TV	62
Totale	279

Tabella 3 Descrizione del campione: numero dei soggetti

Rete	Soggetti
Canale 10	91
Canale 50	232
Italia 7	38
RTV 38	99
Toscana TV	87
Totale	547

Tabella 4 Descrizione del campione: numero dei giornalisti (conduttori esclusi)

Rete	Giornalisti
Canale 10	42
Canale 50	94
Italia 7	20
RTV 38	35
Toscana TV	56
Totale	247

PRINCIPALI RISULTATI

UN GIORNO D'INFORMAZIONE TOSCANA

Le notizie del 22 febbraio 2007

L'informazione toscana del 22 febbraio 2007 è stata segnata da un evento predominante, che è entrato nell'agenda di tutti i telegiornali analizzati, sebbene con priorità diverse a seconda della testata giornalistica: il caso di trapianti infetti da HIV a causa della trascrizione errata di analisi da parte di una biologa, all'ospedale Careggi di Firenze. Evento che ha generato una serie di notizie varie e diversamente articolate: la cronistoria del fatto, la successiva reazione della biologa responsabile dell'errore di trascrizione – che scrive una lettera ai pazienti –, la presa di posizione dei politici e delle istituzioni – che annunciano un risarcimento danni –, le interviste agli esperti – che spiegano le conseguenze possibili per i pazienti trapiantati.

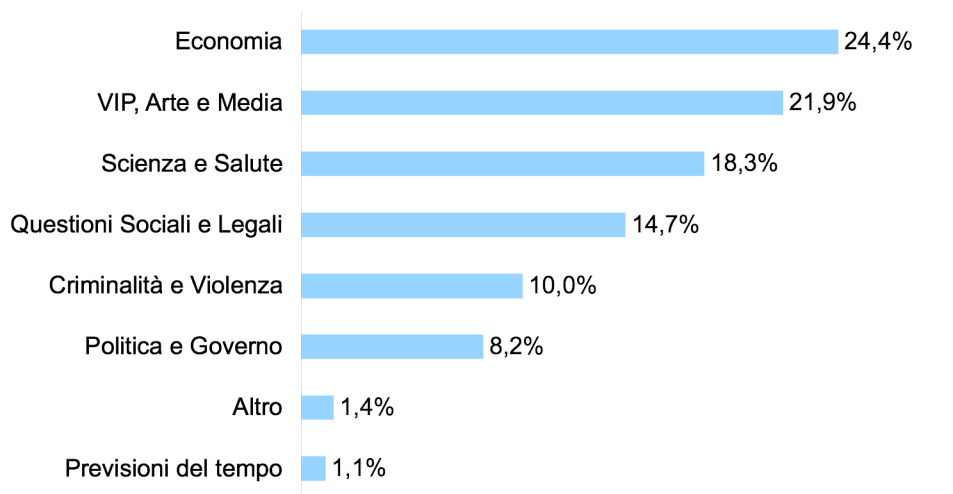
Gli altri eventi che hanno superato la soglia della notiziabilità in tutte le cinque testate giornalistiche sono di seguito elencati, in ordine di rilevanza:

- il largo uso di cocaina svelato a Firenze dalle analisi delle acque nere
- i lavori per la messa a norma dello stadio Franchi di Firenze
- il ricovero di 5 alunni di una scuola elementare colpiti da un improvviso malore
- l'accordo raggiunto a Roma, fra il presidente della regione Martini e il ministro Di Pietro, per la realizzazione del corridoio tirrenico
- la crisi del governo Prodi.

L'agenda dei telegiornali

Oltre alla rilevazione delle notizie specifiche trasmesse da tutti i telegiornali analizzati, si è ricostruita l'agenda degli stessi per aree tematiche, allo scopo di fornire un profilo dell'informazione sintetico e funzionale all'interpretazione dei risultati relativi alla rappresentazione di genere.

Grafico 1 Area tematica delle notizie



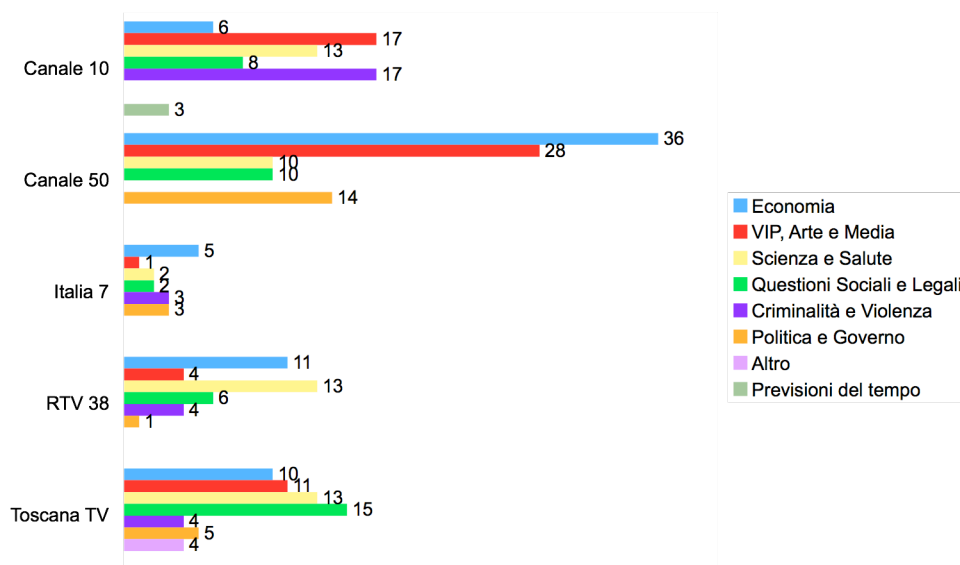
Base: 279 notizie

Il tema più frequente nell'agenda toscana del 22 febbraio 2007 è l'economia, che raggruppa notizie diverse fra loro¹⁶ e che, predominando nei telegiornali di Canale 50, l'emittente con il più alto numero di telegiornali, risulta la più ponderosa sul campione complessivo (*infra*, grafico 2). Seguono le *news* su "VIP, arte e media", che registrano un valore percentuale alto, in ragione soprattutto dell'informazione sportiva (12,5% delle notizie complessive), in particolare sul calcio, che trova ampio spazio in tutti i telegiornali analizzati, sia in relazione alla vicenda della messa a norma dello stadio Franchi di Firenze, sia per la cronaca calcistica sulle principali squadre toscane. La terza categoria tematica, per frequenza delle notizie, è "scienza e salute", che include sia la vicenda dei trapianti infettati, sia la cronaca sul largo uso di cocaina da parte dei fiorentini svelato dall'analisi delle acque nere, evento declinato ora in senso medico-sanitario, ora in senso sociale. In quest'ultimo caso, le notizie sono state classificate nella categoria "questioni sociali e legali", che presenta un valore percentuale rilevante anche in ragione di una buona attenzione verso argomenti di "educazione, istruzione..." (7,9% delle notizie complessive). Infine, occorre precisare che le notizie di politica ("politica interna", "politica estera e internazionale", "difesa, ordine, sicurezza"), che nel complesso registrano una percentuale bassa, sono prevalentemente notizie di politica interna (7,2% delle notizie complessive) e includono solo *political issue* – ovvero il dibattito politico a livello di confronto tra gli schieramenti, di comunicazione di valori, idee e intenzioni – e non *policy issue* – ovvero tematiche di governo, di pratica politica –, declinate secondo i diversi ambiti di riferimento.

¹⁶ "Trasporti, traffico, strade.." 6,1%, "Lavoro, scioperi, sindacati..." 4,7%, "Politica economica, strategie, modelli..." 3,9%, "Welfare, povertà, politiche sulla casa ..." 3,9%, "Economia agricola, agricoltura ..." 3,6%, Statistiche economiche, business, commercio ...1,8%, Altre notizie di economia 0,4%

Poiché il campione complessivo non rende conto delle differenze fra le diverse testate giornalistiche, si riporta di seguito il grafico con la distribuzione delle tematiche delle notizie, rete per rete.

Grafico 2 Area tematica delle notizie per rete

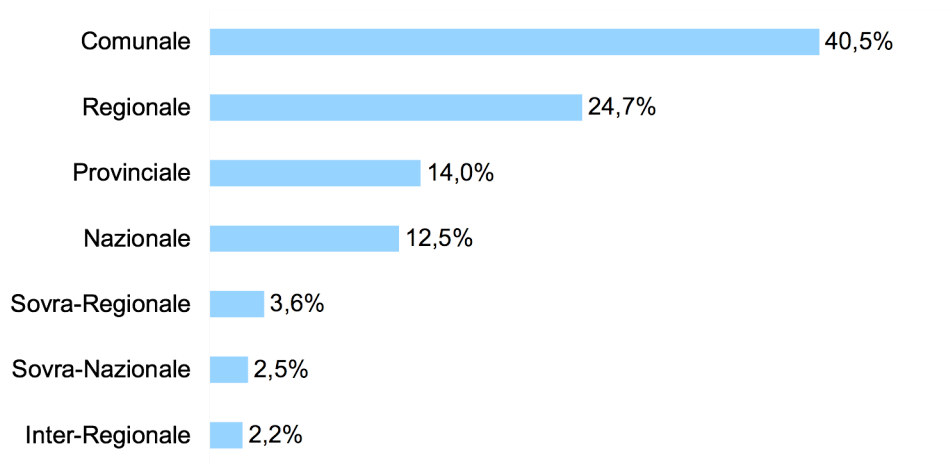


Come risulta evidente, Canale 50 è l'emittente che prevale per numero delle notizie su tutto il campione (98), influenzando – come più sopra sottolineato – il risultato complessivo. Italia 7 è invece l'emittente che, con un telegiornale, registrando nel complesso solo 16 notizie, pesa meno delle altre sul dato generale. Risulta poi altrettanto evidente che l'articolazione interna delle tematiche varia da emittente emittente: anzitutto non tutti i telegiornali coprono tutte le aree tematiche, Canale 10 è l'unica rete che registra uno spazio dedicato alle previsioni del tempo e che non ha notizie di politica, Canale 50 non ha notizie di criminalità e violenza. In termini di spazio: l'economia è preponderante nei notiziari di Canale 50 e di Italia 7, le notizie su VIP, arte e media prevalgono nei TG di Canale 10, in ugual misura alle notizie di criminalità e violenza, "scienza e salute" è la principale area tematica di RTV 38, le questioni sociali e legali prevalgono, infine, nell'agenda di Toscana TV.

Il contesto delle notizie

Per completare il quadro dell'informazione in cui si inscrivono i risultati sulla rappresentazione di genere, si riportano anche i dati relativi ai contesti delle notizie analizzate.

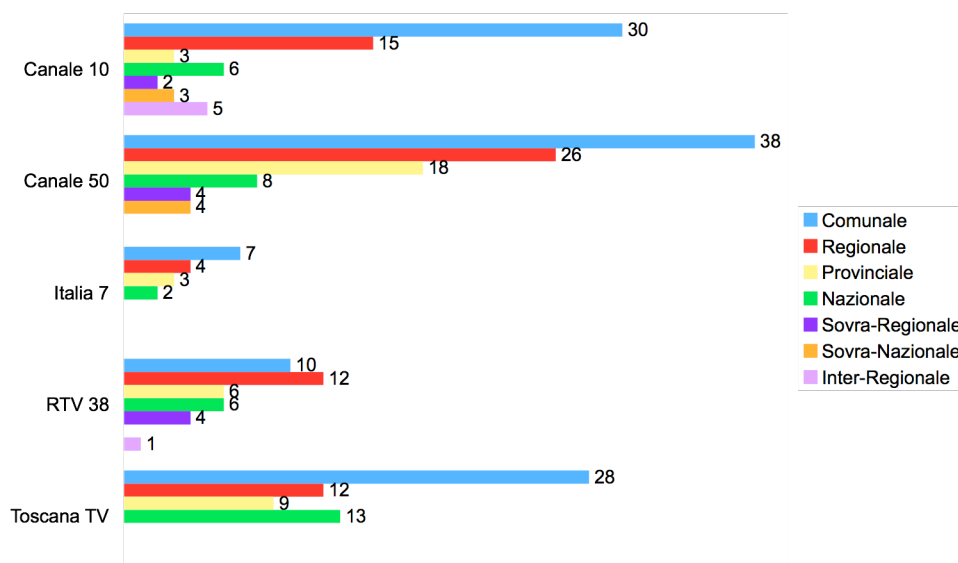
Grafico 3 Contesto delle notizie



Base: 279 notizie

In generale, i telegiornali toscani mostrano un forte ancoraggio al territorio: la maggior parte delle notizie, il 79,2%, riguarda eventi locali, di ambito comunale, provinciale o regionale, con una netta prevalenza del primo (40,5%). Vi è poi una rilevante percentuale di notizie pertinenti l'intero paese (ambito nazionale, 12,5%), perlopiù riconducibili alla crisi del governo Prodi, poche sono, invece, sia le notizie riguardanti i rapporti fra la Toscana e le altre regioni (contesto Inter-Regionale), sia le notizie estere o internazionali, includenti la regione (contesto Sovra-Regionale) oppure escludenti la stessa (contesto Sovra-Nazionale).

Grafico 4 Contesto delle notizie per rete

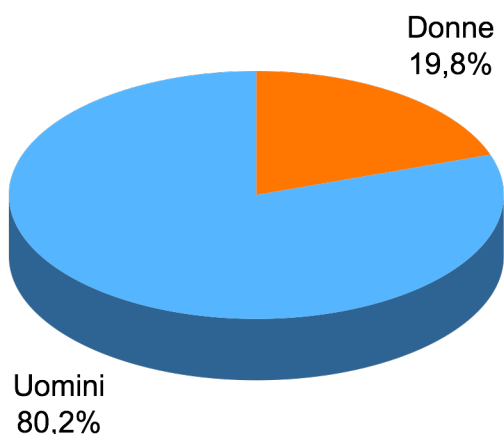


Il confronto fra le emittenti evidenzia due reti in linea con il quadro generale, Canale 50 e Italia 7, e tre reti invece con profili che se ne discostano sensibilmente, in particolare RTV 38 registra una prevalenza di notizie di ambito regionale piuttosto che comunale e Toscana TV predilige le vicende nazionali a quelle regionali, sebbene la maggior parte dell'informazione sia a livello comunale.

CHI FA NOTIZIA

La visibilità femminile nei telegiornali

Grafico 5 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere



Base: 521 soggetti

Il primo dato relativo alla rappresentazione di genere nei telegiornali toscani mette in evidenza uno sbilanciamento a sfavore delle donne: solo il 19,8% dei soggetti di cui si parla o a cui si dà la parola è di sesso femminile, il restante 80,2% è di sesso maschile; un disequilibrio che indica anche uno scarto enorme fra la realtà virtuale dell'informazione e quella sociale dei dati demografici: secondo i rilevamenti più recenti¹⁷ (dati ISTAT al 31 dicembre 2005), infatti, le donne residenti in Toscana rappresentano il 52% della popolazione locale (proporzione in linea con i valori nazionali). In entrambi i casi si può parlare di una sottorappresentazione femminile mediata dalla televisione: le donne dai/nei telegiornali sono sottorappresentate rispetto agli uomini e rispetto alla realtà. Un fenomeno che non contraddistingue l'emittenza locale toscana, ma che è diffuso in tutto il mondo: l'ultima edizione del *Global Media*

¹⁷ Fonte <http://demo.istat.it/bil2005/index.html>

Monitoring Project, datata 2005¹⁸, registra una percentuale di presenza femminile nei notiziari di 76 paesi del mondo pari al 22%¹⁹ e nei notiziari italiani pari al 16%²⁰. Una tendenza che costituisce un nodo fra i più critici della questione femminile negli studi su donne e media, in particolare perché riguarda gli spazi dell'informazione. Se, infatti, ai programmi di intrattenimento e di *fiction* si riconosce una funzione di svago, divertimento o anche di discussione o dibattito sociale, senza comunque attendersi una rappresentazione fedele del mondo reale, quello che sta fuori dallo schermo, ai programmi d'informazione si consegna una funzione di rappresentazione della realtà²¹. Non è solo una questione teorica, fra accademici o studiosi, di definizione della *mission* dei generi televisivi, è anche e soprattutto una questione di attese del pubblico. I telespettatori guardano al telegiornale come a una finestra sul mondo, alle notizie come a eventi che accadono in luoghi reali, magari lontani, resi accessibili grazie all'abbattimento della distanza spazio-temporale operata dal mezzo²², ma luoghi effettivi, concreti, esistenti indipendentemente dalla proiezione mediatica.

La parziale esclusione delle donne dall'informazione dei telegiornali presta facilmente il fianco alla critica verso la televisione come luogo di esclusione femminile: l'informazione, che dovrebbe veicolare un'immagine reale del mondo, ne oscura in realtà una parte essenziale, quella femminile. Da questo dato generale hanno preso il via, negli anni Sessanta,²³ le prime battaglie femministe per un riequilibrio della presenza delle donne nei media, considerato presupposto indispensabile alla rimozione di quello che veniva ritenuto un ostacolo al cammino dell'emancipazione femminile, allora ai suoi esordi. Cercare di comprendere quali sono i meccanismi dell'informazione che spiegano l'esclusione femminile costituisce, oggi che sono più chiari i rapporti di azione e reazione della televisione rispetto alle dinamiche sociali²⁴, un impegno quantomeno interessante non solo per le donne e i movimenti che le rappresentano ma anche per gli operatori dell'informazione e dei media più in generale. Se le prime potrebbero, infatti, trarne il vantaggio di provare a cambiare le regole attuali a favore di un'informazione più rappresentativa della complessità del mondo femminile o addirittura migliorativa della realtà, sfruttando il potenziale televisivo di accelerare i cambiamenti sociali in atto²⁵, i secondi potrebbero trarne l'opportunità di cambiarle per intercettare le più attuali esigenze del pubblico, pena il rischio di perdere la credibilità. Perché la televisione è "il

¹⁸ Cfr GALLAGHER M. (a cura di), *Who makes the news. Global Media Monitoring Project 2005*, WACC, London 2005, p. 22

¹⁹ Cfr MONIA AZZALINI, "Chi fa notizia? Il rapporto Italia *GMMP* 2005", in SAVERIA CAPECCHI (a cura di), *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, numero monografico su *Donne e Media*, Anno XXXV, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, p.16

²⁰ *Ibidem*, pp. 13-23

²¹ Cfr GIORGIO GRIGNAFFINI, *I generi televisivi*, Le Busssole, Carocci, Roma 2004, pp. 45 - 50

²² Cfr JOSHUA MEYROWITZ, *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press, New York 1985, trad. it. *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1993

²³ Cfr SAVERIA CAPECCHI, *Identità di genere e media*, Le Busssole, Carocci, Roma 2006, pp. 13-17

²⁴ Cfr GIANNI LOSITO, *Op. cit.*

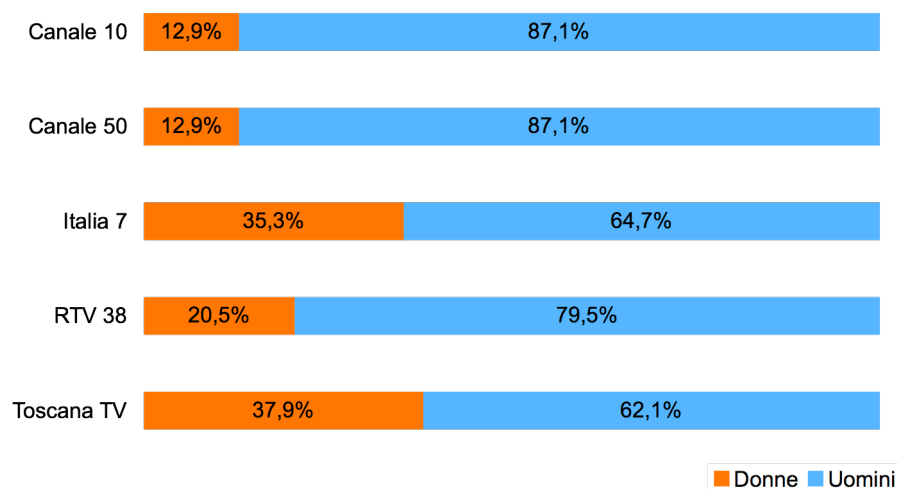
²⁵ Cfr *Ibidem* e MAURO WOLF, *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992

principale ambiente culturale comune, coesteso alla vita quotidiana dei più, entro il quale i significati e le appartenenze sono mediate, costruite e trasformate”²⁶.

La presenza/assenza delle donne nei telegiornali è riconducibile a due ordini di fattori: i criteri di agenda che stabiliscono le priorità delle notizie – quali eventi meritano di essere notiziati²⁷ - e i criteri di selezione degli intervistati. Entrambi possono essere indagati sia a livello del campione complessivo, sia a livello comparativo fra le diverse emittenti; un piano d’indagine quest’ultimo che, oltre a render ragione delle diverse linee editoriali, può avere un valore euristico. Il confronto fra le cinque testate giornalistiche del campione consente, infatti, di evidenziare come diverse scelte di agenda e differenti modalità di costruzione della notizia, e dunque di selezione delle persone intervistate, incidono sulla rappresentanza numerica e qualitativa delle donne nei telegiornali.

Il grafico 6 mostra i dati relativi alla visibilità femminile nelle diverse testate giornalistiche analizzate, risultati che costituiscono un importante punto di riferimento per le analisi comparative successive.

Grafico 6 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere e per rete



Base: Canale 10, 85 soggetti; Canale 50, 232 soggetti; Italia 7, 34 soggetti; RTV 38, 83 soggetti; Toscana TV, 87 soggetti

RTV 38 presenta una percentuale di visibilità femminile in linea con quella registrata per il campione complessivo, Canale 10 e Canale 50 evidenziano valori di presenza femminile inferiori, Italia 7 e Toscana TV si distinguono, infine, per valori percentuali di molto superiori

²⁶ ALDO GRASSO, MASSIMO SCAGLIONI, *Che cos'è la televisione. Il piccolo schermo fra cultura e società: i generi, l'industria, il pubblico*, Garzanti, Milano 2003, p. 61

²⁷ Sui criteri di rilevanza delle notizie e di "notiziabilità", cfr MAURO WOLF, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, XX Edizione, Milano 2002, pp. 188 - 191

alla media complessiva, sebbene, in nessuno dei due casi le donne raggiungano una “quota” pari a quella maschile.

Notizie femminili e notizie maschili

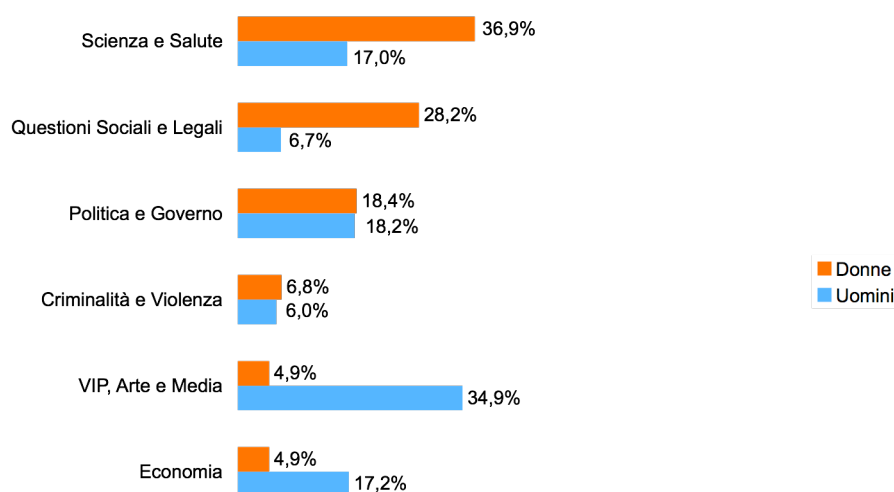
I criteri di selezione delle notizie rivestono un ruolo determinante nei meccanismi di inclusione/esclusione femminile nell’informazione nella misura in cui stabiliscono quali fatti meritano di essere raccontati e, contestualmente, vi sono ambiti dell’agire diversamente rappresentati dai due sessi. Per esempio, la scelta di dare ampio spazio alla politica tendenzialmente penalizza le donne, sottorappresentate a ogni livello della vita politica italiana²⁸; viceversa l’opzione di dare ampio spazio all’educazione favorisce le donne, che sia nel loro tradizionale ruolo di madri, sia in quanto professioniste presenziano numerose in questo settore della vita sociale.

Per comprendere quale genere di notizie favorisca o sfavorisca la visibilità femminile nei telegiornali si è optato per un’analisi dei dati che mette a confronto la ripartizione delle donne e quella degli uomini nelle notizie classificate per argomenti (grafico 7), calcolando la distribuzione percentuale di ciascuno dei due generi, considerati separatamente, per i diversi argomenti delle notizie, in modo tale da ponderare il diverso peso che i due gruppi di soggetti hanno sul campione complessivo, ovvero portando a 100 sia le 103 donne sia i 418 uomini. Un’analisi dei dati che non pondera questa differenza e che calcola invece la distribuzione di donne e uomini per ciascun argomento della notizia sarebbe certamente lecita ma meno efficace, poiché metterebbe in evidenza la sottorappresentazione femminile per ogni area tematica delle notizie, ribadendo un risultato già noto, senza mostrare chiaramente quali sono gli argomenti che includono maggiormente le donne e dunque quali sono le opzioni di agenda che le favoriscono²⁹. Ovviamente la disparità fra donne e uomini va tenuta presente come dato di base e ne verrà riferita la misura rispetto a specifiche variabili, qualora la si riterrà opportuna.

²⁸ Le donne nel parlamento italiano non raggiungono la quota del 20% così come, per esempio, nel consiglio regionale della Toscana. (I dati sono aggiornati al 4 dicembre 2006 e sono consultabili alla pagina web: http://ec.europa.eu/employment_social/women_men_stats/measures_in41_en.htm, dove sono disponibili tutti i dati relativi all’Unione Europea e ai suoi stati membri, a livello regionale, nazionale ed europeo)

²⁹ Tutte le elaborazioni dati presentate di seguito, illustrate in tabelle o grafici, sono state eseguite con il medesimo criterio, ovvero nei casi di incrocio fra la variabile “genere” e altre variabili, si è optato per il calcolo della percentuale di colonna, mettendo a confronto la ripartizione interna a ciascuno dei “generi” per le diverse modalità della seconda variabile considerata, in modo da capire quali modalità favoriscano le donne e quali gli uomini.

Grafico 7 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere e per argomento



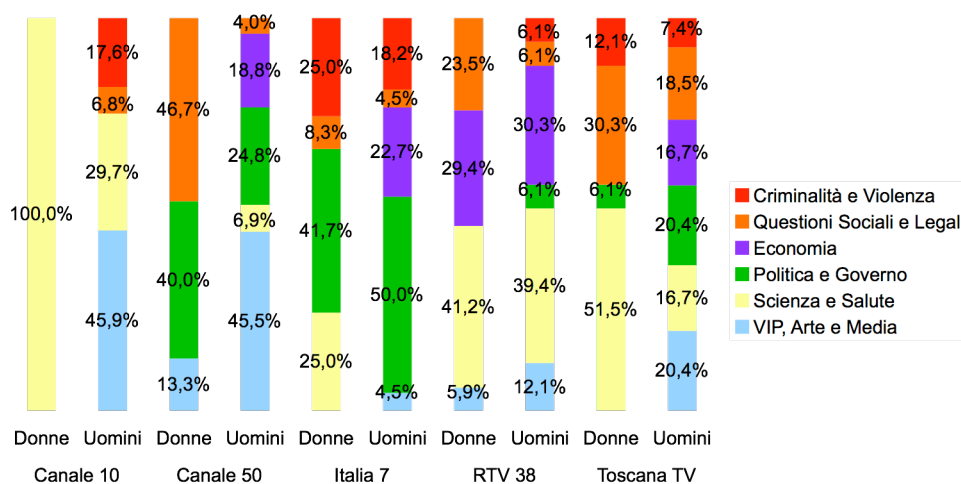
Base: 103 donne e 418 uomini

Come risulta evidente dal grafico (7) le donne nei notiziari sono concentrate prevalentemente nelle notizie di scienza e salute e nelle questioni sociali e legali, due aree tematiche in cui la percentuale di presenza maschile è peraltro di molto inferiore: meno della metà, nel primo caso, e meno di un quarto, nel secondo. La connotazione femminile delle notizie di scienza e salute è ascrivibile all'evento che ha dominato l'agenda del 22 febbraio 2007, la vicenda di trapianti infetti da HIV, per lo più focalizzata sull'errore di trascrizione delle analisi all'origine del disguido, errore compiuto da una biologa. Un caso esemplare di come l'accesso delle donne all'informazione sia favorito dal protagonismo in eventi originari di "cattive notizie". La visibilità delle donne nelle questioni sociali e legali, in misura peraltro nettamente superiore a quella degli uomini, è invece imputabile all'ampio spazio riservato dai notiziari toscani all'istruzione e all'educazione (argomento classificato nell'area tematica "questioni sociali e legali"), settore professionale e ambito sociale con un'alta presenza femminile e di cui, evidentemente, l'informazione toscana fornisce una proiezione "fedele".

Le ragioni che spiegano la visibilità delle donne in queste due aree tematiche sono tra loro differenti e meritano una rapida riflessione: nel primo caso, la visibilità femminile intercetta favorevolmente i criteri di notiziabilità tipici dei telegiornali italiani che prediligono le *bad news*, la politica e lo spettacolo; nel secondo caso, invece, sono le scelte di alcune testate giornalistiche che, indipendentemente dai criteri che usualmente stabiliscono le priorità d'agenda, optano per coprire un'area tematica in genere scarsamente presente nei telegiornali, almeno a livello nazionale³⁰, favorendo, indirettamente, la visibilità femminile.

³⁰ Nel primo semestre del 2006, per esempio, le questioni sociali e legali nei telegiornali Rai e Mediaset di fascia *day e prime time* registrano una percentuale del 5,8% (fonte <http://www.osservatorio.it/cont/esteri/esteri.php>)

Grafico 8 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere, per argomento e per rete



Base: Canale 10, 11 donne e 74 uomini; Canale 50, 30 donne e 202 uomini; Italia 7, 12 donne e 22 uomini; RTV 38, 17 donne e 66 uomini; Toscana TV, 33 donne e 54 uomini

La distribuzione degli uomini e delle donne per gli argomenti delle notizie nelle diverse testate giornalistiche considerate (grafico 8), oltre a rendere ragione delle differenti scelte editoriali, mette in evidenza, infine, una visibilità maschile molto più articolata rispetto a quella femminile, più concentrata solo in alcune aree tematiche. Gli uomini risultano trasversali a ogni ambito dell'agire e del sapere veicolato dall'informazione, le donne appaiono più "settoriali".

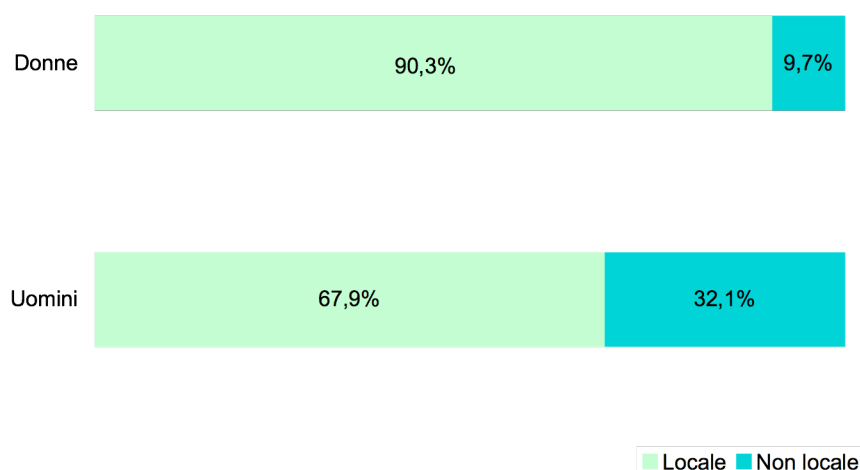
Contesti diversi

Il confronto fra donne e uomini rispetto al contesto delle notizie costituisce un'importante prospettiva di analisi, soprattutto a livello dei notiziari locali. Il *Global Media Monitoring Project* ha rilevato nel corso degli anni una maggiore rappresentazione femminile nelle notizie locali, sfavorevole alle donne nella misura in cui l'informazione nazionale dà priorità a notizie nazionali o internazionali³¹. Nei telegiornali delle emittenti locali, questo fenomeno potrebbe però rappresentare un punto di forza per le donne, essendo il bacino delle notizie dell'informazione regionale proprio quello locale. Il grafico 9 mostra in effetti come le donne siano rappresentate più degli uomini nelle notizie circoscritte al territorio regionale, tuttavia la presenza femminile nell'informazione analizzata rimane numericamente inferiore rispetto a quella maschile (grafico 5), quindi il risultato appare ambivalente: da un lato, indica come la

³¹ Cfr MARGARET GALLAGHER, *Op. cit.* 2005, pp. 32-33

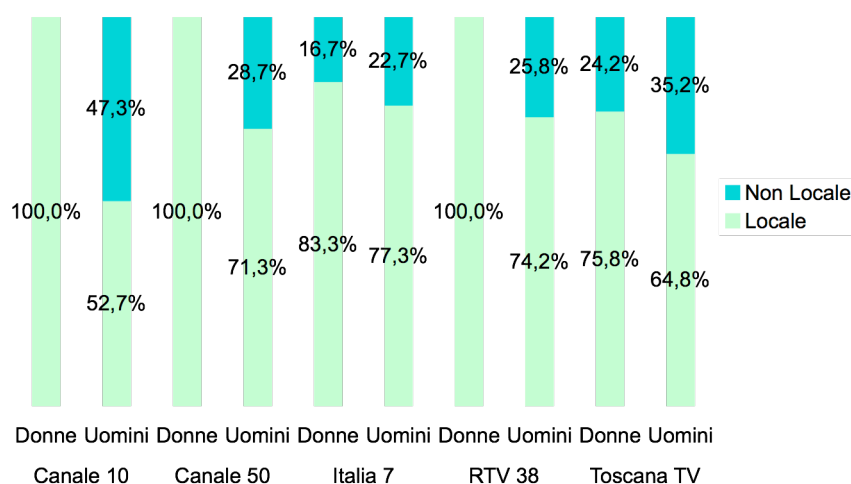
visibilità femminile sia imputabile a notizie ancorate al territorio – meno notizie locali implicherebbero forse una rappresentazione femminile ancora più scarsa – dall’altro, le notizie nazionali che hanno accesso all’informazione regionale sono generalmente notizie importanti, ai vertici dell’agenda dell’informazione di un paese, pertanto la concentrazione delle donne in notizie locali in misura superiore rispetto agli uomini appare piuttosto indicativa del conferimento a esse di uno *status* inferiore. I dati illustrati nel grafico 10 confermano indirettamente questa seconda ipotesi: in tutte e cinque le diverse emittenti la visibilità femminile è ascrivibile a un contesto locale in misura maggiore rispetto a quella maschile, ma raggiunge i valori massimi, addirittura di esclusività (donne nel 100% dei casi in notizie locali), proprio nelle emittenti che nel complesso includono meno donne (Canale 10, Canale 50 e RTV 38).

Grafico 9 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere e per contesto



Base: 103 donne e 418 uomini

Grafico 10 Soggetti nelle notizie: distribuzione per genere, per contesto e per rete



Base: Canale 10, 11 donne e 74 uomini; Canale 50, 32 donne e 202 uomini; Italia 7, 12 donne e 22 uomini; RTV 38, 17 donne e 66 uomini; Toscana TV, 33 donne e 54 uomini

Professioni e posizioni sociali

La questione dello *status* femminile, oggetto d'indagine di molte ricerche sulle donne in televisione³², presenta tradizionalmente diversi aspetti critici connessi ad alcune modalità di rappresentazione della donna, spesso intervistata o citata in notizie relative ad argomenti leggeri o di scarso prestigio (per esempio la cronaca rosa, lo spettacolo), in ruoli legati all'esperienza piuttosto che alla competenza, in funzione di madre, moglie o figlia di- piuttosto che in funzione autonoma oppure ancora come vittima, persona inerme, indifesa, debole.

La visibilità della professione/posizione sociale è l'indicatore più diretto del riconoscimento di *status* dei soggetti di cui si parla o a cui si dà parola nei telegiornali, poiché ciascuna categoria considerata iscrive direttamente il soggetto in un ambito di azione della sfera pubblica o privata, e a un certo livello di prestigio. I risultati illustrati dalla tabella 1 mettono in evidenza alcuni aspetti critici e alcune tendenze "positive". Un primo dato critico riguarda la ripartizione delle donne nelle diverse sfere del sociale, meno articolata di quella degli uomini, che appaiono viceversa più rappresentativi dell'agire sociale nel suo complesso. Le donne inoltre presentano valori maggiori nelle categorie non professionali: "studente, allievo, ...", "bambino, adolescente..", "abitante generico di un paese", "altro" (categoria che classifica, nello specifico, due tipologie di soggetti rilevati nel campione analizzato, i malati nella vicenda dei trapianti infetti da HIV e i pendolari intervistati in alcuni servizi sui disagi nei trasporti ferroviari). Costituisce invece un valore positivo la più alta percentuale di concentrazione delle donne nella categoria delle professioniste in ambito sanitario, anche se il risultato va ascritto interamente alla notizia che ha dominato l'agenda del giorno, focalizzata su una biologa. Vi è poi una buona quota di donne rappresentanti della politica, un luogo di *status* e di prestigio in cui le donne hanno fatto, seppure a fatica, il loro ingresso, benché in misura di molto inferiore agli uomini (18,4% vs 34,2%). Infine, va segnalata come positiva la scarsa concentrazione delle donne nella categoria della professione/ posizione sociale "non esplicitata", indicativa, di solito in valori pari al 20-25%³³, di un giornalismo che intervista le donne e/o ne parla disancorandole dai loro ruoli professionali, sociali, pubblici in generale, contribuendo così alla costruzione di identità parziali, normalmente incentrate sulla dimensione privata.

³² Cfr, per esempio, CNEL-OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne, lavoro e TV. L'immagine della donna nei programmi d'informazione*, Roma 2004, sintesi consultabile alla pagina web <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000046>, GIOIA DI CRISTOFARO LONGO (a cura di), *La disparità virtuale. Donne e mass media. Documenti della Conferenza di Pechino*, Armando Editore, Roma 1995, pp. 17-19

³³ Cfr CNEL-OSSERVATORIO DI PAVIA, 2004, MARGARET GALLAGHER (a cura di), *Op.cit.* 2005, p. 22

Tabella 5 Soggetti nelle notizie: distribuzione delle professioni/posizioni sociali per genere

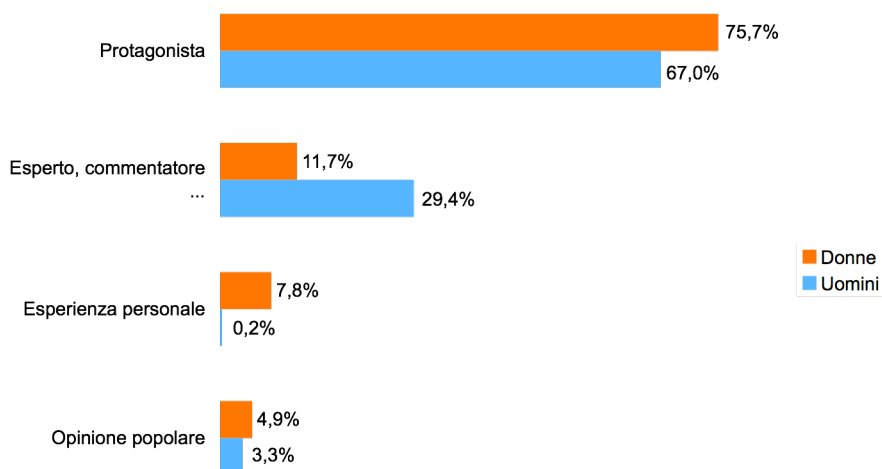
	Donne	Uomini
Professionista ambito Sanitario e Sociale	22,3%	6,5%
Accademico, educatore ...	19,4%	2,6%
Governante, politico ...	18,4%	34,2%
Studente, allievo, scolaro ...	14,6%	0,2%
Altro	12,6%	2,2%
Bambino, adolescente (fino a 18 anni)	3,9%	0,5%
Abitante generico di un paese	2,9%	1,4%
Attivista o lavoratore in associazioni o ONG ...	1,9%	6,5%
Commerciante, artigiano, operaio ...	1,9%	1,4%
Non esplicitata	1,0%	1,9%
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante ..	1,0%	1,7%
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore ...		22,7%
Professionista ambito Legale e Giuridico		4,8%
Affarista, economista, imprenditore ...		3,6%
Criminale, sospetto di reato, carcerato ...		2,9%
Professionista ambito Media e Cultura		2,2%
Casalinga/o, genitore ...		1,4%
Impiegato di pubblico ufficio ...		1,4%
Pensionato		1,0%
Professionista ambito Scientifico e Tecnologico		0,7%
Impiegato d'ufficio o nei servizi ...		0,2%
Totale	100,0%	100,0%

Base: 103 donne e 418 uomini

Funzioni diverse

Il grado d'inclusione delle donne nell'informazione dei telegiornali dipende – si diceva più sopra – dalla priorità accordata a certe notizie piuttosto che ad altre e dai criteri di selezione delle persone intervistate. Se, in generale, i criteri di agenda dei telegiornali non favoriscono la visibilità femminile e sono piuttosto difficili da scardinare poiché complessi e radicati nel tempo, i criteri di selezione delle persone da intervistare sono più facilmente assoggettabili a una “*par condicio*” di genere, a regole o meglio a prassi favorevoli alle donne quanto agli uomini. La partecipazione femminile al mondo del lavoro, della politica, della vita pubblica è ormai un dato di fatto, pur con molti limiti sia numerici sia di carriera: le donne costituiscono quanto gli uomini un bacino di *expertise* a cui attingere facilmente: qualora necessiti una persona esperta per commentare, spiegare o approfondire una questione emersa nel telegiornale la si può individuare di certo in rappresentanza a entrambi i generi. Lo stesso dicasi per i casi in cui servano testimonianze personali o opinioni rappresentative del senso comune.

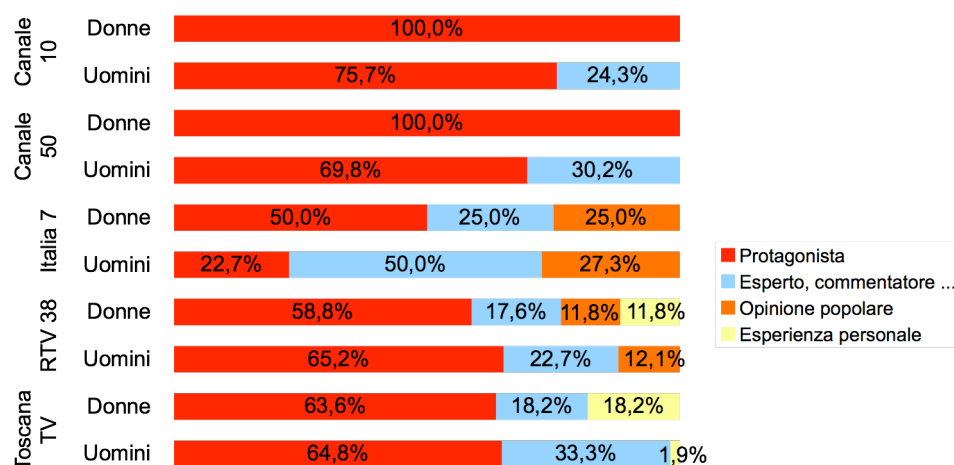
Grafico 11 Soggetti nelle notizie: distribuzione delle funzioni per genere



Base: 103 donne e 418 uomini

L'analisi dei dati illustrati nel grafico 11 mette in evidenza come, tuttavia, nella maggior parte dei casi, le donne sono presenti nelle notizie in funzione di protagoniste, ovvero di persone di cui si parla, in quanto coinvolte negli eventi notiziati; gli uomini, invece, sono più visibili anche se non direttamente implicati nei fatti raccontati, in funzione di persone a cui, a vario titolo, si conferisce la parola. La visibilità femminile risulta così più vincolata ai criteri di agenda, mentre quella maschile è favorita anche dai meccanismi di selezione degli intervistati. In particolare, se si analizza la distribuzione dei due sessi nelle tre funzioni degli intervistati (esperto, narratore di esperienza personale e rappresentante dell'opinione popolare), gli uomini incontrano condizioni più favorevoli come esperti, ovvero un ruolo prestigioso, di *status*, che riconosce pubblicamente alla persona qualche competenza, qualche forma di sapere in grado di spiegare o commentare questioni emergenti dalle tematiche o dagli eventi notiziati. Le donne, invece, anche quando vengono intervistate, ricoprono funzioni disancorate da qualifiche professionali o intellettuali, in particolare più degli uomini sono portatrici di opinione popolare e di esperienza, forme di sapere storicamente poco autorevoli che non conferiscono né *status*, né prestigio.

Grafico 12 Soggetti nelle notizie: distribuzione delle funzioni per genere e per rete



Base: Canale 10, 11 donne e 74 uomini; Canale 50, 32 donne e 202 uomini; Italia 7, 12 donne e 22 uomini; RTV 38, 17 donne e 66 uomini; Toscana TV, 33 donne e 54 uomini

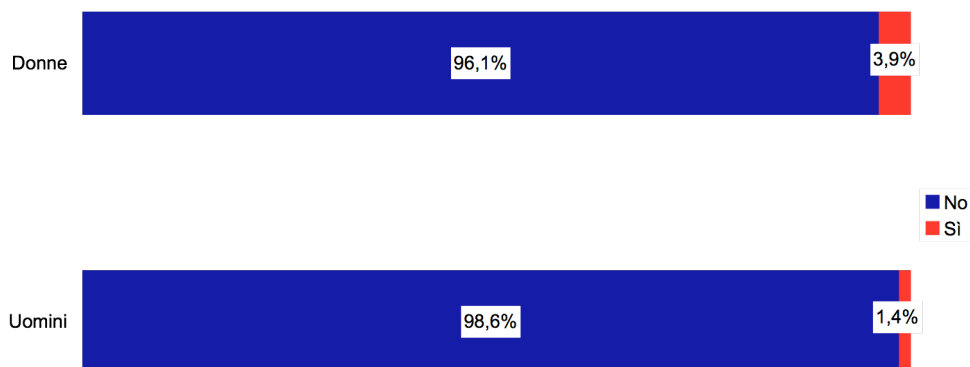
Il confronto fra le cinque emittenti analizzate mette in evidenza come le reti con la più scarsa presenza femminile, Canale 10 e Canale 50 (grafico 6), sono anche quelle che non si rivolgono alle donne per le interviste, registrando per esse esclusivamente la funzione di protagoniste; viceversa le testate con una maggiore visibilità femminile sono anche quelle che presentano spazi di parola alle donne come esperte, rappresentanti dell'opinione popolare o testimoni di un'esperienza personale. Risultati che confermano come i criteri di selezione delle persone intervistate possano giocare in senso favorevole o sfavorevole alle donne.

Relazioni familiari

I dati relativi alla funzione dei soggetti nelle notizie evidenziano quanto lo spazio di parola esercitato a titolo di esperienza personale sia appannaggio quasi esclusivo delle donne (7,8% vs 0,2% degli uomini), un risultato interessante e ascrivibile alla tendenza televisiva di rappresentare le donne come portatrici del discorso empirico, biografico, privato³⁴ (vs discorso teorico, astratto, universale). Di questa modalità che caratterizza prevalentemente la rappresentazione femminile 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- la si riscontra di frequente in molti spazi dell'informazione.

³⁴ Cfr CNEL-OSSERVATORIO DI PAVIA, 2004

Grafico 13 Soggetti nelle notizie: donne e uomini descritte/i sulla base di relazioni familiari



Base: 103 donne e 418 uomini

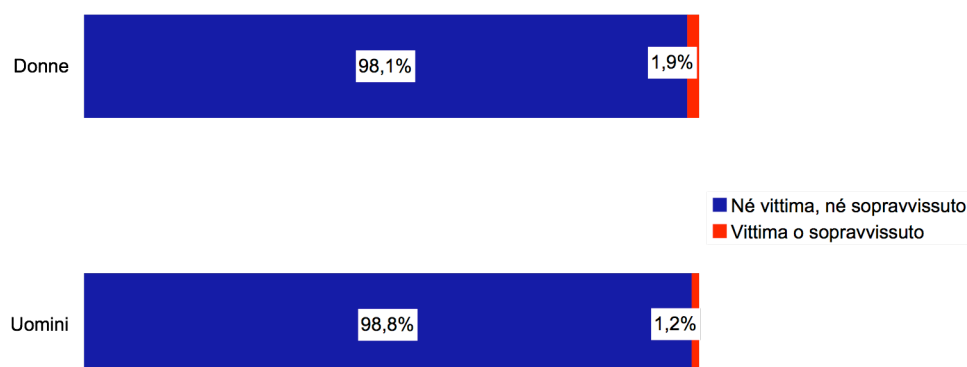
Nell'ambito di questa indagine, si è riscontrata con poca frequenza, il che costituisce un risultato positivo, forse indicatore di una nuova tendenza, che richiederebbe comunque una conferma da ulteriori indagini, anche se il 3,9% di casi femminili è un valore percentuale più del doppio di quello registrato dal campione degli uomini (1,4%) e, per ora, indica ancora un'asimmetria simbolica fra le donne come portatrici del discorso empirico e privato e degli uomini come portatori del più autorevole e prestigioso discorso teorico e pubblico.

Vittime e sopravvissuti

La rappresentazione della donna come vittima o sopravvissuta costituisce, infine, un piano d'indagine utile a comprendere se e quanto vi sia nei telegiornali toscani una tendenza alla vittimizzazione delle donne, un fenomeno – anche questo – largamente diffuso nell'informazione globale³⁵ e sottoposto a critica, nella misura in cui propone un'immagine della donna che concorre a rafforzare lo stereotipo del sesso debole, inerme e indifeso.

³⁵ Cfr MARGARET GALLAGHER (a cura di), *Op.cit.* 2005, p. 18

Grafico 14 Soggetti nelle notizie: vittime e sopravvissuti



Base: 103 donne e 418 uomini

La percentuale di donne ritratte come vittime o sopravvissute è molto bassa, 1,9%, anche se un po' superiore alla percentuale degli uomini ritratti allo stesso modo, segno di un giornalismo che evita un linguaggio, sia a livello verbale, sia a livello di immagini, che esaspera i toni della cronaca, evocando pathos, pietismo, compassione o altri sentimenti che concorrono al coinvolgimento del pubblico sul piano emotivo. E questo va segnalato come dato positivo³⁶. D'altro canto, è opportuno ricordare che a rafforzare lo stereotipo della donna come soggetto debole e indifeso non contribuisce solo un linguaggio giornalistico che la ritrae come tale, ma anche i criteri di agenda che danno priorità alle notizie di cronaca nera con donne protagoniste (dopo i bambini e prima degli uomini). I risultati relativi alla distribuzione delle donne e degli uomini nelle diverse aree tematiche delle notizie (grafico 7) mostrano una bassa percentuale di entrambi i sessi – rispettivamente il 6,8% e il 6% - in notizie di criminalità e violenza, anche in ragione di una scarsa attenzione a questa tematica, nel corso della giornata campione (10% delle notizie³⁷). Tuttavia, considerando che tradizionalmente protagonisti della cronaca nera sono, oltre alle vittime, criminali, poliziotti o altri rappresentanti delle forze dell'ordine, avvocati, giudici o altri legali, testimoni, i risultati relativi alle professioni/posizioni sociali dei soggetti³⁸ non rilevano rappresentanti delle forze dell'ordine (né donne né uomini) e per quanto riguarda le altre figure professionali registrano solo presenze maschili (nel 4,8% dei casi professionisti in ambito legale o giuridico e nel 2,9% dei

³⁶ Su "temi e patemi" nei telegiornali cfr GIANFRANCO MARRONE, *Estetica del telegiornale*, Meltemi, Roma 1998, pp. 136 - 236

³⁷ Cfr grafico 1

³⁸ Cfr tabella 5

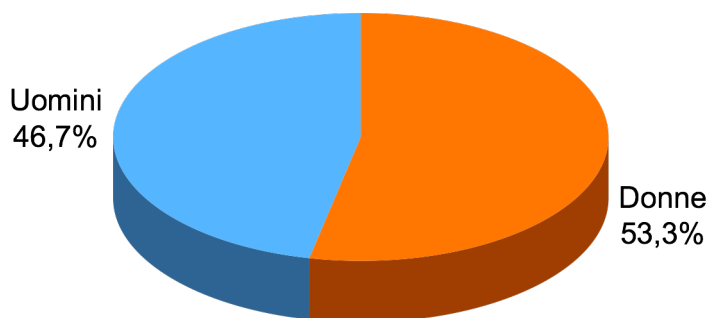
casi criminali o sospetti di reato); anche la figura del testimone, di cui è stata prevista la rilevazione come modalità della variabile “funzione dei soggetti nelle notizie” (grafico 11), risulta assente. E’ dunque legittimo ipotizzare che le donne concentrate nell’area tematica “criminalità e violenza” siano prevalentemente vittime, mentre gli uomini si distribuiscono nei diversi ruoli giocati dai personaggi tipici della cronaca nera.

CHI FA LA NOTIZIA

Visibilità di giornaliste e giornalisti

Se, sotto il profilo della presenza in televisione, le donne appaiono sottorappresentate, come professioniste dei telegiornali risultano, invece, ben visibili, costituendo più della metà sia dei giornalisti conduttori (grafico 15), sia dei giornalisti corrispondenti (grafico 17); solo nel ruolo di “altri giornalisti” (curatori di rubriche o corrispondenti in studio da redazioni diverse dalla principale o giornalisti ai terminali d’agenzia) si registra una prevalenza maschile (68,3% vs 31,7%, su un numero complessivo di 41 giornalisti).

Grafico 15 Conduttrici/ori dei telegiornali: distribuzione per genere



Base: 15 conduttori

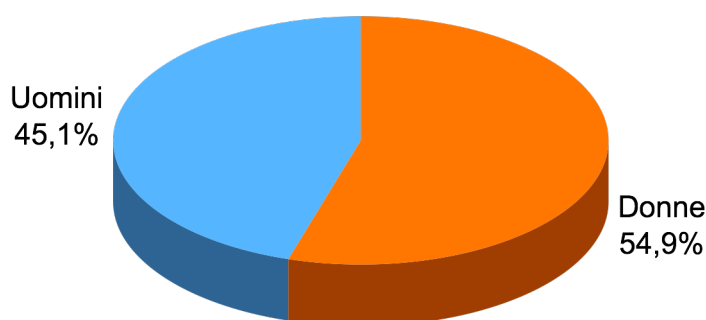
I risultati illustrati dal grafico 15 evidenziano una caratteristica consolidata nel giornalismo italiano, a livello nazionale, ma anche a livello locale, come dimostrano le più recenti indagini condotte su alcune emittenti regionali³⁹. La conduzione dei telegiornali italiani è stata aperta

³⁹ Cfr MONIA AZZALINI, *Op. cit.* 2007, p. 17

alle donne oltre vent'anni fa, riscuotendo grande successo di pubblico⁴⁰, tanto da costituire oggi una prassi consolidata, anche nelle edizioni dei notiziari più seguite.

Registrano invece una tendenza evidenziata di recente solo per le emittenti locali⁴¹, e non per le testate nazionali, i dati relativi alle donne nel ruolo di corrispondenti nei telegiornali, più del 50% del campione registrato.

Grafico 16 Corrispondenti nei telegiornali: distribuzione per genere



Base: 206 corrispondenti

Sia i primi, sia i secondi risultati sono ascrivibili alla rappresentazione televisiva⁴² e non alla condizione professionale effettiva, pertanto sovrastimano la presenza delle donne nelle redazioni (quanto quella degli uomini), rilevando quello che è stato definito “effetto vetrina”: in ragione della loro presenza in video, le donne giornaliste appaiono più numerose di quello che sono effettivamente, una percentuale rilevante – il 31,4% dei giornalisti iscritti all’albo professionale in Toscana al 31 dicembre 2006⁴³ – ma non ancora abbastanza per fare “massa critica” e per scongiurare fenomeni di segregazione orizzontale⁴⁴. E’ questo il punto critico sollevato sia dalle ricerche sulla rappresentazione mediale, sia dalle indagini sull’esercizio della professione: pur avendo infranto la barriera d’ingresso alla professione, le donne

⁴⁰ Cfr, per esempio, LOREDANA CORNERO (a cura di), *Una, nessuna...a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001

⁴¹ Cfr MONIA AZZALINI, *Op. cit.* 2007, p. 18

⁴² Conduttrici e conduttori sono stati contati per ogni telegiornale analizzato, quindi il loro numero è moltiplicato per il numero di notiziari condotti; i corrispondenti sono stati contati per ogni notizia, quindi il loro numero è moltiplicato per il numero di notizie-servizi curati

⁴³ Elaborazione dei dati resi pubblici dall’Ordine dei Giornalisti della Toscana, fonte <http://www.odg.toscana.it/pdf/GiornalistiAlboimp2007.pdf>

⁴⁴ Cfr MILLY BUONANNO, *Visibilità senza potere. Le sorti progressive ma non magnifiche delle donne giornaliste italiane*, Liguori Editore, Napoli 2005

giornaliste hanno scarso potere sull'informazione, la loro consistenza numerica non è ancora sufficiente "per fare massa critica" e la loro collocazione è perlopiù marginale rispetto ai luoghi decisionali⁴⁵. "Alla larga immissione delle donne nei mestieri dell'informazione non ha fatto riscontro, finora, una autentica parificazione delle opportunità di accesso alle posizioni professionali più elevate e di maggiori responsabilità"⁴⁶. Il che, tradotto sul piano dell'informazione veicolata, significa un'impotenza a stabilire nuovi criteri di notiziabilità (magari più rispondenti alle esigenze del mondo femminile) o nuove modalità di costruzione delle notizie (più accoglienti per le donne e più riconoscenti delle loro competenze). I dati relativi alla visibilità delle giornaliste e dei giornalisti nelle cinque testate giornalistiche considerate distintamente lo confermano indirettamente.

Tabella 6 Conduatrici/ori dei telegiornali: distribuzione per genere per rete

Rete	Donne	Uomini
Canale 10	5	0
Canale 50	0	4
Italia 7	1	0
RTV 38	2	1
Toscana TV	0	2
Totale	8	7

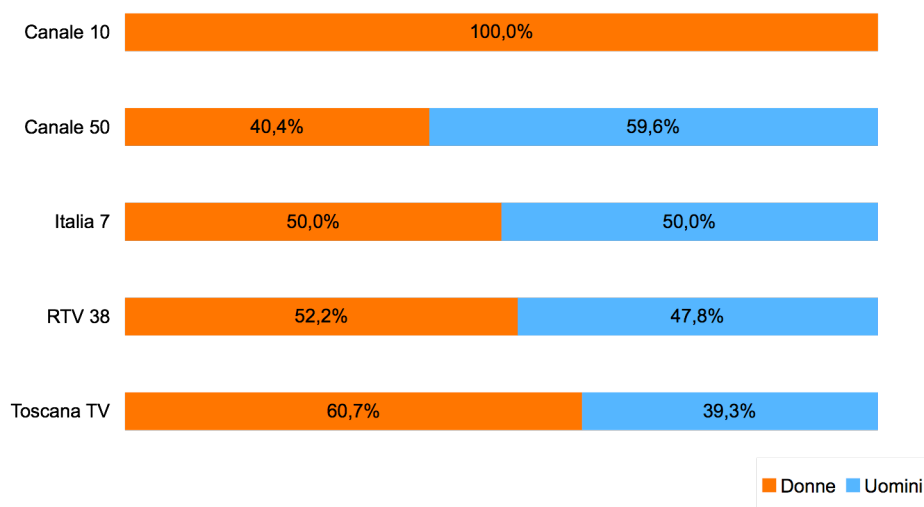
Le emittenti che registrano il maggior numero di donne fra i conduttori non sono necessariamente quelle più accoglienti per le donne: Canale 10, per esempio, ha solo conduttrici donne pur avendo una scarsa rappresentazione femminile (12,9%⁴⁷), viceversa Toscana TV, pur avendo solo conduttori uomini, registra una presenza di donne nelle notizie elevata (37,9%).

⁴⁵ Come dimostrano indirettamente i dati relativi alle diverse professionalità riconosciute dall'albo dei giornalisti: la distribuzione fra donne e uomini nelle diverse categorie professionali rileva una progressiva riduzione delle donne fra le categorie a più alta professionalità, dove maggiori sono le opportunità di ricoprire ruoli di potere; le praticanti toscane sono il 45,6% dei giornalisti iscritti all'albo, le pubbliciste il 32%, le professioniste il 27% (elaborazione dati dell'Odg della Toscana, fonte <http://www.odg.toscana.it/pdf/GiornalistiAlboimp2007.pdf>)

⁴⁶ MILLY BUONANNO, *Op. cit.*, p. 26

⁴⁷ Cfr Grafico 6

Grafico 17 Corrispondenti nei telegiornali: distribuzione per genere e per rete



Base: Canale 10, 25 corrispondenti; Canale 50, 94 corrispondenti; Italia 7, 8 corrispondenti; RTV 38, 23 corrispondenti; Toscana TV, 56 corrispondenti

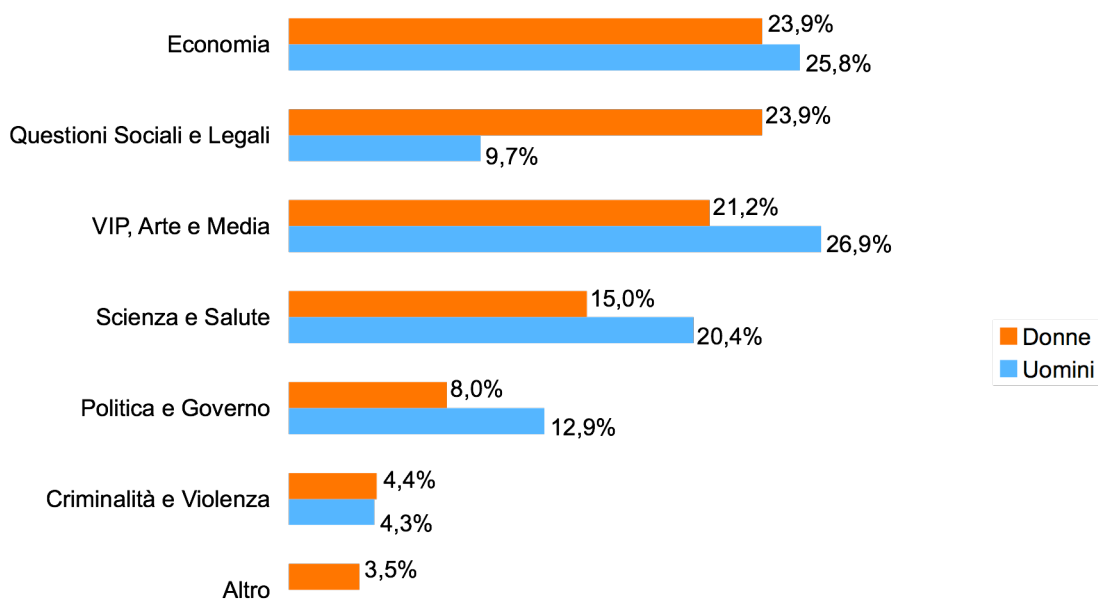
Anche una maggior presenza di donne fra i corrispondenti non garantisce una maggiore rappresentazione femminile. Canale 10, pur avendo solo *reporter* di sesso femminile, ha una bassa rappresentazione di donne, RTV 38 ha una percentuale di donne superiore, sebbene di poco, a Italia 7, eppure, rispetto a quest'ultima dà minor spazio alle donne (20,5% vs 35,5%⁴⁸).

Agende femminili e agende maschili

Le difficoltà di accesso delle donne al potere dell'informazione sono evidenziate anche dall'analisi delle aree tematiche delle notizie a cura delle corrispondenti di sesso femminile comparate con quelle a cura dei colleghi maschi.

⁴⁸ Cfr Grafico 6

Grafico 18 Corrispondenti: distribuzione degli argomenti per genere



Base: 113 donne e 93 uomini

Le notizie affidate alle donne riguardano prevalentemente due ambiti: l'economia e le questioni sociali e legali. Nel primo caso, il risultato indica una tendenza delle televisioni locali, di recente rilevata in altre indagini⁴⁹, ad affidare a giornaliste donne notizie tradizionalmente appannaggio degli uomini e al contempo di grande rilevanza pubblica; si tratta di un risultato positivo che indica la rottura di un dominio maschile, anche se ancora ben presidiato, ben un quarto dei corrispondenti uomini (il 25,8%) si occupa, infatti, di economia, l'area tematica peraltro dominante l'agenda nel suo complesso⁵⁰. Nel secondo caso, l'alta percentuale di donne a cui corrisponde una bassa concentrazione maschile (23,9% e 9,7%) va riportata interamente all'area sociale, in particolare alle notizie di educazione e istruzione che costituiscono più del 60% di questa tematica, mentre l'area legale (11% delle notizie incluse in questa categoria) è interamente a cura di giornalisti uomini: una classica asimmetria di genere, in cui le donne sono associate alla vita sociale, pubblica ma sempre al confine con il privato, e gli uomini a quella legale, pubblica e di controllo del potere.

Alle donne sono poi affidate anche molte notizie di "VIP, arte e media", sebbene in misura minore che agli uomini, i quali mantengono il presidio sulla pagina sportiva, che costituisce il 60% dell'informazione compresa in questa categoria tematica e che nel 60% dei casi è appannaggio dei corrispondenti maschi. Le *reporter* prevalgono invece nelle notizie di cultura

⁴⁹ Cfr OSSERVATORIO DI PAVIA per CO.RE.COM. Lombardia e MONIA AZZALINI, *Op. cit.* 2007, pp. 21-26

⁵⁰ Cfr Grafico 1

e spettacolo, anche in questo caso secondo uno schema di ripartizione di genere piuttosto classico⁵¹.

Infine, due considerazioni sull'informazione medico-scientifica e quella politica: la prevalenza degli uomini in entrambi i casi è indicativa di un posizionamento di potere; nelle notizie di politica per ragioni storiche – tradizionalmente il giornalismo italiano attribuisce alle dinamiche e agli uomini dei partiti, delle coalizioni e delle istituzioni massima rilevanza –, nelle notizie di scienza e salute per motivi contingenti e connessi alla notizia del giorno relativa alla vicenda dei trapianti infetti da HIV.

⁵¹ Cfr FRANCESCO SILIATO, "Gli uomini, le donne ed i telegiornali", in CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna ... a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001, pp. 89-90, MARGARET GALLAGHER, *Op. cit.* 2005, pp. 32-35

DENTRO LA NOTIZIA

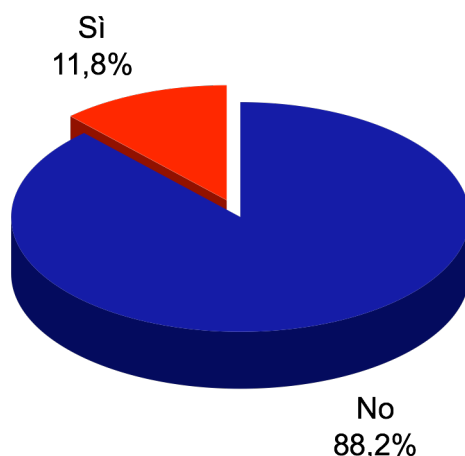
La terza e ultima parte di questa indagine si concentra sulla rilevazione di tre variabili che consentono di comprendere a livello immediato quanto l'informazione dei telegiornali toscani sia orientata al femminile.

Centralità femminile

La prima variabile riguarda la centralità delle donne nelle notizie. I risultati analizzati finora, e relativi ai soggetti individuali, rilevano un profilo dell'informazione prevalentemente maschile: l'agenda dei telegiornali dà spazio a eventi i cui protagonisti nella maggior parte dei casi sono di sesso maschile e anche le interviste prediligono interlocutori uomini. Perciò si è parlato di sottorappresentazione femminile, di esclusione mediale di una parte consistente del mondo reale.

Oltre il computo dei soggetti, si è cercato di comprendere anche se i telegiornali diano alle donne 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.

Grafico 19 Centralità femminile nelle notizie



Base: 279 notizie

Come risulta evidente dal grafico, le donne riescono a essere *newsmaker* raramente, solo nell'11,8% delle notizie analizzate, una percentuale piuttosto bassa – in linea con i risultati registrati nell'ultima edizione del *GMMP*⁵² – e perlopiù imputabile alla notizia del giorno la cui protagonista principale è una biologa: su 33 notizie al femminile, ben 19 si riferiscono infatti a questo caso.

Anche da questa prospettiva emerge, dunque, un telegiornalismo orientato al maschile, in ragione di criteri di notiziabilità degli eventi, in generale più favorevoli agli uomini che alle donne, e non scardinati dalla massiccia presenza di giornaliste donne. Lo confermano i risultati del confronto fra le notizie a centralità femminile a cura di corrispondenti donne e quelle a cura di corrispondenti maschi: l'8,8% le prime, il 14% le seconde.

Stereotipi di genere

“La televisione aspira a rappresentare fedelmente la realtà, ma nel riproporla costruisce una propria visione del mondo che deve essere poi ratificata attraverso il maggior numero di consensi. Perciò utilizza le rappresentazioni femminili più comuni, quelle tradizionali. Ovviamente è costretta dai mutamenti sociali dei ruoli e delle immagini maschili e femminili a inserire elementi di modernità, ma include le nuove figure come in una galleria di ritratti, tipizzandole e riducendole a manifestazioni secondarie e devianti delle categorie stereotipate di uomo e donna.”⁵³

Rappresentare la donna come soggetto dallo *status* inferiore a quello maschile, darle visibilità come vittima, descriverla come madre, moglie o figlia di- costituiscono di per sé modalità di rappresentazioni stereotipate. Si tratta spesso di semplificazioni della realtà il cui scopo primario è quello di fornire un *flash* su quello che accade nel mondo, ma il cui effetto indiretto è quello di perpetuare una discriminazione. Continuare a intervistare soggetti di sesso maschile a titolo di esperti, per esempio, concorre a consolidare un pregiudizio di vecchia generazione secondo il quale il mondo delle professioni, del lavoro, della competenza è maschile, il che svalorza e discrimina indirettamente le donne.

Ciò premesso, la variabile con cui si è misurata direttamente la ricorrenza di stereotipi ha rilevato poche notizie concorrenti a rinforzarli, l'1,8% dell'informazione complessiva, corrispondente a un numero di 5 notizie, pochissime, 2 (pari allo 0,7%) concorrenti a sfidarli.

⁵² Nel corso del *GMMP* del 2005 le donne sono risultate centrali nel 10% delle notizie di tutti i media analizzati (radio, stampa, TV) e nel 9% di quelle televisive (*Ibidem*, p. 70)

⁵³ FRANCESCA MOLFINO, *Donne, politica e stereotipi. Perché l'ovvio non cambia?*, Baldini Castoldi Dalai, Milano 2006, p. 356

Grafico 20 Stereotipi di genere nelle notizie



Oltre l'elaborazione dei dati quantitativi, si riporta una breve analisi qualitativa di due notizie in cui emergono stereotipi sessisti, a scopo esemplificativo ed euristico.

La prima notizia riguarda un'inchiesta che ha messo sotto processo poliziotti e titolari di *night club* toscani per aver favorito la concessione del permesso di soggiorno a ballerine provenienti dall'est Europa. Le immagini correlate al testo verbale mostrano due donne seminude che ballano la *lap dance*, in atteggiamenti decisamente seducenti – tanto che le immagini possono considerarsi al limite fra l'*hard sex* e la pornografia – e propongono uno degli stereotipi ritenuti più discriminanti per la donna e al contempo più diffusi dalla televisione, quello della donna oggetto del desiderio sessuale maschile. Più di ogni analisi valgono i *frame* illustrati di seguito.



La seconda notizia riguarda il caso dei trapianti infetti da HIV. Confezionata in un servizio incentrato sulla lettera di scuse scritta dalla biologa responsabile della trascrizione delle analisi all'origine dell'errore sanitario, fornisce alla giornalista che ne è l'autrice l'occasione di tracciare un profilo femminile. Ovviamente i tempi di una *news* sono molto ristretti e il ritratto è rapido ed essenziale, la giornalista sceglie pochi tratti per descrivere la biologa: "ha 52 anni, un curriculum senza pecche, una donna bella, capelli lisci, naso dritto, begli abiti e un'espressione decisa, anche in questa circostanza." La prima caratteristica riguarda l'età, un dato che colloca la biologa fra gli adulti e, indirettamente, fra persone che in virtù della loro non giovane età hanno una maturata esperienza, la dichiarazione "ha 52 anni" seguita da "un curriculum senza pecche" è in realtà un modo per dire che non si tratta di una persona alle prime armi a cui imputare un errore di inesperienza. Il "curriculum senza pecche" rafforza il portato semantico dei 52 anni, sul versante specifico della professionalità: la biologa è una persona competente, con titoli, meriti ed esperienze lavorative (le voci di un curriculum) attestate. A questi primi tratti positivi, che valorizzano la biologa e concorrono alla difesa della sua persona e della sua professionalità, fanno seguito cinque elementi focalizzati sull'estetica del corpo - la bellezza, l'acconciatura, la forma del naso, il *look*, l'espressione facciale - la cui rilevanza ai fini della notizia è pressoché nulla ma il cui effetto ultimo è una svalorizzazione della "professionista" e una rappresentazione stereotipica tutta incentrata sul corpo, secondo i canoni estetici uniformanti della televisione⁵⁴.

⁵⁴ Cfr LUISA BOLLA, FLAMINIA CARDINI, *Carne in scatola. La rappresentazione del corpo nella televisione italiana*, Rai Eri, VQPT n. 170, Roma 1999

CONCLUSIONI

La conduzione di questa indagine si è posta fondamentalmente due obiettivi: tracciare un profilo della rappresentazione di genere in un campione di notiziari toscani e comprendere, attraverso i risultati emergenti, quali sono i meccanismi che favoriscono o sfavoriscono la visibilità delle donne e ne promuovono un'immagine positiva, nella convinzione che la televisione possa costituire un ambiente culturale favorevole alle pari opportunità e alla cultura di genere a partire dai contenuti offerti negli spazi dell'informazione, il luogo in cui massimamente essa aspira a riprodurre la realtà e in cui, al contempo, vigono regole e pratiche che trasformano la riproduzione immediata del mondo in un'immagine più o meno "deformata"⁵⁵.

La prima "deformazione" registrata da questa ricerca riguarda la sottorappresentazione femminile nell'informazione dei telegiornali: le donne di cui si parla o a cui si dà la parola nelle notizie sono solo il 19,8% dei soggetti classificati (103 su 521 soggetti), una percentuale di molto inferiore a quella maschile e a quella delle donne che vivono, agiscono e pensano nel mondo fuori dallo schermo (il 52%).

Nel cercare di comprendere quali sono i meccanismi che nel mediare la realtà sociale ne escludono una parte essenziale, e cioè quella femminile, si sono individuati due ordini di fattori: i criteri di agenda che stabiliscono la priorità delle notizie e i criteri di selezione degli intervistati.

L'analisi correlata dell'agenda dei telegiornali e della presenza di soggetti femminili nei diversi spazi tematici dell'informazione mostra come le donne siano visibili prevalentemente o nel caso in cui sono protagoniste di cattive notizie (il 36,9% del campione femminile è visibile in notizie di scienza e salute, prevalentemente ascrivibili alla vicenda dei trapianti infetti da HIV in cui centrale è il ruolo della biologa responsabile dell'errata trascrizione di analisi all'origine del "misfatto"), o nel caso in cui presenziano in ambiti dell'agire tradizionalmente femminili, come l'educazione/istruzione, per esempio, generalmente poco appetibili al telegiornalismo, ai quali invece alcune testate giornalistiche toscane dedicano un certo spazio (il 7,9% le notizie

⁵⁵ Cfr ALDO GRASSO, MASSIMO SCAGLIONI, *Op. cit.*, p. 103

di educazione/istruzione), “trasgredendo” i criteri di notiziabilità più usuali e mostrando così indirettamente come un’informazione meno sclerotizzata dentro regole e prassi consolidate possa creare spazi di accoglienza per le donne, anche se, per ora, piuttosto limitati.

L’analisi delle funzioni dei soggetti nelle notizie ha consentito di verificare come le donne, nella maggior parte dei casi, compaiono nei telegiornali, se protagoniste degli eventi notiziati, mentre gli uomini sono visibili anche se non direttamente coinvolti nei fatti raccontanti, la visibilità femminile a differenza di quella maschile risulta così più vincolata ai criteri di notiziabilità di temi ed eventi. Le donne risultano dunque penalizzate dai criteri di selezione degli intervistati, anche se i risultati diversificati per rete mostrano come vi siano testate giornalistiche che, scegliendo di dare più spazio di parola alle donne, ne favoriscono una maggiore visibilità.

Se l’analisi dei criteri di selezione delle notizie e degli intervistati mette in evidenza come i meccanismi dell’informazione influiscano sull’inclusione/esclusione delle donne e il confronto fra le diverse linee editoriali delle cinque emittenti considerate mostra come sia possibile creare spazi dell’informazione più accoglienti per le donne, la disamina dei profili femminili emergenti dai contenuti delle notizie evidenzia alcuni punti critici.

Il confronto fra i generi rispetto al contesto delle notizie risulta sfavorevole alle donne, nella misura in cui esse sono concentrate più degli uomini in notizie locali, generalmente rappresentanti ambiti di azione e di pensiero che conferiscono uno *status* inferiore a quelli pertinenti un contesto nazionale o internazionale.

La rappresentazione di uno *status* femminile inferiore a quello maschile è evidenziata anche dall’analisi delle professioni/posizioni sociali dei soggetti: la ripartizione delle donne nelle diverse sfere dell’agire sociale appare meno articolata di quella degli uomini, le donne presentano valori maggiori nelle categorie non professionali (“studente, allievo”, “bambino, adolescente”, “abitante generico di un paese”, “altro”) e, benché numerose a rappresentare la prestigiosa categoria politica (il 18,4%), in proporzione la rappresentano molto meno degli uomini (il 34,2%). E’ invece indicativa di una buona tendenza rilevata anche in recenti indagini sulle emittenti locali la scarsa concentrazione femminile nella categoria della professione/posizione sociale “non esplicitata”, sintomatica, generalmente, di un giornalismo che rende visibili le donne disancorandole da ruoli professionali, sociali, pubblici, contribuendo alla costruzione di identità parziali, normalmente incentrate sulla dimensione privata. A conferma di questa tendenza anche i dati relativi alla descrizione femminile sulla base di relazioni familiari, modalità più volte criticata perché veicola identità parziali, relative in quanto derivate da altri (padre, marito, figlia/o, etc.) e tutte private. Nel campione dei telegiornali analizzati le donne descritte secondo questa modalità sono solo il 3,9%, anche se

costituiscono una percentuale più che il doppio rispetto a quella rilevata nel campione dei soggetti maschili (1,4%).

La seconda “deformazione” rilevata da questa indagine riguarda la visibilità delle donne giornaliste, molto presenti sia nel ruolo di conduttrici (il 53,3%) sia nel ruolo di corrispondenti (54,9%), molte di più delle giornaliste toscane, secondo i dati dell’Ordine dei giornalisti in Toscana (il 31,4%), anche se il confronto rimane impreciso poiché i dati reali riguardano le giornaliste nel loro complesso e non quelle impiegate nelle televisioni locali. Il fenomeno che si è rilevato tuttavia è più volte stato individuato anche da altre ricerche e da studi teorici che hanno parlato di “effetto vetrina” o “visibilità senza potere”, correlando la grande visibilità delle giornaliste nei telegiornali a un giornalismo non orientato al femminile, in cui dominano criteri di selezione delle notizie e degli intervistati storicamente orientati al maschile in ragione dell’esclusione delle donne dai luoghi decisionali. Le giornaliste sono più visibili di quanto siano numerose, e, pur essendo abbastanza numerose, non sono in grado di cambiare le regole e le prassi del telegiornalismo, come confermano i risultati del confronto fra le diverse testate giornalistiche: quelle che registrano il maggior numero di giornaliste non sono necessariamente quelle più accoglienti per le donne. Rimane evidentemente da verificare il loro grado di consapevolezza della questione femminile, nonché la volontà e l’interesse a farsi portatrici mediatiche di una cultura di genere.

Infine, la terza parte di questa indagine ha rilevato una scarsa attenzione al mondo femminile, pochi i casi in cui le donne fanno notizia (l’11,8%), nessuna notizia incentrata su questioni di uguaglianza o disuguaglianza di genere, pochissime occasioni di sfida degli stereotipi (lo 0,7%), anche se le notizie in cui ricorrono stereotipi sono limitate, cinque in tutto. Sebbene, occorre ricordare, rappresentare le donne con uno *status* inferiore agli uomini, darne visibilità in molti casi come vittime, descriverle in modo discriminatorio come madri di-, figlie di-, mogli di- significa nel complesso svalorizzarne il profilo, non promuoverne un’immagine diversificata, realistica, complessa e articolata, tanto meno migliorativa della realtà. L’indagine svolta mostra la permanenza di alcune di queste stereotipie nei telegiornali toscani ma rileva anche l’apertura di spazi e modalità di “buona accoglienza per le donne”, specialmente in alcune testate considerate, indicativa di un telegiornalismo che, se, da un lato, è ancora connotato da elementi di criticità nella rappresentazione di genere, dall’altro, ha effettivamente la possibilità o il potere di evitare discriminazioni basate sul sesso, di dare visibilità al mondo femminile in tutta la sua complessità, di promuovere un’immagine dignitosa della donna.

BIBLIOGRAFIA

ANCORPARI – AUDISAT – NUMIDIA (a cura di), *Prospettive di genere e linguaggi della TV digitale*, ComEdit 2000, Milano 2004

AZZALINI M., *TV locale e rappresentazione di genere. Rappresentanza e rappresentazione femminile nei telegiornali di sei regioni italiane*, Osservatorio di Pavia, Multimedia Cardano, Pavia 2007

AZZALINI M., "Chi fa notizia? Il rapporto Italia GMMP 2005", in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, Anno XXXVI, n. 153, luglio–settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 13–23

BADINTER E., *Fausse Route*, Éditions Odile Jacob, Paris 2003, trad. it. *La strada degli errori. Il pensiero femminista al bivio*, Feltrinelli, Milano 2004

BARCA F. (a cura di), *Le TV invisibili. Storia ed economia del settore televisivo locale*, Rai Eri ZONE, Roma 2007

BARCA F., NOVELLA P., *TV locali in Italia. Organizzazione e programmi*, Rai Eri, VQPT n. 145, Roma 1997

BENTIVEGNA S., *Mediare la realtà*, Franco Angeli, Milano 1995

BIMBI F. (a cura di), *Differenze e disuguaglianze. Prospettive per gli studi di genere in Italia*, Il Mulino, Bologna 2003

BOLLA L., CARDINI F., *Carne in scatola. La rappresentazione del corpo nella televisione italiana*, Rai Eri, VQPT n. 170, Roma 1999

BUONANNO M., "Donne e informazione: accesso potere e cambiamento", in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, Anno XXXVI, n. 153, luglio–settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 57–62

BUONANNO M., *Visibilità senza potere. Le sorti progressive ma non magnifiche delle donne giornaliste italiane*, Liguori Editore, Napoli 2005

BUONANNO M., *Giornaliste in Italia: molta visibilità, poco potere*, "Problemi dell'informazione", 3, vol. XVIII, 1993, pp. 271–298

BUONANNO M., *L'élite senza sapere. Uomini e donne nel giornalismo italiano*, Liguori, Napoli 1988

BUONANNO M., *La donna nella stampa. Giornaliste, lettrici e modelli di femminilità*, Editori Riuniti, Roma 1978

BURR V., *Gender and Social Psychology*, Routledge, London 1998, trad. it. *Psicologia delle differenze di genere*, Il Mulino, Bologna 2000, cap. V, "Rappresentazione e linguaggio", pp. 111–136

CALABRESE O., VOLLI U., *I telegiornali. Istruzioni per l'uso*, Laterza, Bari 1995

CAPECCHI S., *Identità di genere e media*, Le Bussole, Carocci, Roma 2006

CAPECCHI S. (a cura di), *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, numero monografico su *Donne e Media*, Anno XXXV, n. 153, luglio–settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna

CAPECCHI S., *La rappresentazione femminile nell'informazione dell'emittenza televisiva regionale/locale toscana*. Seconda fase Progetto Studio Duo: "Nuove professionalità e nuova occupazione nel campo televisivo: la valorizzazione delle differenze di genere", Roma, maggio 2001

CAPECCHI S., PALLOTTA C., "La rappresentazione di genere nei programmi di approfondimento e di attualità", in CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna...a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001, pp. 105–177

CENSIS–FONDAZIONE ATKINS, *Women and Media in Europe*, Roma 2006

CNEL–OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne, lavoro e TV. L'immagine della donna nei programmi d'informazione*, Roma 2004, sintesi consultabile su <http://www.osservatorio.it/interna.php?section=analysis&m=v&pos=0&idsection=000046>

CNEL–OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne, lavoro, TV. La rappresentazione femminile nei programmi televisivi*, Documenti n. 11, Roma 2002

CO.RE.COM. FRIULI VENEZIA GIULIA, *Donne & Media. Ruolo e spazi della differenza di genere nel mondo costruito dai media* (Ricerca presentata a Trieste il 10 febbraio 2006)

CORNERO L., "Che genere di comunicazione? Uno sguardo sulle ricerche europee", in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, trimestrale di ricerca e pratica sociale, Anno XXXVI, n. 153, luglio–settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 26–32

CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna ... a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001

DEMARIA C., *Teorie di genere. Femminismo, critica postcoloniale e semiotica*, Bompiani, Milano 2003

D'ETTOLE L., SOLITO L., *La presenza femminile nel mondo dell'emittenza locale in Toscana*, Corerat Toscana, 1998

DI CRISTOFARO LONGO G. (a cura di), *La disparità virtuale. Donne e mass media. Documenti della Conferenza di Pechino*, Armando Editore, Roma 1995

GALLAGHER M. (a cura di), *Who makes the news. Global Media Monitoring Project 2005*, WACC, London 2005

GALLAGHER M. (a cura di), *Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2000*, WACC, London 2000

GALLAGHER M. (a cura di), *Women's participation in the news. Global Media Monitoring 1995*, WACC, London 1995

GRIGNAFFINI G., *I generi televisivi*, Carocci, Roma 2004

HÉRITIER F., *Masculin/féminin II. Dissoudre la hiérarchie*, Éditions Odile Jacob, Paris 2002, trad. it. *Dissolvere la gerarchia. Maschile/femminile II*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2004

LASAGNI M. C., RICHERI G., *Televisione e qualità. La ricerca internazionale. Il dibattito in Italia*, Rai Eri, VQPT n. 143, Roma 1996

LOSITO G., *Il potere del pubblico. La fruizione dei mezzi di comunicazione di massa*, Carocci, Roma 2002

LOSITO G., *Il potere dei media*, La Nuova Italia Scientifica, Roma 1994 e Carocci, Roma 1998

MARINI R., *Mass media e discussione pubblica. Le teorie dell'agenda setting*, Laterza, Roma–Bari 2006

MARRONE G., *Estetica del telegiornale*, Meltemi, Roma 1998

MCCOMBS M., SHAW B., "The agenda-setting function of the mass media" in *Public Opinion Quarterly*, 36, University Chicago Press 1972, trad. it. in SARA BENTIVEGNA, *Mediare la realtà*, Franco Angeli, Milano 1995, pp. 61–74

METASTASIO R., *La scatola magica. TV, bambini e socializzazione*, Carocci, Roma 2002

MEYROWITZ J., *No sense of place. The impact of electronic media on social behavior*, Oxford University Press, New York 1985, trad. it. *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna 1995, cap. XI, "Fusione tra maschile e femminile", pp. 307–372

MOLFINO F., *Donne, politica e stereotipi. Perché l'ovvio non cambia?*, Baldini Castoldi Dalai, Milano 2006

OSSERVATORIO DI PAVIA PER CO.RE.COM. LOMBARDIA, *TV locale e rappresentazione di genere. La rappresentazione femminile nelle emittenti televisive lombarde* (in corso di pubblicazione)

OSSERVATORIO DI PAVIA, *Analisi della visibilità televisiva delle donne politiche*, Rapporti 1996, 1997–98, 1999, 2000, 2004, consultabili su www.osservatorio.it

OSSERVATORIO DI PAVIA, *Donne e media. Principali aree di ricerca e di riflessione sul tema del Gender*, http://www.osservatorio.it/cont/gender/cont_gender.php

PIAZZA M. (a cura di), *TV in genere: presenze e immagini di donne in TV*, Coordinamento giornaliste RAI, (mimeo), Roma 1991

PICCONI STELLA S., SARACENO C. (a cura di), *Genere. La costruzione sociale del femminile e del maschile*, Il Mulino, Bologna 1996

POGGIO B. (a cura di), *Donne & media. Ricerca sulla percezione della figura femminile nei programmi televisivi*, AIART, Associazione Spettatori

RAI, Segretariato sociale e Rapporti con il pubblico, *Un anno di temi sociali nella programmazione RAI. Questioni femminili, analisi qualitativa dei programmi e delle rubriche*, RAI, Roma 2003

ROSTI L., *Femina oeconomica. Investire sulle donne conviene all'impresa*, Ediesse, Roma 1996

RUSPINI E., *Le identità di genere*, Carocci, Roma 2003

SABATINI A. (a cura di), *Il sessimo nella lingua italiana*, Commissione nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna, Istituto poligrafico e zecca dello Stato, Roma 1987

SILIATO F., "Gli uomini, le donne ed i telegiornali", in CORNERO L. (a cura di), *Una, nessuna ... a quando centomila? La rappresentazione della donna in televisione*, Rai Eri, VQPT n. 184, Roma 2001, pp. 87–103

VALENTINI C., *Le donne fanno paura*, Il Saggiatore, Milano 1997

WOLF M., *Gli effetti sociali dei media*, Bompiani, Milano 1992

WOLF M., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano 1985

SOMMARIO

PREPARAZIONE

1. Cosa analizzare e codificare (le unità di osservazione)
2. Prima di iniziare l'analisi

SCHEDA DI ANALISI: SISTEMA DI CODIFICA

- A. Anagrafica
- B. Notizia
- C. Analisi dei contenuti
- D. Soggetti
- E. Commenti e spiegazioni

⁵⁶ Metodologia e scheda di analisi, redatte sotto forma di guida all'analisi, sono tradotte dalla *Television monitoring guide* del *GMMP 2005*, con l'apporto di alcune modifiche che tengono conto dell'ambito di applicazione a notiziari locali

PREPARAZIONE

1. Cosa analizzare e codificare (le unità di osservazione)

Analizzare:

- tutti i generi di notizie – politica, cronaca, esteri, istruzione, sanità, economia, intrattenimento, spettacolo, etc.
- notizie sportive – rilevarle solamente se all'interno del notiziario (non rilevare un programma interamente dedicato allo sport – es. Rubriche sportive)
- previsioni del tempo (Meteo) – rilevarle solamente se all'interno del notiziario (non rilevare le previsioni del tempo completamente separate dai notiziari – es. Rubrica Meteo).

Non analizzare:

- lanci di notizie o titoli: alcune notizie sono anticipate da brevi lanci nel corso del notiziario. Questi lanci non vanno codificati, mentre lo saranno ovviamente le notizie a essi collegati.
- Notizie in sovrapposizione. Alcuni notiziari presentano testi di notizie che scorrono in sovrapposizione, normalmente in fondo allo schermo, per aggiornamenti di notizie o notizie dell'ultima ora, mentre il giornalista o corrispondente presenta una notizia differente. Non rilevare il testo in sovrapposizione. Rilevare la notizia che è presentata dal giornalista o dal corrispondente.
- Pubblicità.

Nota: qualora vi sia un caso dubbio nella rilevazione, procedere nell'analisi e inserire una nota che spieghi il dubbio incontrato e segnalarlo al responsabile di progetto.

2. Prima di iniziare l'analisi

Per ognuna delle notizie si dovranno rilevare quattro tipi di informazioni:

(A) anagrafiche (data, rete, orario di trasmissione, conduttori);

(B) sulla notizia (tema);

(C) su contenuti rilevanti nelle rappresentazioni del genere, nella notizia;

(D) sui soggetti che appaiono nella notizia;

(E) commenti e spiegazioni eventualmente utili a chiarimenti o informazioni ulteriori.

La scheda di analisi, parti A, B, C, D, è strutturata a voci chiuse e codificate, ogni variabile può assumere soltanto valori numerici o codificati ordinati in specifici elenchi. In altre parole, la scheda deve essere compilata come se fosse un questionario in cui per ogni domanda vi sono più risposte possibili ma tutte predefinite.

Nella sezione successiva di questa guida, il sistema di codifica spiega tutte le informazioni richieste dalla scheda, così come sono specificate tutte le possibili modalità di risposta.

SCHEDA DI ANALISI: SISTEMA DI CODIFICA

A. ANAGRAFICA

Compilare questa parte della scheda una sola volta per ogni TG.

Analista: codice individuale, assegnato a ogni analista.

Rete: emittente che trasmette il TG, sulla scheda va segnato il codice a cui corrisponde il nominativo, secondo l'elenco di seguito riportato.

- | | |
|---|------------|
| 1 | Canale 10 |
| 2 | Canale 50 |
| 3 | Italia 7 |
| 4 | RTV38 |
| 5 | Toscana TV |

Ora di inizio (del TG): scrivere l'orario di inizio del notiziario con il sistema delle 24 ore, es. 08.30, 13.00.

Numero dei conduttori: normalmente il notiziario televisivo avrà uno o due conduttori in studio. Il conduttore è la persona che presenta il notiziario e le singole notizie contenute. In questa parte della scheda di analisi, ricordarsi di scrivere (a) il numero di donne conduttrici, e (b) il numero di uomini conduttori dell'intero notiziario.

Nota: si devono includere solamente i conduttori. Non includere i corrispondenti o altri giornalisti.

B. NOTIZIA

Compilare questa parte della scheda una sola volta per ognuna delle notizie del TG.

1. Posizione notizia

Scrivere il numero che descrive la posizione della notizia all'interno del TG. Es. la prima notizia nel TG sarà codificata con 1; la quinta con 5.

2. Argomento

E' stata preparata una lista di 45 possibili argomenti, raggruppati in macrocategorie (Politica, Economia, etc.). Per ognuno dei 45 argomenti, viene esemplificata una serie di temi per semplificare l'operazione di classificazione delle notizie in argomenti appropriati. Per esempio, se la notizia riguarda la povertà, la questione della casa, il welfare, aiuti a bisognosi, si dovrà classificare la notizia utilizzando il codice 7. I temi proposti non sono esaustivi; quindi utilizzare lo stesso codice anche quando la notizia è su questioni similari – es. piani di demolizione di un'area dismessa, piano di riallocazione dei senza fissa dimora.

In ognuna delle macrocategorie, è stata inclusa una voce "Altro". Usare questa categoria con parsimonia, solo come ultima scelta.

Scegliere l'argomento che meglio descrive il taglio della notizia. Ricordarsi che un singolo evento può essere riportato in forme/tagli diversi. Per esempio, l'attentato alla ferrovia di Madrid nel marzo 2004 in Spagna.

Un servizio su come gli attacchi sono stati condotti sarebbe Argomento = 34 Guerra, Guerra civile, terrorismo...

Un servizio su come l'evento possa influenzare le relazioni diplomatiche della Spagna con la Gran Bretagna e gli USA sarebbe Argomento = 2 Politica Estera...

Talvolta in uno stesso servizio saranno trattati diversi argomenti: scegliere quello che assume maggiore rilevanza – in termini di quantità di tempo o commento ad esso dedicato.

Elenco degli argomenti

Politica e Governo

- 1 Politica interna/governo (locale, nazionale), elezioni, discorsi politici, processo politico ...
- 2 Politica Estera e Internazionale, relazioni con altri paesi, negoziazioni e trattative, trattati, missioni di pace dell'ONU ...
- 3 Difesa nazionale, spese militari, addestramento militare, parate militari ...
- 4 Altre notizie di Politica

Economia

- 5 Politica economica, strategie, modelli (nazionali, internazionali) ...
- 6 Indicatori economici, statistiche, business, commercio, mercati ...
- 7 Povertà, politiche sulla casa, questioni sociali, Welfare, aiuti a bisognosi ...
- 8 Lavoro, scioperi, sindacati, trattative, occupazione, disoccupazione ...
- 9 Economia agricola, agricoltura, politiche agricole, diritti sulla terra ...
- 10 Questioni relative al consumo, protezione dei consumatori, regolamenti, prezzi, frodi ai danni dei consumatori ...
- 11 Trasporti, traffico, strade ...
- 12 Altre notizie di Economia

Scienza e Salute

- 13 Scienza, tecnologia, ricerca, finanziamenti, scoperte, innovazioni ...
- 14 Medicina, salute, igiene, sicurezza, disabili, ricerca medica, finanziamenti (escluso HIV-AIDS)...
- 15 HIV-Aids, incidenza, politiche, trattamenti medici, persone contagiate ...
- 16 Altre epidemie, virus, contagi, BSE, SARS ...
- 17 Controllo delle nascite, fertilità, sterilità, amniocentesi, interruzione di gravidanza ...
- 18 Ambiente, natura, inquinamento, riscaldamento del pianeta, ecologia, turismo ...
- 19 Altre notizie di Scienza e Salute

Questioni Sociali e Legali

- 20 Questioni sullo sviluppo, sostenibilità, sviluppo locale ...
- 21 Educazione, cura dei figli, asili, scuola, università, formazione, alfabetismo ...
- 22 Relazioni familiari, conflitti inter-generazionali, genitori single ...
- 23 Diritti umani, diritti delle donne, diritti dei bambini, diritti di gay e lesbiche, diritti dei minori ...
- 24 Religione, cultura, tradizioni, controversie, insegnamenti, celebrazioni, rituali ...
- 25 Migrazioni, rifugiati, richieste d'asilo, conflitto etnico, integrazione, razzismo, xenofobia ...
- 26 Movimento delle donne, attivismo, eventi, manifestazioni, azioni per perseguire l'uguaglianza di genere ...
- 27 Cambiamenti nelle relazioni di genere, ruoli e relazioni di donne e uomini in ambiente

domestico ...

- 28 Diritto di famiglia, diritti di proprietà, leggi e diritti sull'eredità ...
- 29 Sistema legale, sistema giuridico, legislazione (tranne le leggi su famiglia, povertà e eredità) ...
- 30 Altre notizie su Questioni Sociali e Legali

Criminalità e Violenza

- 31 Crimini non violenti, borseggi, rapine, spaccio di stupefacenti, corruzione (inclusi corruzione politica e malaffare) ...
- 32 Crimini violenti, omicidi, sequestri e rapimenti, aggressioni, violenza connessa allo spaccio di droga, maltrattamento minori ...
- 33 Violenza sessuale, molestie, violenza domestica, stupri, sfruttamento, mutilazioni genitali, pedofilia ...
- 34 Guerra, guerra civile, terrorismo, violenza di stato ...
- 35 Sommosse, manifestazioni, disordine pubblico ...
- 36 Disastri, incidenti, carestie, terremoti, alluvioni, uragani, disastri aerei, incidenti d'auto ...
- 37 Altre notizie di Criminalità e Violenza

VIP, Arte e Media

- 38 Cronaca rosa, pettegolezzi, nascite, matrimoni, morti, necrologi, persone famose, VIP, nobiltà ...
- 39 Arte, intrattenimento, tempo libero, cinema, teatro, libri, danza ...
- 40 Mass media, inclusi i nuovi media (computers, internet), pornografia...
- 41 Bellezza, modelle, moda, consigli di bellezza, cosmetici ...
- 42 Sport, eventi, giocatori, strutture, allenamenti, politiche, finanziamenti ...
- 43 Altre notizie di VIP, Arte e Media

Previsioni del tempo

- 44 Previsioni del tempo e rubriche meteo se parte del notiziario

Altro

- 45 Altro argomento: usare solamente se nessuna delle precedenti opzioni è utilizzabile

3. Contesto

Rilevare il contesto geografico più esteso nella narrazione: se l'evento ha una rilevanza sia regionale, sia nazionale, scegliere nazionale.

Codificare il contesto secondo una prospettiva regionale.

- 0 Non so, Non determinabile
- 1 Comunale: ha importanza in un ambito comunale (uno o più comuni) della regione di pertinenza dell'emittente analizzata
- 2 Provinciale: ha importanza in un ambito provinciale (una o più province) della regione di pertinenza dell'emittente analizzata
- 3 Regionale: ha importanza nell'ambito della regione di pertinenza dell'emittente analizzata
- 4 Locale–Fuori regione: ha importanza in ambito comunale, provinciale o regionale di una regione non di pertinenza dell'emittente analizzata
- 5 Inter–Regionale: riguarda sia la regione di pertinenza dell'emittente analizzata sia altre regioni o realtà locali
- 6 Sovra–Regionale: riguarda sia la regione di pertinenza dell'emittente analizzata sia realtà nazionali estere
- 7 Nazionale: ha importanza a livello nazionale (italiano)

- 8 Sovra–Nazionale: coinvolge sia l'Italia sia altri paesi
- 9 Estero, internazionale: coinvolge altri paesi o il mondo in generale (es. Riscaldamento del pianeta)

C. ANALISI DEI CONTENUTI

Quando e come le donne fanno notizia? Fino a che punto i notiziari aumentano la consapevolezza pubblica delle ineguaglianze fra donne e uomini? Gli stereotipi femminili e maschili sono rinforzati o sfidati dalle notizie?

Rilevare queste informazioni una sola volta per ogni notizia – nella prima riga della notizia – dalla colonna 4 alla 7.

4. Centralità femminile

Sono le donne centrali nella narrazione della notizia?

Nella maggior parte dei casi sono gli uomini a fare notizia – in altre parole, le persone le cui azioni o opinioni sono riportate nei notiziari sono prevalentemente maschi. Tuttavia, le donne talvolta “fanno notizia” in maniera significativa. Si vuole evidenziare il tipo di notizie nelle quali le donne giocano un ruolo centrale.

Alcune notizie si focalizzano su gruppi di donne, o su una sola donna – es. una notizia su una squadra di calcio femminile, o su una donna che ha commesso un reato.

Altre notizie hanno a che fare con questioni che toccano le donne in modo particolare – es. una notizia sulla disoccupazione femminile, o sull'incidenza dell'HIV–AIDS fra le donne.

In tutti questi esempi, le donne sono centrali nella narrazione. Nel dubbio se le donne sono centrali nelle notizie, classificare la notizia con il codice 3 (“Non so”).

- 1 Sì, le donne sono centrali alla narrazione
- 2 No, le donne non sono centrali alla narrazione della notizia
- 3 Non so, Non determinabile

5. Uguaglianza/disuguaglianza

Le notizie mettono chiaramente in evidenza questioni che riguardano l'uguaglianza o la disuguaglianza fra donne e uomini?

Le notizie in cui le donne sono centrali nella narrazione non necessariamente mettono in evidenza questioni di uguaglianza o disuguaglianza. Ad esempio, un servizio che contiene un'intervista con un ministro dell'economia donna può focalizzarsi sulle sue opinioni su tariffe commerciali, o sulla politica economica generale. Questa notizia andrebbe classificata come notizia che non mette in evidenza questioni di uguaglianza o disuguaglianza di genere. Tuttavia, se il ministro spende tempo nell'intervista a descrivere le strategie del governo per ridurre le differenze salariali fra donne e uomini, la notizia metterebbe in effetti in risalto questioni di uguaglianza.

Allo stesso modo, le notizie nelle quali le donne non sono centrali alla narrazione possono in realtà mettere in evidenza questioni di uguaglianza. Ad esempio, una notizia sul lancio di un piano per rilasciare prestiti e sussidi per le piccole imprese potrebbe esaminare se le donne e gli uomini sono potenzialmente equi beneficiari di questo piano, se le informazioni sul piano raggiungono equamente donne e uomini, e così via. In questo caso la risposta giusta è la 1: la

notizia “Sì, mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza”. Tuttavia, una notizia sul lancio di un piano del genere che semplicemente riporti la quantità di denaro disponibile, o il tipo di società eligibili, sarebbe classificata con il codice 2.

Nel dubbio o quando non si può decidere se la notizia mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza, classificare la notizia con il codice 3.

- 1 Sì, mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza
- 2 No, non mette chiaramente in luce questioni di uguaglianza/disuguaglianza
- 3 Non so, Non determinabile

6. Stereotipi

La notizia rinforza chiaramente o sfida gli stereotipi su donne e/o uomini?

Alcuni stereotipi su donne e uomini sono abbastanza universali. Ad esempio, le donne sono generalmente percepite come non ambiziose, irrazionali, fragili, dipendenti; gli uomini sono normalmente considerati ambiziosi, razionali, forti, indipendenti. Ognuno è al corrente degli stereotipi che sono comunemente affibbiati alle donne e agli uomini nella propria cultura.

Alcune notizie chiaramente sfidano questi stereotipi; alcune notizie chiaramente li rinforzano. Altre notizie ancora non sfidano né rinforzano chiaramente gli stereotipi. Il linguaggio (la scelta delle parole) e le immagini (la scelta delle inquadrature) nel servizio aiutano a decidere quale codifica effettuare. Nel dubbio, o impossibilità di decidere, scegliere di classificare la notizia con il codice 4.

- 1 Stereotipi chiaramente sfidati
- 2 Stereotipi chiaramente rinforzati
- 3 Stereotipi né sfidati, né rafforzati (assenti)
- 4 Non so, Non determinabile

D. SOGGETTI

Compilare questa parte della scheda per tutti i soggetti pertinenti.

Sono soggetti pertinenti ai fini dell'analisi:

- tutti i conduttori del notiziario: rilevare il conduttore in ogni notizia, anche se si ripete la stessa persona.
- tutti i corrispondenti
- tutti i soggetti nel servizio che parlano direttamente in video
- tutti i soggetti di cui si parla in una notizia, anche se solo citati e/o non appaiono direttamente in video.

Rilevare solamente soggetti individuali.

Non sono soggetti pertinenti ai fini dell'analisi:

- gruppi (es. un reparto di infermiere, un battaglione di soldati)
- organizzazioni, compagnie, entità collettive (es. partiti politici)
- personaggi di film e fiction (a meno che la notizia sia su di loro)

- figure storiche defunte (a meno che la notizia sia su di loro)
- interpreti (rilevare la persona intervistata come se parlasse senza un interprete).

Utilizzando le immagini e, per i personaggi pubblici, tutte le fonti di conoscenza, anche personali, di cui si dispone, rilevare le maggiori informazioni possibili sulle persone che compaiono nei notiziari.

7. Ruolo

- 1 Conduttore, annunciatore o presentatore: normalmente nello studio televisivo
- 2 Corrispondente: normalmente fuori dallo studio, include anche i corrispondenti che non appaiono sullo schermo, ma di cui si sente solo la voce
- 3 Altri giornalisti (in redazione): giornalista sportivo, annunciatore delle previsioni del tempo, commentatore/analista, giornalista sul terminale d'agenzia, etc.
- 4 Soggetto nella notizia: persone di cui parla la notizia e persone intervistate (gente della strada, esperti, opinionisti, etc.), sia in studio sia in collegamento.

8. Genere

- 1 Donna
- 2 Uomo
- 3 Altro: *transgender*, transessuale
- 4 Non so, Non determinabile

9. Età

Codificare l'età che la persona dimostra di avere, anche se non è direttamente dichiarata. Nei casi limite, scegliere la classe di età maggiore. Es., se si è indecisi fra la classe di età 20–34 e 35–49, scegliere la fascia “35–49”. Nel caso di notizie su figure storiche decedute, scegliere l'età che la persona dimostra di avere nelle immagini mandate in onda. N.B. Non rilevare figure storiche decedute a meno che la storia sia proprio su di loro.

- 0 Non so, Non determinabile (es., la persona può non essere chiaramente visibile)
- 1 12 anni o meno
- 2 13–18
- 3 19–34
- 4 35–49
- 5 50–64
- 6 65 anni o più

NOTA: RILEVARE LE SUCCESSIVE INFORMAZIONI SOLO PER I SOGGETTI DELLE NOTIZIE.

10. Professione o posizione sociale

Rilevare una professione o posizione sociale per ogni soggetto dei notiziari. Se la persona è descritta con due professioni, si dovrà fare una scelta – es., scegliere la professione prevalente, che sembra più rilevante nel contesto della notizia.

I soggetti con un lavoro autonomo dovrebbero essere classificati nella categoria che corrisponde al loro campo di lavoro – es., un analista informatico autonomo sarà classificato

nella categoria 7, una persona che possiede una piccola società sarà classificata nella categoria 10.

Nel caso di persone note al grande pubblico, rilevare la professione anche qualora non sia esplicitata nel servizio.

- 0 Non esplicitata. La notizia non descrive la professione o la posizione sociale della persona.
- 1 Reale, monarca reggente, monarca deposedo, ogni membro della famiglia reale ...
- 2 Ministro o membro del Governo, politico, presidente, primo ministro, leader politico, portavoce ...
- 3 Impiegati governativi, dipendenti pubblici, burocrati, diplomatici, ufficiali dei servizi segreti ...
- 4 Polizia, militari, gruppi para-militari, milizie, guardie carcerarie, agente di sicurezza, vigile del fuoco ...
- 5 Accademici, educatori, insegnanti, ricercatori universitari (tutte le discipline), maestri d'asilo e scuola materna ...
- 6 Professioni nell'ambito del sistema sociale e sanitario, medici, infermieri, tecnici di laboratorio, lavoratori socialmente utili, psicologi ...
- 7 Professioni nell'ambito della Scienza e Tecnologia, ingegneri, tecnici, informatici ...
- 8 Professioni nell'ambito dei Media, giornalisti, registi di cinema e teatro ...
- 9 Avvocati, giudici, magistrati, esperti legali, impiegati nel settore legale ...
- 10 Uomini d'affari, dirigenti, manager, imprenditori, economisti, esperti finanziari, agenti di borsa ...
- 11 Impiegati d'ufficio o nei servizi, impiegati senza funzioni manageriali in uffici, magazzini, ristoranti, catering ...
- 12 Rappresentanti di commercio, artigiani, manovali, camionisti, lavoratori nel campo delle costruzioni, nelle fabbriche e domestici ...
- 13 Agricoltori, minatori, pescatori, forestali ...
- 14 Figure religiose, preti, frati, rabbini, mullah, suore ...
- 15 Attivisti o lavoratori in organizzazioni della società civile, organizzazioni non governative, sindacati, associazioni su diritti umani, consumatori, ambiente, agenzie di aiuti, associazioni di categoria, Nazioni Unite ...
- 16 Lavoratori del sesso, prostitute ...
- 17 Celebrità, artisti, attori, scrittori, cantanti, personalità del mondo della radio o televisione ...
- 18 Sportivi, atleti, giocatori, allenatori, arbitri ...
- 19 Studenti, allievi, scolari
- 20 Lavoratore domestico (casalingo/a), genitore, sia donna sia uomo. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. Una donna medico che è anche descritta come madre sarà codificata 6.
- 21 Bambini, adolescenti (fino a 18 anni). Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione/posizione sociale, es. Uno scolaro è codificato con 19, un bambino manovale con 12.
- 22 Abitante generico di un paese non impiegato in una occupazione specifica. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. Un insegnante che è anche descritto come abitante di un paese sarà codificato con 5.
- 23 Pensionati. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. un poliziotto in pensione sarà codificato con 4; un politico in pensione con 2.
- 24 Criminali, sospetti di reato. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra occupazione, es. un avvocato sospettato di aver commesso un crimine sarà codificato con 9; un politico che ha commesso un reato sarà codificato con 2.
- 25 Disoccupato. Utilizzare questa categoria solamente se non viene fornita un'altra

occupazione, es. un attore disoccupato sarà codificato con 17; un disoccupato che commette un reato sarà codificato con 24.

26 Altro. Utilizzare il campo solo come ultima soluzione (specificare l'occupazione/posizione sociale in "Commenti e spiegazioni" nella scheda di analisi).

11. Funzione nella notizia

Con quale funzione o ruolo questa persona è parte della storia?

Scegliere solamente una categoria per ogni persona nella notizia. Se vi sono più persone nella stessa notizia, alcune di esse possono avere la stessa funzione. Es., la storia può essere su due persone, nel qual caso entrambe le due persone avranno codice 1; la storia può includere, per es., tre testimoni oculari, nel qual caso tutti e tre avranno codice 5.

Il Codice 1 avrà la precedenza sugli altri codici. Es., se la persona è sia Soggetto sia Portavoce, scegliere il Codice 1=Soggetto.

- 0 Non so, Non determinabile: la funzione della persona non è chiara.
- 1 Protagonista: la storia è *su* questa persona, o su qualcosa che la persona ha fatto, detto, etc.
- 2 Portavoce: la persona rappresenta, o parla in nome di un'altra persona, gruppo o organizzazione
- 3 Esperto o commentatore: la persona fornisce informazioni aggiuntive, opinioni o commenti, che si basano su conoscenze o competenze specifiche
- 4 Esperienza personale: la persona fornisce opinioni o commenti, che si basano sull'esperienza personale; l'opinione non intende riflettere le visioni di un gruppo più ampio
- 5 Testimone oculare: la persona rilascia una testimonianza o un commento che si basa sull'osservazione diretta (es. essendo presente durante l'evento)
- 6 Opinione popolare: l'opinione della persona è intesa a riflettere quella popolare (es., interviste per strada, la voce dei cittadini); è implicito che il punto di vista della persona è condiviso da un gruppo più ampio di persone.
- 7 Altro. Utilizzare solo come ultima possibilità (descrivere la funzione in "Commenti e spiegazioni" nella scheda di analisi).

12. Relazioni familiari

Le donne sono spesso tratteggiate nei notiziari in base ai loro ruoli e alle relazioni familiari (moglie di, figlie di, etc.). Gli uomini sono anch'essi talvolta descritti in questo modo (marito di, figlio di, etc.).

Questa variabile intende rilevare se il soggetto protagonista è descritto, in qualsiasi punto del racconto, in base ai ruoli/relazioni familiari (es. moglie, marito, figlia, figlio, zia, zio, nonna, nonno, etc.).

- 1 Sì. Utilizzare "Sì" solamente se il termine "moglie", "marito" è effettivamente utilizzato per descrivere la persona.
- 2 No

13. Vittima

Il racconto identifica la persona chiaramente come vittima?

Si deve rilevare una persona come vittima sia quando il termine “vittima” è utilizzato per descrivere la persona, sia quando il racconto esplicita che la persona è una vittima – es. usando un linguaggio o delle immagini che evocano particolari emozioni forti, spaventose, di pietà per una persona.

Qualche volta una persona può essere identificata come vittima in più eventi o situazioni – ad esempio, una persona coinvolta in un incidente d’auto che è stata poi derubata. In questi casi si dovrà fare una scelta – es. scegliere l’evento o la circostanza a cui viene data più rilevanza nel racconto.

Nota: una persona può essere identificata sia come vittima sia come sopravvissuto nella stessa notizia. Codificare una persona come vittima non preclude la possibilità di codificare la stessa persona anche come sopravvissuto.

0 Non una vittima

1 Vittima di un incidente, disastro naturale, povertà, malattia ...

2 Vittima di violenza domestica (da parte del marito/moglie/partner/ altri familiari), violenza psicologica, aggressione fisica, stupro familiare, omicidio in famiglia...

3 Vittima di violenza o abuso sessuale non domestica, molestie sessuali, stupri, sfruttamento ...

4 Vittima di altri crimini, rapine, aggressioni, omicidi ...

5 Vittima di violazioni per motivi di religione, tradizioni, credenze culturali, mutilazioni genetiche ...

6 Vittima di guerra, terrorismo, violenza di stato ...

7 Vittima di discriminazioni basate su sesso, razza, etnia, età, religione ...

8 Altra vittima: descrivere nella sezione “Commenti e spiegazioni” della scheda di analisi ...

9 Non so, non si riesce a decidere

14. Sopravvissuto

Il racconto identifica la persona chiaramente come sopravvissuto?

Si deve rilevare una persona come sopravvissuta sia quando il termine “sopravvissuto” è effettivamente utilizzato per descrivere la persona, sia quando il racconto esplicita che la persona è un sopravvissuto – es. usando un linguaggio o delle immagini che evocano particolari emozioni di ammirazione o rispetto per la persona.

Qualche volta una persona può essere identificata come sopravvissuta in più di un evento o circostanza, si dovrà fare una scelta – es. scegliere l’evento o la circostanza a cui viene data più rilevanza nel racconto.

Nota: una persona può essere identificata sia come vittima sia come sopravvissuto nella stessa notizia. Codificare una persona come sopravvissuto non preclude la possibilità di codificare la stessa persona anche come vittima.

0 Non un sopravvissuto

1 Sopravvissuto a incidente, disastro naturale, povertà, malattia ...

2 Sopravvissuto a violenza domestica (da parte del marito/moglie/partner/altro familiare), violenza psicologica, aggressione fisica, stupro familiare, omicidio in famiglia ...

3 Sopravvissuto a violenza o abuso sessuale non domestica, molestie sessuali, stupri, sfruttamento ...

4 Sopravvissuto a altri crimini, rapine, aggressioni, omicidi ...

5 Sopravvissuto a violazioni per motivi di religione, tradizioni, credenze culturali, mutilazioni genetiche ...

- 6 Sopravvissuto a Guerra, terrorismo, violenza di stato ...
- 7 Sopravvissuto a discriminazioni basate su sesso, razza, etnia, età, religione ...
- 8 Altro sopravvissuto: descrivere nella sezione "Commenti e spiegazioni" della scheda di analisi ...
- 9 Non so, non si riesce a decidere

F. COMMENTI E SPIEGAZIONI

Questa parte della scheda è l'unica voce aperta della scheda ed è predisposta per raccogliere informazioni eventualmente utili all'interpretazione dei risultati dell'analisi.