

# WHO MAKES THE NEWS?



**GMMP+30**

# 2025

## GLocal Media Monitoring Project Report

Monia Azzalini  
Osservatorio di Pavia

---

Marche e Trentino



Il Rapporto GLocal Media Monitoring Project 2025 è pubblicato con licenza Creative Commons con Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate.

Il GLocal Media Monitoring Project 2025 è stato realizzato dall'Osservatorio di Pavia, con il supporto del Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia autonoma di Trento e il Co.Re.Com. Marche, che hanno finanziato il progetto.

Il GLocal Media Monitoring Project 2025 è collegato al Global Media Monitoring Project+30, coordinato dalla World Association for Christian Communication (WACC), una ONG internazionale che promuove la comunicazione per un cambiamento sociale, e realizzato in collaborazione con UN WOMEN l'agenzia delle Nazioni Unite per l'Uguaglianza di genere e l'Empowerment femminile.



Attribuzione. È possibile condividere e modificare questo lavoro alla condizione di riconoscerne l'autorialità in modo adeguato.

Non commerciale. Non è consentito utilizzare questo lavoro per scopi commerciali.

Non opera derivate. Non è consentito alterare, trasformare o usare quest'opera per crearne un'altra.

Per ogni utilizzo o distribuzione, è necessario chiarire agli altri i termini di licenza di quest'opera.

Il vostro uso corretto e gli altri diritti non sono influenzati in nessun modo da quanto sopra.

Ricerca condotta da



Con il supporto e il finanziamento di



# INDICE

<b>INDICE .....</b>	<b>3</b>
<b>PREFAZIONE .....</b>	<b>5</b>
<b>1. UN GIORNO DI INFORMAZIONE LOCALE.....</b>	<b>9</b>
1.1. CONTESTO DELLA RICERCA: CAMPIONE E METODOLOGIA DI ANALISI.....	9
1.2. UN GIORNO D'INFORMAZIONE: AGENDA E TEMI DEL 6 MAGGIO 2025.....	11
1.3. IL CONTESTO DELLE NOTIZIE.....	15
<b>2. OGGETTI E FONTI DELL'INFORMAZIONE: CHI FA NOTIZIA .....</b>	<b>16</b>
2.1. LA VISIBILITÀ DELLE DONNE NELL'INFORMAZIONE LOCALE .....	16
2.2. LA VISIBILITÀ FEMMINILE PER AREE TEMATICHE E ARGOMENTI DELLA NOTIZIA.....	17
2.3. LA VISIBILITÀ FEMMINILE PER CONTESTO DELL'INFORMAZIONE .....	19
2.4. LE FUNZIONI NARRATIVE DI CHI FA NOTIZIA.....	21
2.5. PROFESSIONI E POSIZIONI SOCIALI DI CHI FA NOTIZIA .....	23
2.6. L'ETÀ DI CHI FA NOTIZIA .....	26
2.7. VITTIME E SOPRAVVISSUTI: DONNE E UOMINI A CONFRONTO.....	28
2.8. RELAZIONI FAMILIARI: GENERI A CONFRONTO.....	29
2.9. GRUPPI MINORITARI PER GENERE .....	30
2.10. DOMANDE SPECIALI.....	31
<b>3. GIORNALISTE E GIORNALISTI: CHI DÀ LE NOTIZIE .....</b>	<b>32</b>
3.1. CHI CONDUCE I TG .....	32
3.2. LA VISIBILITÀ DI GIORNALISTE E GIORNALISTI.....	32
3.3. L'ETÀ DI GIORNALISTE E GIORNALISTI.....	34
3.4. GLI ARGOMENTI DELLE NOTIZIE A CURA DI GIORNALISTE E GIORNALISTI.....	35
3.5. IL CONTESTO DELLE NOTIZIE DI GIORNALISTE E GIORNALISTI.....	39
<b>4. PRATICHE GIORNALISTICHE.....</b>	<b>40</b>
4.1. RIFERIMENTI A LEGGI O POLITICHE PER L'UGUAGLIANZA DI GENERE E I DIRITTI UMANI .....	40
4.2. CENTRALITÀ FEMMINILE.....	41
4.3. DISUGUAGLIANZE TRA DONNE E UOMINI .....	42
4.4. SFIDA AGLI STEREOTIPI .....	42
<b>5. STUDI DI CASO.....</b>	<b>44</b>
5.1. STUDIO DI CASO 1: STEREOTIPI PALESI .....	44
5.2. STUDIO DI CASO 2: STEREOTIPI SOTTILI .....	44
5.3. STUDIO DI CASO 3: OCCASIONI MANcate .....	45
5.4. STUDIO DI CASO 4: SFIDA AGLI STEREOTIPI .....	45
5.5. STUDIO DI CASO 5: BILANCIAMENTO DELLE FONTI (e sfida agli stereotipi).....	46
5.6. STUDIO DI CASO 6: APPROFONDIMENTO QUESTIONI DI GENERE .....	47
<b>6. CONCLUSIONI.....</b>	<b>48</b>



## PREFAZIONE

Il *GLocal Media Monitoring Project* (GLocal) è un progetto avviato dall’Osservatorio di Pavia nel 2010, in occasione della quarta edizione del *Global Media Monitoring Project* (GMMP)<sup>1</sup>, il più vasto studio a livello internazionale sulla rappresentazione delle donne nell’informazione e anche un’iniziativa volta a promuovere l’uguaglianza di genere e l’*empowerment* femminile, dentro e attraverso i media.

Nato nel 1995, in occasione della quarta conferenza mondiale sulle donne convocata dall’ONU a Pechino, il GMMP si collega agli obiettivi dell’area J (“Donne e media”) della Dichiarazione e piattaforma d’azione approvata in quell’occasione dalle Nazioni Unite e sottoscritta da tutti gli Stati membri<sup>2</sup>.

Obiettivo strategico J.1 – Aumentare la partecipazione e l’accesso delle donne all’espressione e al *decision-making* nei e attraverso i media e le nuove tecnologie della comunicazione.

Obiettivo strategico J.2 – Promuovere una rappresentazione bilanciata e non stereotipata delle donne nei media.

Il GMMP ha una periodicità quinquennale, proponendosi anzitutto come strumento di raccolta dati per l’aggiornamento dell’agenda di Pechino. Ogni cinque anni, la *World Association for Christian Communication* (WACC)<sup>3</sup>, l’associazione che coordina il GMMP su scala internazionale, programma una giornata di monitoraggio mondiale, durante la quale i mezzi di informazione di tutti i paesi aderenti al progetto vengono monitorati, cioè sottoposti a un’analisi dei contenuti.

La scelta di concentrare il monitoraggio su una sola giornata campione è dettata da diversi motivi di ordine pratico: il GMMP si basa sull’attività volontaria di gruppi spesso formati da rappresentanti di associazioni femminili, ong, onlus o ricercatori e ricercatrici di università o centri di ricerca che possono organizzarsi per un monitoraggio quotidiano ma non sarebbero in grado di strutturarsi per un’attività di più lungo periodo.

Anche la scelta di circoscrivere la ricerca ai formati informativi – specificatamente i giornali quotidiani, i radiogiornali, i telegiornali, le testate giornalistiche online – deriva da una ragione pratica: per quanto i formati informativi possano essere differenti, variare nel tempo, e avere proprie specificità a seconda del tipo di media e dei paesi, sono tutti accumunati dal fatto di riportare notizie quotidiane. Scegliere di concentrare l’analisi sull’informazione permette quindi di fare un’analisi coerente e comparativa a livello cross-mediale, transnazionale e longitudinale.

C’è poi anche una ragione di ordine teorico che sostiene il privilegio accordato dal GMMP all’informazione quotidiana: lo scopo dell’informazione è quello di raccontare quello che accade in un determinato contesto di riferimento (il mondo, l’Italia, una sua regione o provincia), a differenza delle serie TV, dei film, di tutto quello che per definizione è un’opera di finzione, e che viene generalmente definito *fiction*; e l’interesse del GMMP è quello di verificare se e quanto il mondo riflesso dai contenuti dei media sia aderente o meno alla realtà, in termini di rappresentanza e rappresentazione di genere.

---

<sup>1</sup> Tutte le informazioni relative al GMMP sono disponibili sul sito [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

<sup>2</sup> Fonte: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/>

<sup>3</sup> Fonte <http://www.waccglobal.org>.

Sulla base dei risultati dell'analisi di una giornata d'informazione, con le caratteristiche brevemente descritte qui sopra, dopo ogni edizione del monitoraggio, vengono organizzate attività di divulgazione, formazione accademica e professionale, pubblicazione, redazione di linee guida e accordi che coinvolgono diversi *stakeholder*, nel comune obiettivo di promuovere l'uguaglianza di genere e l'*empowerment* femminile, dentro e attraverso i media. I risultati raccolti da tutte queste iniziative e lo stato di avanzamento dell'uguaglianza di genere nei media viene poi verificato nell'edizione successiva.

La prima edizione del GMMP, a cui nel 1995 hanno partecipato 71 paesi, attestava che solo il 17% delle persone nelle notizie, *newsmaker* o intervistate, erano donne; con differenze significative fra i diversi tipi di media, fra i quali la TV, medium che, con una percentuale femminile del 21%, risultava il più inclusivo.

La seconda edizione del GMMP, cinque anni dopo, ha rilevato una situazione sostanzialmente statica: solo il 18% delle persone nelle notizie erano donne, e la TV continuava a essere il mezzo più inclusivo, con il 22% di donne *newsmaker* o fonti di notizia.

L'edizione del 2005 ha registrato un progresso della visibilità femminile di 3 punti percentuali, rilevando una percentuale di donne nelle notizie pari al 21% su scala globale. Si trattava però di una crescita ascrivibile prevalentemente alla stampa e alla radio, cresciute rispettivamente dal 17% al 21% e dal 13% al 17%. Nonostante i risultati sconfortanti, il 2005 è stato un importante momento di sviluppo del progetto: la metodologia di ricerca è stata affinata e alcuni dei *partner* hanno iniziato a usare il GMMP come modello di riferimento per attività di *advocacy* e di ricerca permanente o continuativa nei propri paesi.

In Italia, la partecipazione dell'Osservatorio di Pavia al GMMP 2005 ha ispirato la proposta rivolta l'anno successivo a tutti i Comitati Regionali per le Comunicazioni (Co.Re.Com.) per la realizzazione di un progetto che replicasse su scala locale il modello del GMMP. A questa iniziativa hanno aderito per primi, nel 2007, i Co.Re.Com. del Friuli Venezia Giulia, della Lombardia, del Piemonte, della Sardegna, della Toscana, della Valle d'Aosta<sup>4</sup>, e, l'anno seguente, il Co.Re.Com. dell'Emilia Romagna. I risultati hanno dimostrato che la realtà riflessa nell'informazione locale aveva un volto prettamente maschile: solo il 15% delle persone delle notizie, *newsmaker* o intervistate, erano donne, un valore in linea con il dato nazionale registrato nel 2005 per stampa, radio e TV (14%), ma leggermente inferiore al dato sulle TV nazionali (16%).

La quarta edizione del GMMP, nel 2010, ha visto la partecipazione di 108 paesi e registrato un progresso nella presenza delle donne nell'informazione. Il 24% dei soggetti delle notizie era di sesso femminile, con un miglioramento di 3 punti percentuali per la stampa, di 2 punti per la TV e di 5 punti per la radio, che finalmente superava la soglia del 20%.

Nonostante un incremento del 3% rappresenti un progresso in cinque anni, il risultato evidente del GMMP 2010 era che le donne continuavano a essere marginali. Pochissime notizie – neanche il 13% – erano focalizzate in modo specifico sulle donne e le donne erano raramente centrali nelle notizie più rilevanti dell'agenda, specialmente quelle politiche ed economiche. Inoltre le donne erano numericamente inferiori agli uomini come *newsmaker* in tutte le notizie più rilevanti dell'informazione e sotto-rappresentate in tutte le categorie professionali.

---

<sup>4</sup> Il rapporto di ricerca è stato pubblicato nel volume Azzalini, Monia. *TV locale e rappresentazione di genere. Rappresentazione femminile nei telegiornali di 6 regioni italiane*, Osservatorio di Pavia Media Research, 2007.

In occasione della quarta edizione del GMMP, nel 2010, l’Osservatorio di Pavia – che insieme all’Università di Padova<sup>5</sup> coordina l’edizione nazionale del GMMP – ha promosso un monitoraggio delle TV locali da realizzare contestualmente al monitoraggio internazionale, in una prospettiva di convergenza fra strumenti globali e pratiche locali, dando seguito alla prima esperienza del monitoraggio svolto nel 2007, che era stato realizzato con la metodologia del GMMP, ma due anni dopo la terza edizione del progetto mondiale. Il progetto è stato accolto e finanziato dai Comitati per le Comunicazioni di quattro Regioni: Abruzzo, Calabria, Lombardia e Veneto e per la prima volta è stato denominato *GLocal Media Monitoring Project* (brevemente *GLocal*). Il rapporto della ricerca è stato pubblicato dall’Osservatorio di Pavia, in un volume dal titolo *Chi fa notizia nelle TV locali? Glocal Media Monitoring Project 2009-2010*<sup>6</sup> (Azzalini, 2010). La direzione internazionale del GMMP ha accolto con grande entusiasmo questo progetto pilota promuovendolo via Internet e stimolando gli altri paesi aderenti al GMMP a implementare progetti simili sul proprio territorio. In Italia il progetto ha avuto un importante seguito: nel 2010 e nel 2014 vi hanno aderito rispettivamente il Co.Re.Com. della Liguria e il Comitato Provinciale per le Comunicazioni di Trento.

I risultati del *GLocal Media Monitoring Project* 2010 dimostravano che il tele-giornalismo locale aveva un volto femminile con una percentuale elevata di donne alla conduzione (73%) e molte notizie a cura di giornaliste (44%), ma i contenuti dell’informazione continuavano a riflettere un mondo dove le donne erano marginali, costituendo soltanto il 17% fra fonti e *newsmaker* dell’informazione. Una situazione ambivalente riscontrata anche per le TV nazionali, che registravano però una presenza delle donne nelle notizie superiore di quasi 5 punti percentuali (22%).

In occasione della quinta edizione del GMMP, nel 2015, l’Osservatorio di Pavia ha promosso presso tutti i Co.Re.Com. una seconda edizione del *GLocal*; al progetto hanno aderito i Comitati di Abruzzo, Lazio e Toscana. I risultati di questa edizione evidenziavano che l’informazione locale continuava ad avere un profilo marcatamente maschile: con una percentuale di donne nelle notizie, come *newsmaker* o fonti, pari soltanto al 19% (18,7%, per l’esattezza), con un incremento soltanto dell’1,5% rispetto al 2010. Anche a livello internazionale si registrava nel 2015 un risultato deludente, con una presenza femminile nelle *news* ferma al 24%, lo stesso valore del 2010, e una serie di disuguaglianze di genere indicative di una marginalizzazione delle donne nelle notizie, in particolare nelle cosiddette *hard news* di “Economia” e “Politica e governo”, e nei ruoli più autorevoli e prestigiosi di “portavoce” e “esperta/o”. Per esempio, le donne nell’informazione politica analizzata nell’ambito del *GLocal* erano solo l’8%, nell’informazione politica del GMMP Italia il 15%, e in quella del GMMP globale il 16%; la percentuale femminile nell’informazione economica monitorata su scala locale solo il 14%, in quella nazionale il 10% e in quella monitorata su scala internazionale solo il 21%. Poche le donne fra le persone interpellate come portavoce di enti, istituzioni, partiti, governi e associazioni: solo il 12% a livello locale, il 13% a livello nazionale e il 20% a livello mondiale, così come basse erano le percentuali delle voci femminili fra gli esperti/e: 17% nell’informazione locale, 18% in quella nazionale, 19% nell’informazione dei paesi aderenti al GMMP.

I risultati sulle persone nelle notizie del 2015 dimostravano chiaramente la lontananza dall’obiettivo J2 fissato dall’ONU a Pechino nel 1995 che ambisce a una rappresentazione bilanciata e non stereotipata

---

<sup>5</sup> Le coordinatrici del GMMP Italia sono Monia Azzalini (Osservatorio di Pavia e Università Ca’ Foscari di Venezia) e Claudia Padovani (Università di Padova).

<sup>6</sup> Il nome del progetto include il biennio 2009-2010 perché la giornata campione della IV edizione del GMMP (ufficialmente edizione del 2010) ricadeva nel mese di novembre del 2009.

delle donne. I risultati sulla presenza di giornaliste nell'informazione mostravano invece una maggiore prossimità all'obiettivo J1, che prevede l'incremento della partecipazione e dell'accesso delle donne all'espressione e al *decision-making* nei e attraverso i media. Il grado di visibilità delle giornaliste nell'informazione televisiva locale del 2015 era infatti simile a quello registrato dal GMMP su scala globale: con un'elevata quota di notizie presentate da conduttrici donne (48% rispetto al 57% del GMMP) e una buona percentuale di notizie a cura di giornaliste: 43% a livello locale vs. il 38% a livello globale.

Nonostante l'ampia presenza delle donne nelle redazioni locali e di tutto il mondo, i risultati del *GLocal* 2015, come quelli del GMMP, registravano una scarsa attenzione nei confronti delle donne, sia come singole, sia come gruppo sociale. Raramente le donne risultavano al centro delle notizie – specialmente a livello locale dove si registrava la più bassa percentuale di notizie a centralità femminile (3% vs. il 10% globale). Nel contempo risultava evidente la scarsa considerazione delle condizioni di disuguaglianza di genere, raramente messe in rilievo dall'informazione di tutto il mondo (9%), ma quasi mai a livello locale (1%), e per le *policy*, norme legislative o altre misure volte a rimuovere gli ostacoli alle pari opportunità uomo-donna: a esse facevano riferimento soltanto il 9% delle notizie globali e l'1% di quelle locali. Anche le pratiche giornalistiche sfidanti gli stereotipi di genere e promotrici di un'immagine più inclusiva, articolata e moderna dell'universo femminile erano poco frequenti: solo il 4%, sia nelle emittenti locali monitorate, sia nei media tradizionali (radio, stampa e TV) oggetto d'indagine del GMMP.

In occasione della sesta edizione del GMMP, l'Osservatorio di Pavia ha rilanciato la proposta di adesione al *GLocal* a tutti i Co.Re.Com. d'Italia. Al progetto hanno aderito il Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia autonoma di Bolzano e i Co.Re.Com. dell'Emilia Romagna e della Sardegna. I risultati del *GLocal* 2020 mostravano che l'informazione locale aveva un volto dai tratti prevalentemente maschili: le donne erano soltanto il 24% delle persone nelle notizie, una quota in crescita di oltre 5 punti percentuali rispetto alla precedente edizione del *GLocal*, ma ancora minoritaria, sia rispetto agli uomini, costituenti il restante 76% delle persone oggetto di notizia o intervistate nei TG, sia rispetto all'incidenza femminile sulla popolazione italiana, che, secondo i dati ISTAT, nel 2020, era pari al 51,3%<sup>7</sup>.

All'edizione *GLocal* 2025, che cade in un momento storico simbolicamente importante, a 30 anni dalla Dichiarazione e piattaforma di azione di Pechino (ONU, 1995), hanno aderito il Co.Re.Com. Marche e il Comitato provinciale per le Comunicazioni del Consiglio della Provincia autonoma di Trento.

Il presente rapporto di ricerca illustra i risultati del monitoraggio su un campione di notiziari trasmessi da 7 TV locali operative nei territori di competenza dei Comitati sopra citati, più i TGR RAI delle Marche e del Trentino Alto Adige, il 6 maggio 2025, giornata campione selezionata a livello globale per l'edizione GMMP+30.

---

<sup>7</sup> Fonte: <https://www.istat.it/it/archivio/249124>.

# 1. UN GIORNO DI INFORMAZIONE LOCALE

## 1.1. CONTESTO DELLA RICERCA: CAMPIONE E METODOLOGIA DI ANALISI

La ricerca del *GLocal Media Monitoring Project* 2025 ha riguardato tutti i notiziari trasmessi il 6 maggio 2025<sup>8</sup>, il *global media monitoring day*, da un campione di TV private locali più i TGR RAI delle Marche e del Trentino. Le emittenti locali sono state selezionate, in accordo con i Comitati per le comunicazioni che hanno aderito al progetto, sulla base della loro diffusione regionale e della loro rilevanza territoriale. Di seguito, l'elenco dettagliato.

**Tabella 1. Elenco delle emittenti TV analizzate**

Emittente TV	Regione
È TV	Marche
Fano TV	Marche
RAI	Marche e Trentino
Rossini TV	Marche
RTM	Marche
RTTR	Trentino
Tele 2000	Marche
Trentino TV	Trentino
TV33	Trentino
TVCM (Centro Marche)	Marche
TVRS	Marche
Vera TV	Marche

L'analisi delle emittenti sopra elencate ha restituito un campione di 13 testate giornalistiche, 23 edizioni del telegiornale e 294 notizie, distribuite come dettagliato nella tabella seguente.

**Tabella 2. Descrizione del campione di analisi**

Regione	Testate giornalistiche (N)	Edizioni TG (N)	Notizie (N)
Marche	9	15	183
Trentino	4	8	111
Totale	13	23	294

Per ogni notiziario è stata condotta un'analisi di tipo quantitativo mediante la griglia di rilevazione del GMMP: si tratta di una scheda di analisi del contenuto strutturata a voci chiuse, ovvero contenente una serie di domande (variabili) a cui rispondere durante l'ascolto e la visione di ogni notiziario, scegliendo fra diverse risposte possibili predefinite (modalità della variabile). La scheda di analisi è uno strumento tradizionalmente utilizzato per la *content analysis*, nell'ambito delle ricerche empiriche sui contenuti medi.

La scheda di rilevazione GMMP è suddivisa in tre parti principali per rispondere a domande pertinenti:

1. la notizia e le sue caratteristiche in relazione ad alcuni indicatori di genere;
2. chi fa notizia, ovvero donne e uomini di cui si parla o che vengono intervistate/i nelle notizie;
3. chi fa le notizie, ovvero giornaliste e giornalisti nei diversi ruoli della conduzione dei notiziari e presentazione di notizie da studio e della redazione di servizi *on desk* o in esterna.

<sup>8</sup> Le edizioni trasmesse in replica non sono state analizzate.

La scheda di analisi del contenuto viene aggiornata di edizione in edizione, con la dovuta attenzione a non introdurre modifiche che possano precludere la comparazione dei dati su scala longitudinale. L'edizione 2025 ha introdotto alcune novità: la rilevazione distinta delle notizie sulla "Violenza di genere" articolata nelle sue principali diverse forme (precedentemente incluse nella marco-categoria "Criminalità e violenza"); la rilevazione distinta delle notizie di "Sport" (precedentemente aggregate alle *news* su "Celebrità, arti, media"); la classificazione delle persone sulla base della loro eventuale appartenenza a gruppi minoritari, per origine etnica, razziale, credo religioso, orientamento sessuale o altro.

Come nell'edizione 2020, la scheda del GMMP 2025 ha previsto tre *special questions*, "domande speciali" che ogni gruppo di ricerca nazionale poteva inserire per rilevare informazioni ritenute utili nel proprio contesto paese. Per l'Italia, si è scelto di inserire tre domande che tenessero conto di temi attuali nel dibattito pubblico sul linguaggio giornalistico: una in materia di presentazione delle donne con titoli professionali o istituzionali declinati al femminile, una in materia di vittimizzazione secondaria delle donne vittime di violenza, e una terza domanda che tenesse conto del contesto geo-politico profondamente mutato, in Italia ma non solo, rispetto al 2020, con lo scoppio della guerra in Ucraina e a Gaza. Sono state così formulate le seguenti tre domande di ricerca, relative alle persone nelle notizie:

1. la persona è presentata con un titolo professionale, politico istituzionale grammaticalmente coerente con il suo genere (femminile per le donne, maschile per gli uomini)?
2. se la persona è vittima e/o sopravvissuta a "Violenza di genere", è soggetta a vittimizzazione secondaria, cioè viene in qualche modo incolpata o ritenuta responsabile per la violenza subita?
3. la persona ha un ruolo legato a questioni di pace e/o sicurezza globale, per esempio è intervistata su questo argomento oppure è *newsmaker* di informazioni relative a questo argomento?

I dati raccolti nell'analisi quantitativa, attraverso la scheda di cui sopra, sono stati inseriti in un *data base* elettronico poi elaborati e sottoposti ad analisi statistiche.

Il GMMP prevede, inoltre, un'analisi qualitativa, che, seguendo l'approccio dei *case studies*, rileva e descrive le pratiche giornalistiche secondo uno schema<sup>9</sup>, finalizzato a individuare sia *bad practices*, caratterizzate dalla presenza di elementi critici, quali 1) stereotipi palesi; 2) stereotipi sottili; 3) occasioni mancate; sia *good practices*, caratterizzate dalla consapevolezza di genere evidente a livello di 1) sfida agli stereotipi di genere; 2) bilanciamento le fonti; 3) approfondimento di questioni di genere specifiche.

Le notizie esemplari di buone o cattive pratiche vengono approfondite attraverso un'analisi che si focalizza sul linguaggio, sulle immagini, sulla titolazione, sulla selezione delle fonti, sul *frame*, ovvero la cornice narrativa della notizia, descrivendo gli elementi informativi che contribuiscono a superare le disuguaglianze di genere e supportare l'*empowerment* femminile, o, viceversa, quelli che possono simbolicamente rinforzare le disuguaglianze di genere o sminuire le donne.

---

<sup>9</sup> Lo schema è mutuato dal sistema di classificazione Gender Links GEM sviluppato per il *Southern African Gender and Media Baseline Study*, <https://genderlinks.org.za/what-we-do/media/research/gender-and-media-baseline-study/>.

## 1.2. UN GIORNO D'INFORMAZIONE: AGENDA E TEMI DEL 6 MAGGIO 2025

### L'AGENDA DELL'INFORMAZIONE

L'agenda dell'informazione locale del 6 maggio 2025 è, comprensibilmente, legata al territorio e diversificata fra i due contesti analizzati, tanto da poter chiaramente profilare due agende diverse, che condividono fra loro solo tre eventi-notizia: lo sciopero dei treni, una mobilitazione nazionale che ha impattato su varie tratte ferroviarie locali ed è stata perciò coperta da diverse testate giornalistiche sia marchigiane sia trentine; l'inizio del Conclave per l'elezione del nuovo Papa, in previsione della quale alcune diocesi hanno organizzato eventi religiosi, come la messa *pro eligendo Romano Pontefice* nel Duomo di Trento; e l'attesa finale per lo scudetto di pallavolo maschile conteso fra l'Itas Trentino e la Cucine Lube Civitanova (Marche).

Per il resto, le notizie in agenda hanno una propria specificità territoriale, con una forte aderenza agli eventi che riguardano il diverso bacino di utenza – la regione o la provincia di riferimento – e una maggiore distanza da ciò che fa notizia a livello nazionale o internazionale, anche se non mancano *news* nazionali ed estere.

#### Marche: principali notizie nell'agenda dell'informazione del 6 maggio 2025

- Alluvione settembre 2024: prorogato ed esteso lo stato di emergenza, ma si attendono ancora i ristori
- Controricorso al ricorso delle associazioni ambientaliste contro il progetto per la ricostruzione del ponte Garibaldi di Senigallia
- Protesta delle famiglie con persone disabili davanti alla sede del Consiglio regionale: chiedono che la giunta aumenti posti disponibili nell'unico centro della provincia di Ascoli Piceno
- Ricorso al Presidente della Repubblica contro l'impianto di GNL della Fox Petrolia Pesaro autorizzato dal Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica
- Presentata ad Ancona AcademyLab per colmare il divario istruzione-lavoro
- Referendum sul lavoro dell'8 e 9 giugno
- Protesta degli avvocati penalisti contro il decreto sicurezza
- Bilancio dell'attività lavorativa della Guardia di finanza di Pesaro Urbino relativo al primo quadrimestre 2025
- Fondi PNRR aumentati per la pista di atletica Zingarini di Fano
- Sciopero dei treni: ripercussioni sui pendolari
- 16 turisti marchigiani in visita al sito archeologico di Petra, in Giordania, sorpresi da un'alluvione e portati in salvo
- Incendio all'ospedale di Montegranaro, intervento dei Vigili del fuoco, nessuna vittima
- Maltempo sulle Marche, allerta gialla della Protezione civile per il 7 maggio
- Cerreto, persona alla guida della propria auto precipita in una scarpata
- Pesaro, scontro tra camion e autovettura all'uscita dell'autostrada
- Tolentino, schianto mortale all'alba di domenica: il conducente dell'auto che ha provocato l'incidente sarebbe un giovane senza patente
- Autista di Adriabus aggredito a Fano per aver difeso i diritti di una passeggera con disabilità
- Pesaro, 35enne cittadino ivoriano senza fissa dimora arrestato per spaccio di droga
- Presentato a Montecitorio l'itinerario della bellezza delle Marche
- Turismo alla vigilia della stagione estiva: i ponti primaverili spingono il turismo
- Teatro, presentato il calendario della orchestra Wunderkammer di Pesaro

- Volley, finale per lo scudetto maschile fra l'Itas Trentino e la Cucine Lube Civitanova
- Verso le elezioni amministrative del 25 e 26 maggio
- Verso le elezioni regionali, a settembre.

Trentino: principali notizie nell'agenda dell'informazione del 6 maggio 2025

- Consiglio provinciale di Trento al lavoro per la riforma dello Statuto sull'autonomia regionale
- Consiglio provinciale di Bolzano al lavoro per la riforma dello Statuto sull'autonomia regionale
- Elezioni amministrative: risultati al comune di Trento, Bolzano e in altri comuni delle due province
- Elezioni amministrative: scarsa affluenza alle urne
- La premier Giorgia Meloni e il ministro Francesco Lollobrigida in Val di Sole per una giornata di *rafting*
- Congresso CISL Trentino: Michele Buzzi riconfermato segretario generale
- Al via a Riva del Garda Rebuild 2025, l'evento per l'innovazione sostenibile dell'ambiente costruito
- Sciopero nazionale dei treni: ripercussioni sui pendolari
- Vigilia del Conclave per l'elezione del successore di Papa Francesco: messa *pro eligendo Romano Pontefice* al Duomo di Trento
- Giovane donna incinta del terzo figlio muore all'Ospedale Santa Chiara di Trento
- Un mezzo pesante si ribalta sulla strada provinciale 235 dell'interporto
- Incendio in un palazzo a Cavedago
- Serie di furti in esercizi commerciali a Gardolo
- Arresto per spaccio a Bolzano
- Milano, riaperte le indagini sull'omicidio di Fausto e Iaio
- Tennis, debutto di Sinner agli internazionali di Roma
- Volley, finale per lo scudetto maschile fra l'Itas Trentino e la Cucine Lube Civitanova
- Teatro, omaggio a Ezio Bosso con lo spettacolo "Un amico" al Teatro Sociale di Trento
- Musica, torna l'Indipendence festival.

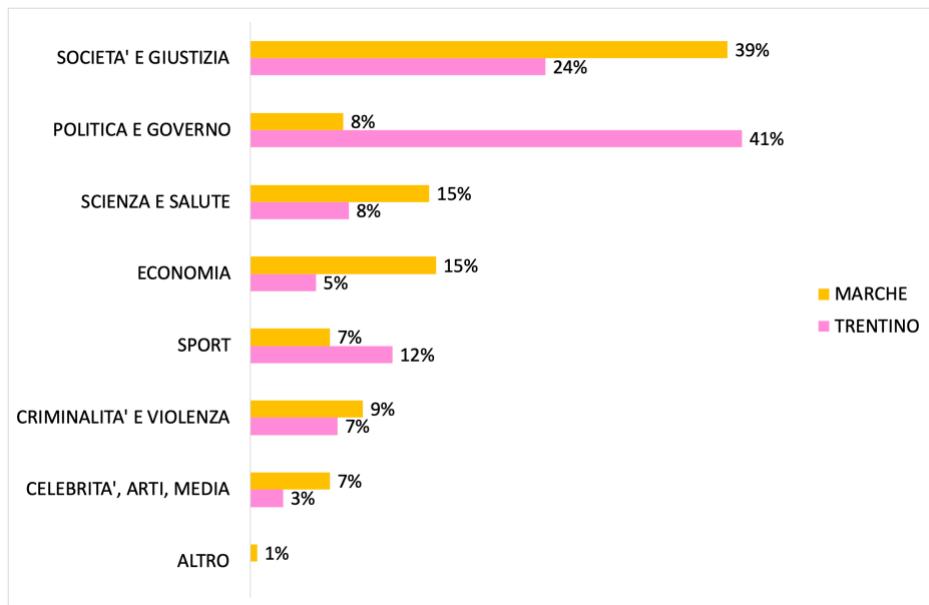
#### TEMI E ARGOMENTI IN AGENDA

L'agenda dell'informazione del 6 maggio 2025 è stata anche sintetizzata attraverso la classificazione delle notizie secondo categorie tematiche predefinite, un'operazione che comporta la perdita di informazioni specifiche, ma utile per una comparazione fra agende diverse, e funzionale a comprendere meglio i meccanismi che possono favorire o sfavorire una rappresentazione di genere bilanciata.

La metodologia del GMMP 2025 prevede una classificazione delle notizie secondo 66 argomenti raggruppati in otto macro-categorie tematiche: "Politica e governo"; "Economia"; "Scienza e salute"; "Società e giustizia"; "Criminalità e violenza"; "Violenza di genere"; "Celebrità, arti, media"; "Sport", più la categoria residuale "Altro".

Sulla base di questa classificazione, la maggior parte delle notizie del 6 maggio 2025 risulta focalizzata su questioni di "Società e giustizia" per i TG delle Marche (39%) e di "Politica e governo" (41%) per i TG del Trentino (Grafico 1). In entrambi i contesti locali risulta assente il tema della "Violenza di genere".

Grafico 1 Distribuzione delle notizie per aree tematiche nei TG delle Marche e del Trentino



Il risultato illustrato nel Grafico 1 può essere ascrivibile al fatto che i TG marchigiani hanno riservato un'elevata attenzione a una serie di notizie legate al dopo-alluvione del settembre 2024 (per esempio, la proroga e l'estensione dello stato d'emergenza o il controricorso al ricorso contro il progetto di ricostruzione del ponte Garibaldi a Senigallia), così come a diversi incidenti e catastrofi naturali, tutti eventi classificati sotto l'argomento “Disastro, incidente, carestia, alluvione” che ricade nell’area tematica “Società e giustizia” e risulta il primo argomento in assoluto per frequenza (19%). La categoria “Società e giustizia” comprende inoltre le notizie di “Religione, cultura, tradizione...” che sono state numerose alla vigilia dell’apertura del Conclave e si collocano al secondo posto per frequenza nei TG delle Marche (Grafico 2).

I TG trentini, invece, hanno ampiamente coperto l’esito delle elezioni comunali del 4 maggio e la discussione nei consigli provinciali di Trento e Bolzano della riforma dello Statuto sull’autonomia regionale; entrambe notizie classificate come argomento “Altre politiche interne e di governo”, che nel complesso raggiungono il 33% (Grafico 3).

Grafico 2 Distribuzione delle notizie per argomento nei TG delle Marche

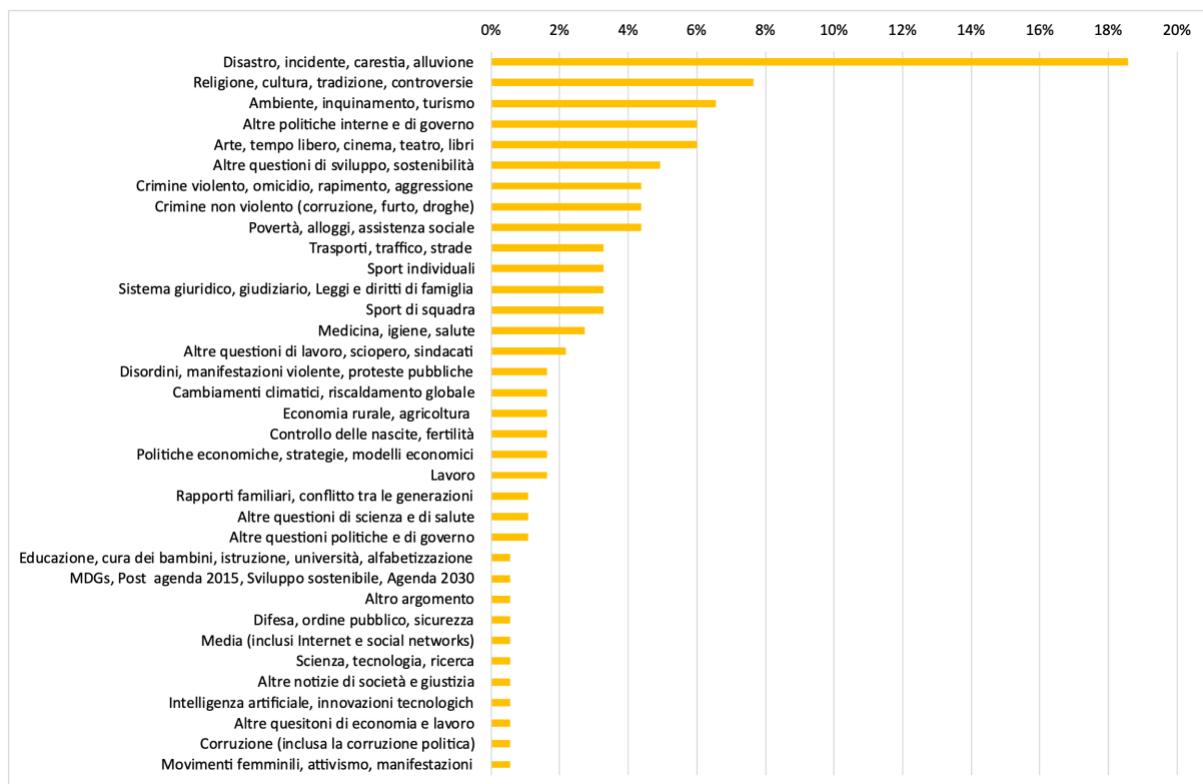
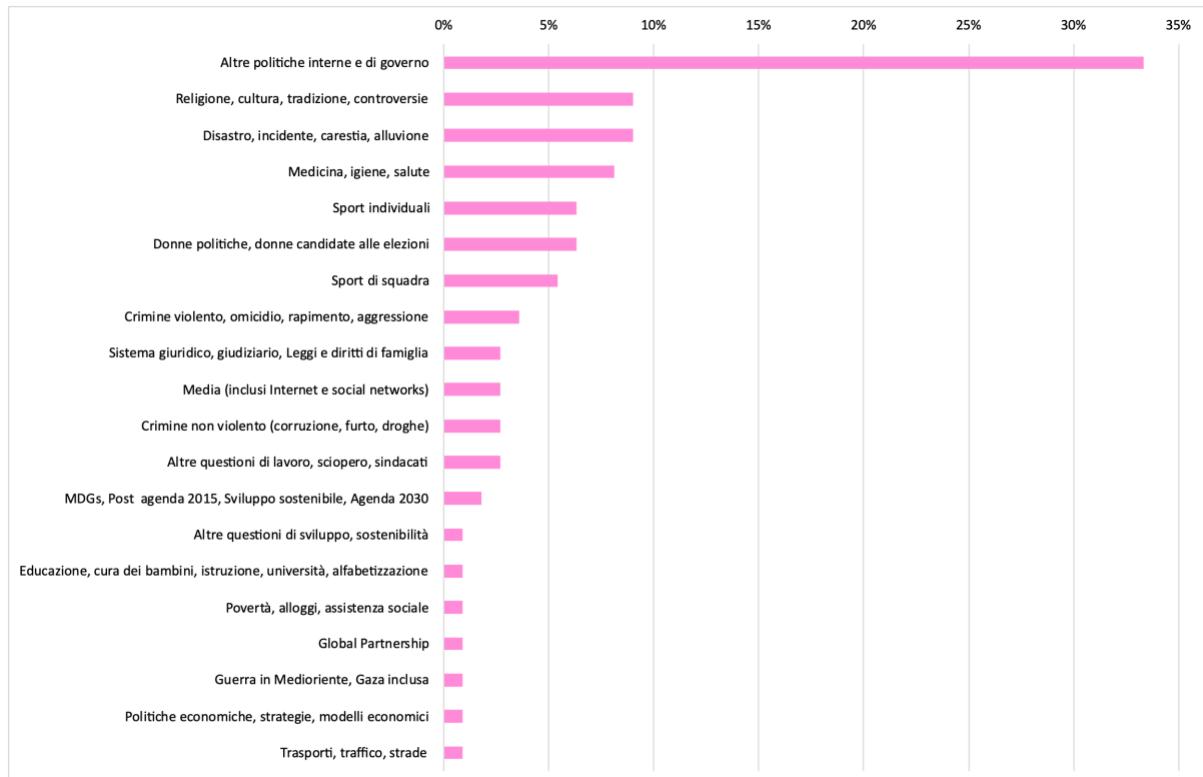


Grafico 3 Distribuzione delle notizie per argomento nei TG del Trentino

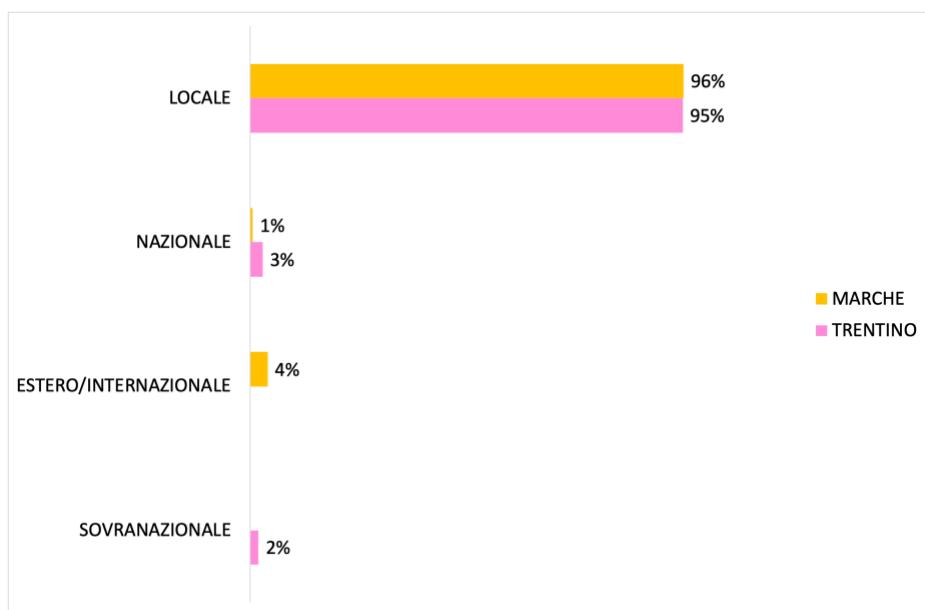


### 1.3. IL CONTESTO DELLE NOTIZIE

Il contesto di riferimento è locale per il 96% delle notizie nei TG delle Marche e del 95% in quelli del Trentino, indicando in entrambi i casi la piena adesione alla vocazione territoriale delle TV locali.

Anche le notizie che si riferiscono ad altri contesti spesso riguardano persone residenti o di origine locale. Per esempio, le notizie dall'estero dei TG delle Marche sono tutte concentrate sull'alluvione che ha colpito un gruppo turistico marchigiano in visita al sito archeologico di Petra, in Giordania, e l'informazione di carattere nazionale dei TG del Trentino comprende, per esempio, la notizia sulla riapertura dell'inchiesta sull'omicidio di Fausto Tinelli e Lorenzo Iannucci, essendo Tinelli nativo di Trento.

**Grafico 4 Distribuzione delle notizie per contesto di riferimento nei TG delle Marche e del Trentino**



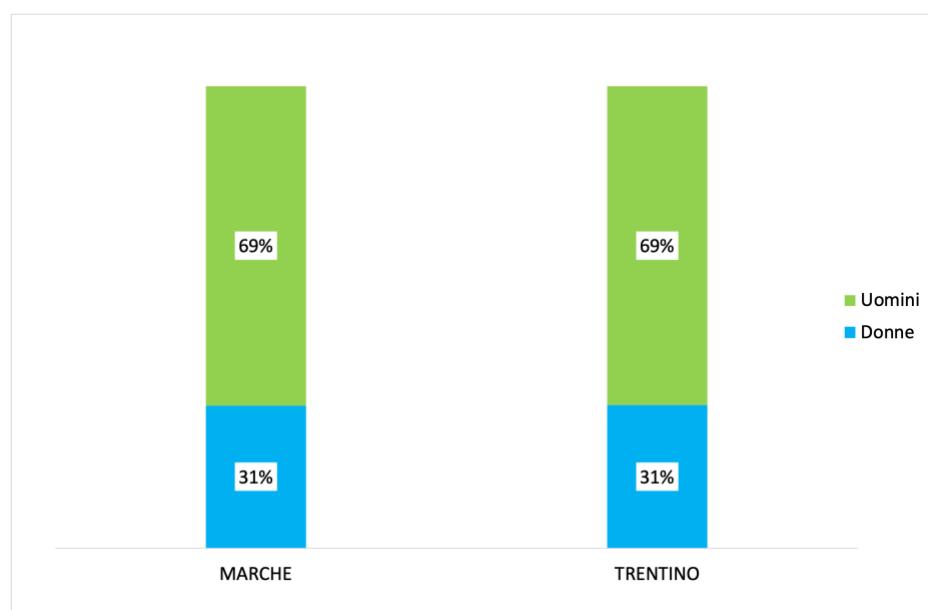
## 2. OGGETTI E FONTI DELL'INFORMAZIONE: CHI FA NOTIZIA

### 2.1. LA VISIBILITÀ DELLE DONNE NELL'INFORMAZIONE LOCALE

In totale, le persone intervistate e argomento di notizia nei TG monitorati il 6 maggio 2025 sono 796: 382 nei TG delle Marche e 414 in quelli del Trentino. Sebbene i TG delle Marche monitorati siano più numerosi e con un maggior numero di notizie, attestano meno persone rispetto ai TG del Trentino.

Le donne sono complessivamente 246, 118 nei TG delle Marche e 128 nei TG del Trentino, gli uomini, rispettivamente 264 e 286. In termini percentuali, la visibilità femminile risulta pari al 31%, per entrambi i contesti informativi: un valore che indica una sotto-rappresentazione delle donne sia rispetto agli uomini, che costituiscono il restante 69% delle persone nelle notizie, sia rispetto alla realtà sociale locale, che è quella maggiormente riflessa da entrambi i contesti informativi. Secondo i più recenti dati ISTAT<sup>10</sup>, infatti, l'incidenza femminile sulla popolazione della Regione Marche è pari al 51%, così come quella sulla popolazione del Trentino, che scende di 1 punto percentuale se estesa anche all'Alto Adige, territorio a cui fanno riferimento alcuni notiziari trentini monitorati, ma rimane comunque bilanciata rispetto all'incidenza maschile, e lontana dal 31% della quota di donne nei TG monitorati.

**Grafico 5 Distribuzione delle persone nelle notizie per genere nei TG delle Marche e del Trentino**



La percentuale di donne nell'informazione locale monitorata indica la persistenza dello storico fenomeno della sotto-rappresentazione femminile nei notiziari, tuttavia è superiore a quella rilevata nell'informazione TV monitorata a livello globale, pari al 28%, e a livello nazionale, pari al 24%. Così come è superiore alla quota di donne nell'informazione di stampa, radio e Internet, su scala globale e

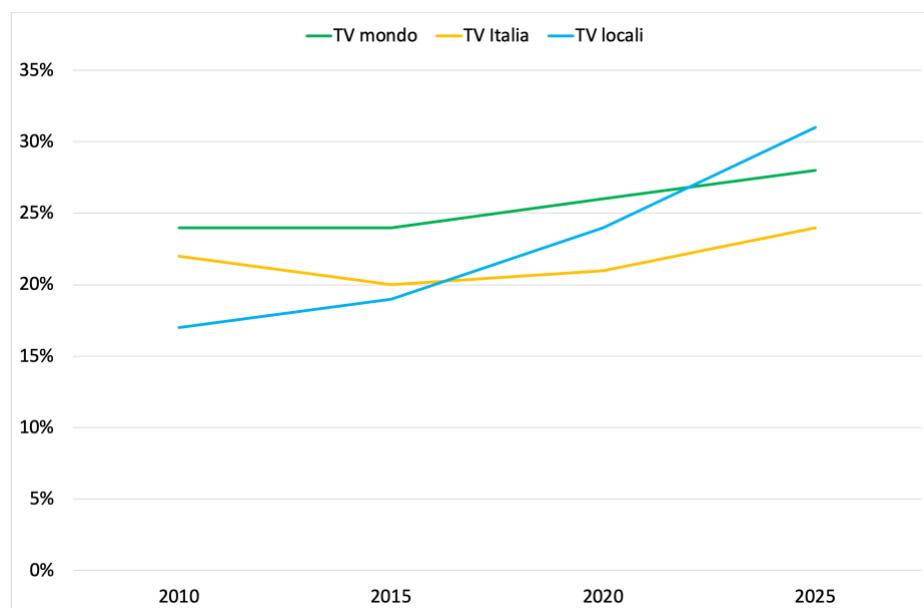
<sup>10</sup> Elaborazione a cura dell'Osservatorio di Pavia su dati ISTAT 2025; fonte:

[https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/dw/categories/IT1,POP,1.0/POP\\_POPULATION/DCIS\\_POPRES1/IT1,22\\_289\\_DF\\_DCIS\\_POPRES1\\_1,1.0](https://esploradati.istat.it/databrowser/#/it/dw/categories/IT1,POP,1.0/POP_POPULATION/DCIS_POPRES1/IT1,22_289_DF_DCIS_POPRES1_1,1.0).

nazionale, che varia entro il valore minimo del 10% (per la radio, in Italia) e il valore massimo del 28% (per Internet, in Italia e nel mondo).

Un'analisi longitudinale sui risultati delle diverse edizioni del *GLocal*, pur con la dovuta cautela nella comparazione di dati che si riferiscono a contesti locali diversi, dato che nel corso delle varie edizioni del *GLocal* sono state monitorate emittenti di diverse regioni italiane, indica che la visibilità femminile nelle TV locali italiane sta crescendo rapidamente negli ultimi 10 anni: dal 17% del 2010<sup>11</sup> al 19% del 2015 si è passati al 24% del 2020 fino al 31% di quest'ultima edizione. Su scala globale, invece, la crescita è più lenta e, su scala nazionale, più instabile (Grafico 6).

**Grafico 6 Percentuale di donne nelle notizie monitorate dal GMMP a livello globale, nazionale e locale dal 2010 al 2025**



## 2.2. LA VISIBILITÀ FEMMINILE PER AREE TEMATICHE E ARGOMENTI DELLA NOTIZIA

I dati sulla rappresentanza femminile nelle notizie disaggregate per aree tematiche fanno emergere risultati contrastanti.

In linea con risultati di precedenti edizioni del GMMP, le donne sono ampiamente sotto-rappresentate soprattutto in notizie di “Criminalità e violenza” (19%) e di “Società e giustizia” (27%), e, contestualmente, raggiungono la loro massima visibilità nelle *soft news* aggregate nell'area tematica “Celebrità, arti, media” (45%) e nell'area “Scienza e salute” (40%)<sup>12</sup>.

Tuttavia,, la loro visibilità si attesta su valori in linea o sopra la media anche nelle *hard news* di “Economia”, “Sport” e “Politica e governo”, tradizionalmente appannaggio maschile, con valori in

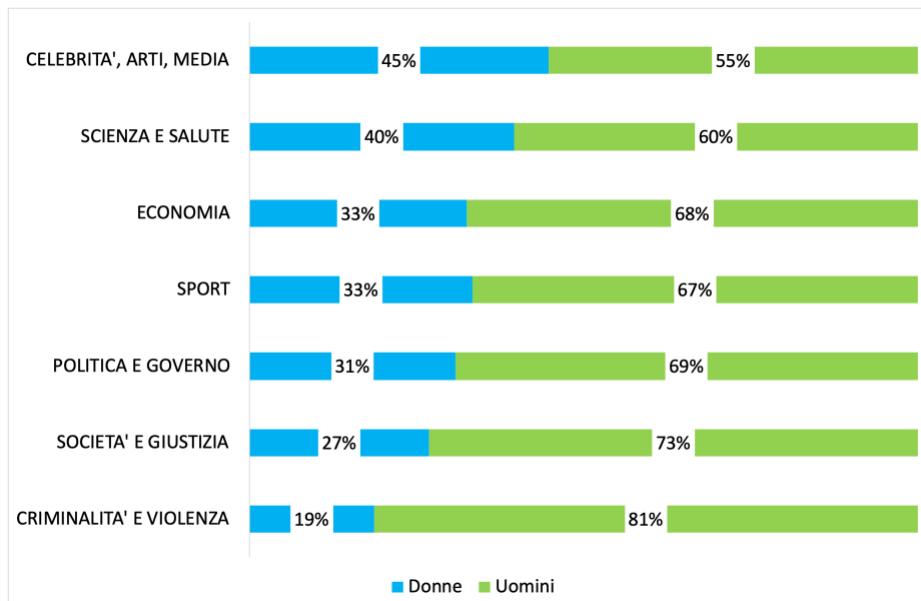
<sup>11</sup> I dati del *GLocal Media Monitoring Project 2010*, così come quelli del GMMP, sono stati raccolti nel novembre del 2009

<sup>12</sup> GMMP e *GLocal* 2020 avevano registrato una scarsa percentuale di donne in notizie di “Scienza e salute”, per via di un impatto dell'agenda Covid, molto focalizzata sugli uomini (cfr. <https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/2016/03/GMMP-2020-National-Report-Italy.pdf>; *GLocal Media Monitoring Project 2020 Report*, [https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/2016/03/GLocal\\_2020\\_Report.pdf](https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/2016/03/GLocal_2020_Report.pdf); )

crescita rispetto all’edizione *GLocal* 2020.

Le notizie di “Economia” segnano un aumento della visibilità femminile di 10 punti percentuali, dal 23% del 2020 al 33%; quelle di “Sport” di ben 27 punti percentuali, con una visibilità femminile che passa dal 6% al 33% del 2025; quelle di “Politica e governo” di 12 punti, con una crescita dal 19% al 31%.

**Grafico 7 Distribuzione complessiva delle persone per genere e area tematica delle notizie**



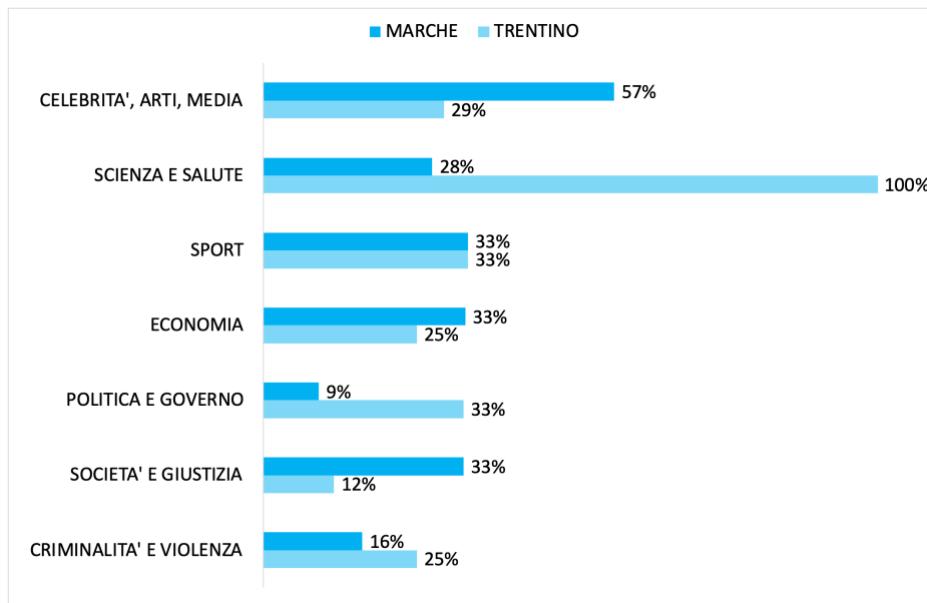
Comparando i dati dei TG marchigiani con quelli dei TG trentini, in modo da ponderare il campione, dato che le persone nelle notizie dei TG del Trentino sono più numerose, dunque pesano di più sul campione complessivo, emergono alcune specificità indicative di una certa complessità e un certo dinamismo delle TV locali.

I TG della Marche mostrano un profilo più in linea con i risultati del GMMP a livello globale, attestando, da un lato, un’ampia inclusione delle donne nelle *news* di “Celebrità, arti, media” (57%), che nel complesso sono poco frequenti nell’informazione del 6 maggio 2025 (7%, cfr Grafico 1), così come una loro presenza leggermente sopra la media nelle notizie di “Società e giustizia” (33%), che dominano l’agenda del giorno (con una percentuale del 39%, cfr Grafico 1), e, dall’altro, una loro netta esclusione dalle *hard news* di “Politica e governo” (9%), anche se questo genere di notizie non è tanto frequente nella giornata in esame (8%, cfr Grafico 1). Mostrano invece risultati meno in linea con le tendenze del GMMP globale, con una visibilità femminile leggermente sopra la media nelle *hard news* di “Economia” (33%), che insieme a “Scienza e salute” costituiscono la seconda area tematica più frequente, ma che in genere sono esclusivamente, o quasi, maschili. Inoltre si evidenzia una visibilità femminile leggermente sotto la media nelle notizie “Scienza e salute” (28%), in genere più accoglienti per le donne e una presenza di donne leggermente sopra la media nelle notizie di “Sport” (33%), tradizionalmente presidiate dagli uomini.

I TG del Trentino hanno un profilo meno in linea con i risultati globali del GMMP, con una minor quota di donne sia nelle notizie di “Celebrità, arti, media” (29%), marginali nell’agenda del 6 maggio (3%, cfr. Grafico 1), sia in quelle di “Società e giustizia” (12%), più frequenti (24%, cfr. Grafico 1), e una maggior percentuale femminile in due categorie tradizionalmente appannaggio maschile, quelle di “Politica e

governo" (33%), che dominano l'agenda del giorno (41%, cfr. Grafico 1), e quelle di "Sport" (33%) che sono meno frequenti (12%, cfr. Grafico 1), ma occupano il terzo posto nell'agenda del 6 maggio 2025 dell'informazione trentina monitorata.

Grafico 8 Percentuale di donne per area tematica delle notizie nei TG delle Marche e del Trentino



### 2.3. LA VISIBILITÀ FEMMINILE PER CONTESTO DELL'INFORMAZIONE

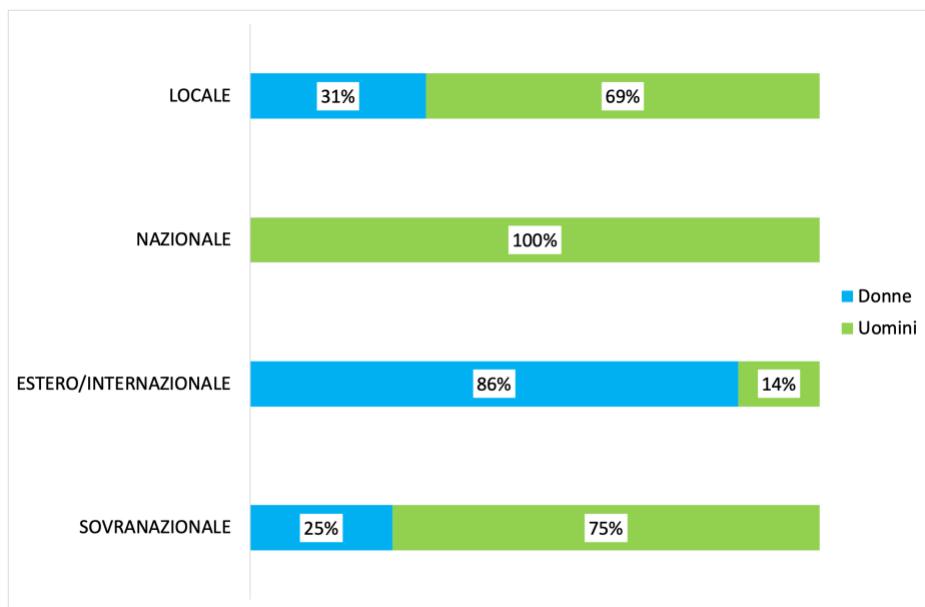
Come visto più sopra, il 96% delle 294 notizie analizzate riguarda l'informazione locale. Anche le persone nel 96% dei casi sono oggetto o fonti di informazione locale, con una leggera variazione a seconda che si tratti dei TG delle Marche (97%) e del Trentino (96%).

I TG delle Marche registrano una quota di persone in notizie estere/internazionali pari al 2% e nazionali pari all'1%, nessuna in notizie che fanno riferimento a un ambito sovra-nazionale, come l'Europa, il Mediterraneo, l'area alpina, e così via, non avendo trasmesso nessuna notizia di questo tipo.

I TG del Trentino l'1% di persone in notizie di carattere nazionale e il 3% in notizie sovra-nazionali, nessuna in notizie estere/internazionali, non avendo trasmesso nessuna notizia di questo tipo.

La distribuzione per genere nelle notizie di rilievo locale risulta in linea con la distribuzione di genere complessiva: 31% donne vs. 69% uomini. La distribuzione per genere nelle notizie di carattere nazionale evidenzia la presenza esclusiva di uomini (100%), quella per notizie di rilievo sovra-nazionale, uno squilibrio a favore degli uomini (75%); viceversa, le notizie estere/internazionali uno squilibrio a favore delle donne (86%).

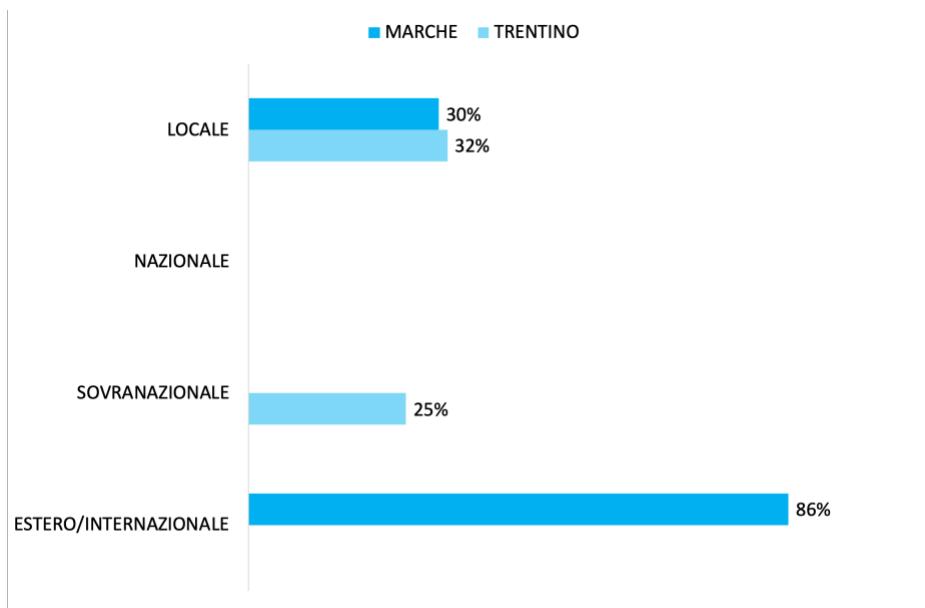
Grafico 9 Distribuzione complessiva delle persone per genere e contesto delle notizie



La comparazione fra TG delle Marche e TG del Trentino evidenzia per entrambi una distribuzione per genere nelle notizie locali tendenzialmente in linea con la media complessiva (pari al 31%): circa una donna su tre fa notizia o è intervistata in notizie di carattere locale.

Le donne risultano invece assenti nelle notizie di carattere nazionale, dominate dagli uomini, nei TG delle Marche come in quelli del Trentino, e sono sotto-rappresentate nelle notizie sovra-nazionali, coperte solo dai TG trentini; viceversa sono sotto-rappresentate nell'informazione estera/internazionale coperta solo dai TG della Marche (Grafico 10).

Grafico 10 Donne per contesto delle notizie nei TG delle Marche e del Trentino



## 2.4. LE FUNZIONI NARRATIVE DI CHI FA NOTIZIA

Il livello di inclusione delle donne nelle notizie può dipendere da diversi fattori, che nel corso degli anni i diversi monitoraggi GMMP e *GLocal* hanno messo in evidenza. Due dei fattori riconosciuti come rilevanti a livello transnazionale sono i criteri del *newsmaking*, sulla base dei quali una redazione stabilisce chi fa o non fa notizia (*newsmaker*/oggetto di notizia), e i criteri di selezione delle fonti, sulla base dei quali una redazione decide a chi dare la parola per raccontare un'esperienza personale (per esempio, rispetto alla fruizione di un servizio pubblico), raccogliere una testimonianza (per esempio, in occasione di un'alluvione o un incidente stradale), dar voce all'opinione popolare (per esempio, sulle mete turistiche preferite per un periodo di vacanza), oppure per spiegare una situazione o un fenomeno (per esempio, l'afflusso alle urne, in occasione di una tornata elettorale), oppure per spiegare il punto di vista di qualche azienda, ente, partito, organizzazione, come portavoce.

Le donne possono essere sfavorite, in termini di visibilità, da scelte di agenda che, sulla base dei criteri di *newsmaking* di una redazione, accordano una priorità a settori prevalentemente popolati da uomini, in cui la partecipazione femminile è ancora minoritaria (per esempio, la politica) e viceversa favorite da scelte che danno maggior spazio a questioni che vedono un maggior coinvolgimento delle donne (per esempio, la medicina e la salute).

Considerando i criteri del *newsmaking*, dal punto di vista delle pratiche giornalistiche, si può riconoscere che non è facile per una redazione scegliere di trascurare notizie che coprono settori ancora appannaggio maschile, come la politica, perché, se è vero che tendono a sfavorire la visibilità delle donne, vero è anche che ottemperano alla *mission* dell'informazione di coprire eventi di pubblico interesse. Una redazione può tuttavia ricorrere a pratiche giornalistiche che favoriscono l'inclusione femminile agendo su un altro versante, quello dei criteri di selezione delle fonti, che presentano margini di scelta più ampi e hanno un impatto rilevante sull'uguaglianza/disuguaglianza di genere nei contenuti dell'informazione.

Per comprendere le pratiche di selezione delle fonti, come e quanto incidano sugli equilibri e gli squilibri di genere nelle notizie, la metodologia del GMMP prevede una variabile focalizzata sulla funzione narrativa delle persone nelle notizie che risponde alla seguente domanda: che ruolo ha la persona nella notizia? Ovvero a quale titolo è presente? Le risposte possibili fra cui scegliere sono sei: come oggetto/argomento della notizia (*subject*); portavoce di associazione, azienda, ente, istituzione, partito; esperta o opinionista; testimone di esperienza personale; testimone oculare; voce dell'opinione popolare.

La selezione delle persone oggetto/argomento delle notizie è in genere vincolata all'*agenda setting*: scegliere di parlare di una decisione governativa, implicherà l'opzione di dar voce a chi fa parte del governo entro opzioni limitate ai suoi membri. Anche la selezione dei/le portavoce è in genere ristretta alla rappresentanza di genere effettiva e interna all'organizzazione interpellata, che si tratti di associazione, azienda, ente, istituzione o partito. Un vincolo legato alla realtà sociale agisce anche nella selezione dei/le testimoni oculari, persone chiamate a testimoniare un evento che hanno visto con i propri occhi (un furto, uno scippo, oppure una frana, un incidente stradale), trovandosi, casualmente, sul posto.

Per quanto riguarda la selezione delle altre tipologie di fonte: esperte/i, testimoni di esperienza personale e voci dell'opinione popolare, le scelte redazionali sono più libere da vincoli e possono

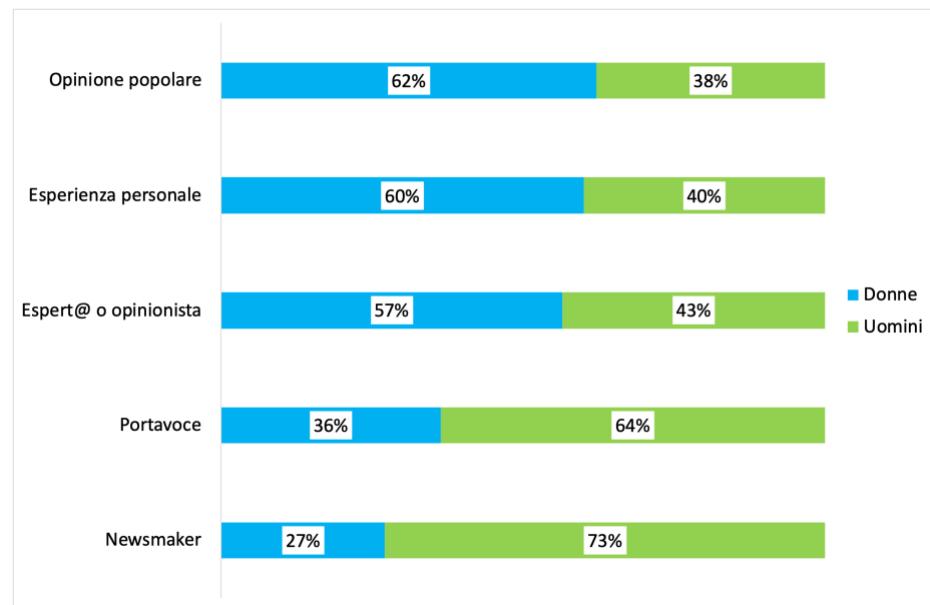
certamente tenere in maggior conto il dovere del pluralismo e le ripetute raccomandazioni, a partire da quelle della Dichiarazione e piattaforma d'azione di Pechino (ONU, 1995), di mantenere un equilibrio di genere nelle loro scelte.

Come risulta evidente dal grafico seguente, le donne risultano sfavorite soprattutto come *newsmaker/oggetto di notizia* (27%), che nel complesso è la funzione più frequente, concentrando mediamente l'87% delle 796 persone nelle notizie. Sono sotto-rappresentate anche come portavoce (36%).

Risultano invece favorite, superando il 50%, in tutte le altre funzioni. La loro ampia inclusione come voci dell'opinione popolare (62%) e narratrici di esperienza personale (60%) è un risultato in linea con tutte le precedenti edizioni del GMMP e del *GLocal*, che nel rilevare questa tendenza, mettono in evidenza come le donne siano interpellate dai media preferibilmente come persone comuni, a cui non è chiesta una specifica competenza o professionalità per essere intervistate.

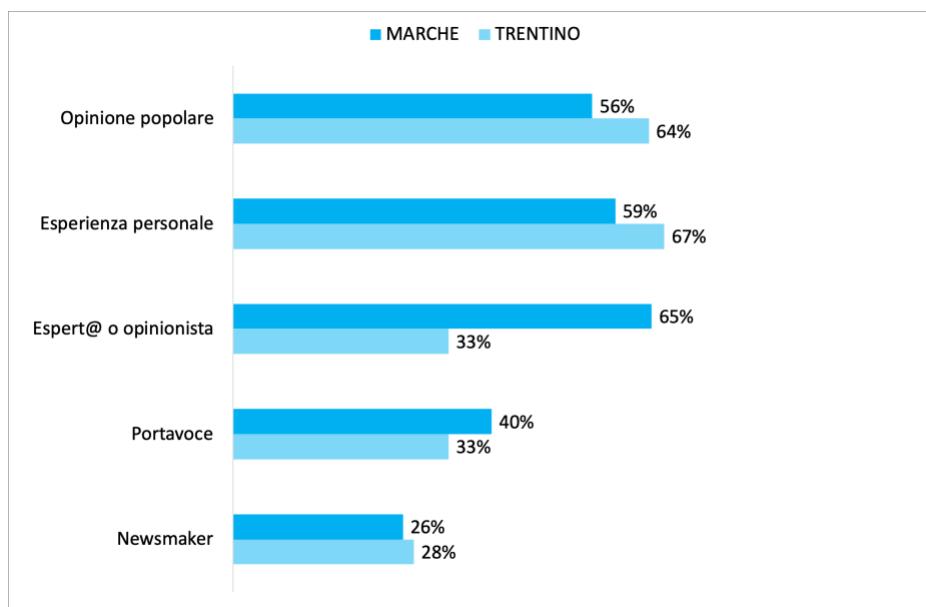
La percentuale femminile fra le persone interpellate in qualità di esperte, che raggiunge il 57%, è invece un risultato sorprendentemente positivo, che va oltre la quota del 29% rilevata nella precedente edizione del *GLocal*, e già in quell'occasione segnalata come una percentuale (relativamente) elevata. Tutte le precedenti edizioni del GMMP e del *GLocal* rilavano, infatti, una presenza femminile tra gli esperti bassa (mai superiore al 20%), sottolineando come critico il fatto che una figura chiave dell'informazione, che ha la funzione di fornire al pubblico una chiave interpretativa degli argomenti in agenda, sulla base di competenza, autorevolezza e prestigio, il più delle volte ha un volto dai tratti maschili.

**Grafico 11 Distribuzione complessiva delle persone per genere e funzione narrativa**



I dati disaggregati per regione mettono in evidenza profili locali parzialmente differenti.

Grafico 12 Percentuale di donne per funzione narrativa nei TG delle Marche e del Trentino



I TG delle Marche risultano più allineati con il profilo generale, con un'elevata percentuale di donne come espressione dell'opinione popolare (56%) e narratrici di esperienza personale (59%) ma anche un'elevata quota di esperte (65%), di contro a una percentuale di donne *newsmaker* significativamente sotto la media (26%).

I TG del Trentino, invece, si distanziano di più dal profilo generale, registrando asimmetrie di genere più tradizionali, con un'elevata presenza femminile specialmente fra le voci dell'opinione popolare (54%) e dell'esperienza personale (67%) e una scarsa visibilità in tutte le altre tre.

## 2.5. PROFESSIONI E POSIZIONI SOCIALI DI CHI FA NOTIZIA

Sia nei TG marchigiani sia in quelli trentini, le tre categorie di persone con la maggiore visibilità sono rappresentanti del mondo politico e delle istituzioni, che nel complesso costituiscono il 43% delle persone nelle notizie, rappresentanti del mondo dello sport, il 14% e, infine, le persone dalla professione e posizione sociale “non determinabile” (8%). Questa categoria comprende casi in cui la condizione professionale o sociale di una persona non è dichiarata, non è riportata nel sottopancia, non è ricavabile dal contesto informativo, evidentemente perché irrilevante per la notizia. Di solito si tratta di persone intervistate come voci dell'opinione popolare o narratrici di esperienza personale, oppure oggetto di notizia come vittime di catastrofi per cui non è importante lo *status* occupazionale o sociale, ma soltanto l'esperienza vissuta.

Tabella 3 Distribuzione delle persone per professione o posizione sociale nei TG delle Marche e del Trentino

Professione o posizione sociale	TG Marche	TG Trentino	Totale N	Totale %
Politic@, ministr@...	97	248	345	43%
Atleta, allenatrice/ore, arbitr@	50	58	108	14%
Non determinabile	35	31	66	8%
Imprenditore/trice, manager, economista	34	11	45	6%
Sindacalista, attivista o lavoratrice/ore ONG	26	5	31	4%
Criminale o sospett@ di reato	19	8	27	3%
Prete, suora, rabbino, imam	5	19	24	3%
Celebrità artista, attrice/ore...	7	12	19	2%
Accademico@, maestr@, insegnante	17	2	19	2%
Casaling@, genitore	16	3	19	2%
Dipendente pubblico@, funzionari@..	18		18	2%
Professionista dei media, giornalista, regista	9	2	11	1%
Avvocat@, giudice, magistrat@	11		11	1%
Artigian@, commerciante, operai@	9	2	11	1%
Impiegat@, lavoratrice/ore nel settore servizi	3	6	9	1%
Bambin@	1	6	7	1%
Pensiona@	7		7	1%
Studente, alliev@	6		6	1%
Medic@, dentista, specialista della salute	4		4	1%
Forza dell'ordine, militare, guardia	2	1	3	0%
Infermier@, operatrice/ore sanitari@	3		3	0%
Altro	1		1	0%
Agricoltrice/ore, pescatrice/ore, forestale	1		1	0%
Re, regina, monarca ...	1		1	0%
<b>Totale</b>	<b>382</b>	<b>414</b>	<b>796</b>	<b>100%</b>

La distribuzione per genere all'interno delle prime due categorie evidenzia uno sbilanciamento a favore degli uomini, con un divario significativo, più marcato, fra chi rappresenta il mondo della politica e delle istituzioni, dove le donne sono solo il 26% vs. il 74% degli uomini, e un po' meno, ma sempre sensibile, fra chi rappresenta il mondo dello sport, dove le donne sono il 34% vs. il 66% degli uomini. Fra le persone professionalmente e socialmente “anonime” si osserva un maggior bilanciamento di genere, con una percentuale femminile prossima al 50%.

Tabella 4 Distribuzione complessiva delle persone per genere e professione o posizione sociale

Professione o posizione sociale	Donne	Uomini	Tot N
Politic@, ministr@...	26%	74%	345
Atleta, allenatrice/ore, arbitr@	34%	66%	108
Non determinabile	45%	55%	66
Imprenditore/trice, manager, economista	38%	62%	45
Sindacalista, attivista o lavoratrice/ore ONG	23%	77%	31

Professione o posizione sociale	Donne	Uomini	Tot N
Criminale o sospett@ di reato	0%	100%	27
Prete, suora, rabbino, imam	4%	96%	24
Celebrità artista, attrice/ore...	26%	74%	19
Accademic@, maestr@, insegnante	58%	42%	19
Casaling@, genitore	79%	21%	19
Dipendente pubblic@, funzionari@, diplomatic@	33%	67%	18
Professionista dei media, giornalista, regista	18%	82%	11
Avvocat@, giudice, magistrat@	55%	45%	11
Artigian@, commerciante, operai@	0%	100%	11
Impiegat@, lavoratrice/ore nel settore servizi	89%	11%	9
Bambin@	14%	86%	7
Pensiona@	43%	57%	7
Studente, alliev@	67%	33%	6
Medic@, dentista, specialista della salute	25%	75%	4
Forza dell'ordine, militare, guardia	0%	100%	3
Infermier@, operatrice/ore sanitari@	0%	100%	3
Altro	100%	0%	1
Agricoltrice/ore, pescatrice/ore, forestale	0%	100%	1
Re, regina, monarca ...	100%	0%	1
<b>Totale</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>796</b>

Se compariamo i TG delle Marche e i TG del Trentino, il divario di genere fra rappresentanti del mondo politico e dello sport rimane molto ampio; fra le persone dalla professione o posizione sociale “non determinabile” invece il divario aumenta, con una più alta percentuale di uomini nei TG delle Marche (Tabella 5) e una più alta percentuale di donne nei TG del Trentino (Tabella 6).

**Tabella 5 Distribuzione delle persone per genere e professione o posizione sociale nei TG delle Marche**

Professione o posizione sociale	Donne	Uomini	Tot N
Politic@, ministr@...	16%	84%	97
Atleta, allenatrice/ore, arbitr@	36%	64%	50
Non determinabile	34%	66%	35
Imprenditore/trice, manager, economista	41%	59%	34
Sindacalista, attivista o lavoratrice/ore ONG	27%	73%	26
Criminale o sospett@ di reato	0%	100%	19
Dipendente pubblic@, funzionari@, diplomatic@	33%	67%	18
Accademic@, maestr@, insegnante	59%	41%	17
Casaling@, genitore	75%	25%	16
Avvocat@, giudice, magistrat@	55%	45%	11
Artigian@, commerciante, operai@	0%	100%	9
Professionista dei media, giornalista, regista	22%	78%	9
Celebrità artista, attrice/ore...	29%	71%	7

Professione o posizione sociale	Donne	Uomini	Tot N
Pensiona@	43%	57%	7
Studente, alliev@	67%	33%	6
Prete, suora, rabbino, imam	0%	100%	5
Medic@, dentista, specialista della salute	25%	75%	4
Impiegat@, lavoratrice/ore nel settore servizi	67%	33%	3
Infermier@, operatrice/ore sanitari@	0%	100%	3
Forza dell'ordine, militare, guardia	0%	100%	2
Bambin@	100%	0%	1
Agricoltrice/ore, pescatrice/ore, forestale	0%	100%	1
Altro	100%	0%	1
Re, regina, monarca ...	100%	0%	1
<b>Totale</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>382</b>

Tabella 6 Distribuzione delle persone per genere e professione o posizione sociale nei TG del Trentino

Professione o posizione sociale	Donne	Uomini	Tot N
Politic@, ministr@...	30%	70%	248
Atleta, allenatrice/ore, arbitr@	33%	67%	58
Non determinabile	58%	42%	31
Prete, suora, rabbino, imam	5%	95%	19
Celebrità artista, attrice/ore...	25%	75%	12
Imprenditore/trice, manager, economista	27%	73%	11
Criminale o sospett@ di reato	0%	100%	8
Bambin@	0%	100%	6
Impiegat@, lavoratrice/ore nel settore servizi	100%	0%	6
Sindacalista, attivista o lavoratrice/ore ONG	0%	100%	5
Casaling@, genitore	100%	0%	3
Accademic@, maestr@, insegnante	50%	50%	2
Artigian@, commerciante, operai@	0%	100%	2
Professionista dei media, giornalista, regista	0%	100%	2
Forza dell'ordine, militare, guardia	0%	100%	1
<b>Totale</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>414</b>

## 2.6. L'ETÀ DI CHI FA NOTIZIA

Per ricostruire il profilo sociale delle persone di cui si parla o che sono intervistate nelle notizie si è anche rilevata l'età, dichiarata nel corso del TG o deducibile sulla base delle immagini trasmesse. Sebbene si tratti di una rilevazione che presenta un certo grado di soggettività, qualora sia basata solo su dati visuali, essa fornisce risultati interessanti per comprendere eventuali simmetrie o asimmetrie di genere a livello generazionale.

In effetti, come risulta evidente dalla Tabella 7, a seconda della fascia di età, gli equilibri di genere variano: fra i minori, sotto i 18 anni, le percentuali femminili sono superiori a quelle maschili, fra tutte

le fasce dai 50 anni in su, invece, le percentuali maschili sono superiori a quelle femminili. Si avvicina a un (timido) bilanciamento la percentuale di donne e uomini nella fascia di età compresa fra i 35 e i 49 anni, considerata l'età adulta-giovane.

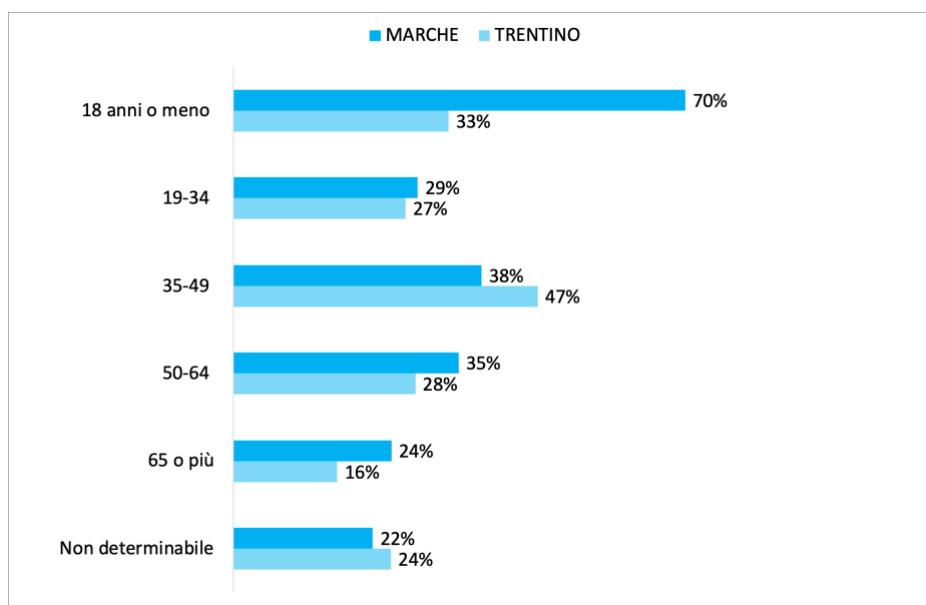
Le donne poi, come viene costantemente rilevato ormai da anni dal GMMP, e anche da altre ricerche sulla rappresentazione femminile nei media, sono una quota minoritaria (23%) fra le persone per cui l'età risulta "non determinabile", le quali costituiscono ben il 30% del campione, a conferma che per l'informazione giornalistica l'età delle donne è più importante di quella degli uomini, per cui o viene dichiarata nelle notizie, oppure le donne vengono più mostrate attraverso immagini che permettono di dedurne l'età.

**Tabella 7 Distribuzione complessiva delle persone per genere e fascia di età**

Fascia di età	Donne	Uomini	Tot %	Tot N
18 anni o meno	62%	38%	0%	13
19-34	28%	72%	8%	65
35-49	43%	57%	25%	197
50-64	31%	69%	26%	203
65 o più	21%	79%	8%	80
Non determinabile	23%	77%	30%	238
<b>Totale</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>100%</b>	<b>796</b>

Rispetto al profilo complessivo, i TG delle Marche presentano una percentuale femminile più elevata nella fascia sotto i 18 anni, squilibri un po' più marcati a favore degli uomini nelle fasce adulte e anziane; i TG del Trentino si caratterizzano per un maggiore equilibrio nella fascia centrale, compresa fra i 35 e i 49 anni, e per maggiori squilibri, tutti a vantaggio degli uomini, nelle altre, anche le più giovani e le più anziane.

**Grafico 13 Percentuale di donne nelle notizie per fascia di età nei TG delle Marche e del Trentino**



## 2.7. VITTIME E SOPRAVVISSUTI: DONNE E UOMINI A CONFRONTO

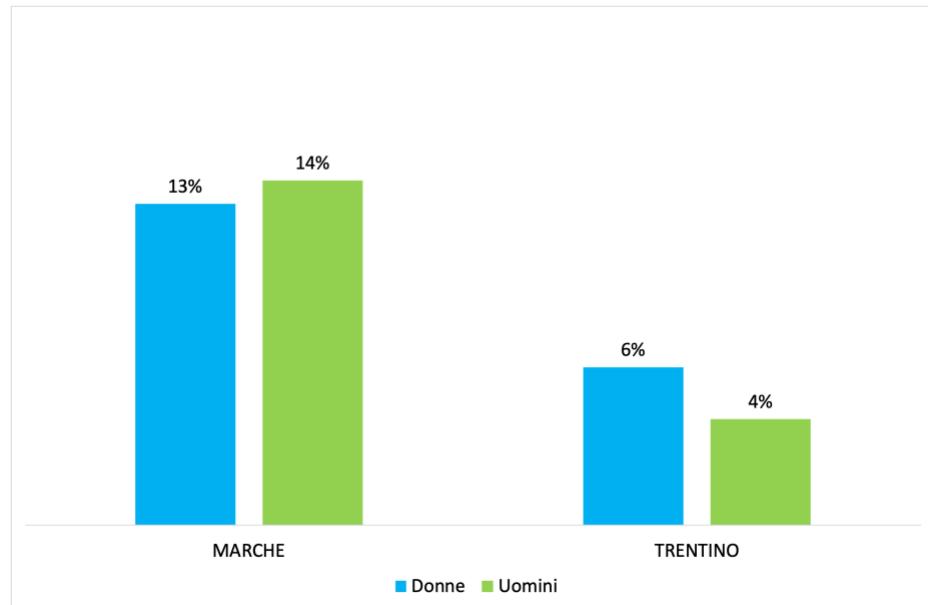
La rappresentazione delle donne in qualità di vittime o sopravvissute/i a crimini, violenze, incidenti, eventi catastrofici, povertà, malattia, o altro, sono tradizionalmente indagate nelle ricerche sulla rappresentazione femminile, perché, se è vero che fa parte della *mission* dell'informazione denunciare crimini e violenze, condizioni di povertà o malattia, vero è anche che un'eccessiva esposizione mediale delle donne come vittime, sproporzionata rispetto a quella degli uomini e non controbilanciata da altrettanta visibilità delle donne soggetti di cittadinanza attiva, rischia di perpetuare lo stereotipo del “sesso debole”.

Le diverse edizioni del GMMP e del *GLocal* negli anni hanno registrato una visibilità delle donne come vittime superiore a quella degli uomini, fatta eccezione per l'ultima edizione del *GLocal*, nel 2020, che attestava una percentuale relativa di donne vittime e/o sopravvissute uguale a quella maschile (6%), un risultato in controtendenza, seppur puntuale, cioè relativo soltanto a quell'edizione, rispetto alle precedenti edizioni, sia del *GLocal* sia del GMMP.

Questa edizione conferma quella che, a distanza di cinque anni, sembrerebbe essere un'inversione di tendenza, con una rappresentazione di genere equilibrata: Mediamente, sia le donne sia gli uomini superano la soglia di notiziabilità come vittime/sopravvissuti nella stessa misura, che è del 9%.

Disaggregando i dati per i due diversi contesti informativi, i TG delle Marche attestano una percentuale di uomini vittime e/o sopravvissuti leggermente superiore a quella delle donne; viceversa i TG del Trentino attestano una percentuale di donne vittime e/o sopravvissute leggermente superiore a quella degli uomini.

**Grafico 14 Percentuale di donne e uomini rappresentati come vittime o sopravvissuti nei TG delle Marche e del Trentino**



In nessuna delle notizie marchigiane e trentine del 6 maggio 2025, le donne sono vittime e/o sopravvissute di qualche forma di “Violenza di genere”. Nella maggior parte dei casi superano la soglia di notiziabilità in relazione a eventi catastrofici di origine naturale (per esempio, alluvioni) o antropici (per esempio, incidenti stradali).

Tabella 8 Donne e uomini rappresentati come vittime nei TG delle Marche

Personne nelle notizie	Donne	Uomini	Tot %	Tot N
Non una vittima	89%	88%	88%	336
Vittima di altri crimini, rapine, aggressioni, omicidi	1%	2%	2%	7
Vittima di guerra, terrorismo, violenza di stato	2%	0%	1%	2
Vittima di violazioni per motivi di religione, tradizioni ..	0%	0,4%	0%	1
Vittima di un incidente, disastro naturale, povertà, malattia	8%	10%	9%	36
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>382</b>

Tabella 9 Donne e uomini rappresentati come sopravvissuti nei TG delle Marche

Personne nelle notizie	Donne	Uomini	Tot %	Tot N
Non un sopravvissut@	90%	91%	90%	345
Sopravvissut@ a altri crimini	1%	2%	2%	6
Sopravvissut@ a guerra, terrorismo, violenza di stato	1%	0%	0%	1
Sopravvissut@ a incidente, disastro naturale, povertà, malattia	8%	8%	8%	30
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>382</b>

Tabella 10 Donne e uomini rappresentati come vittime nei TG del Trentino

Personne nelle notizie	Donne	Uomini	Tot %	Tot N
Non una vittima	94%	97%	96%	397
Vittima di altri crimini, rapine, aggressioni, omicidi	0%	2%	2%	7
Vittima di violenza in ambito domestico o familiare	0%	0,3%	0%	1
Vittima di un incidente, disastro naturale, povertà, malattia	6%	0,3%	2%	9
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>414</b>

Tabella 11 Donne e uomini rappresentati come sopravvissuti nei TG del Trentino

Personne nelle notizie	Donne	Uomini	Tot %	Tot N
Non un sopravvissuto	100%	99%	99%	397
Sopravvissut@ a altri crimini	0%	0,3%	0%	7
Sopravvissut@ a violenza in ambito domestico o familiare	0%	0,3%	0%	1
Sopravvissut@ a incidente, disastro naturale, povertà, malattia	0%	1%	0%	9
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>414</b>

## 2.8. RELAZIONI FAMILIARI: GENERI A CONFRONTO

La domanda di ricerca sulle relazioni familiari è finalizzata a cogliere uno stereotipo spesso latente nel linguaggio giornalistico, indagando come le donne vengono presentate rispetto agli uomini. Le precedenti edizioni del *GLocal* e del GMMP evidenziavano una tendenza a identificare le donne sulla base di relazioni familiari o affettive, come compagne, fidanzate, mogli, madri, o figlie di un uomo, con una frequenza significativamente superiore agli uomini, meno spesso identificati in relazione a una donna. Questa pratica giornalistica risulta problematica, perché presentare una donna sulla base di relazioni familiari o affettive significa collocarla simbolicamente entro la sfera privata, storicamente un dominio femminile, vs. la sfera pubblica, storicamente appannaggio maschile, dunque perpetua, sebbene in modo latente, uno stereotipo. Inoltre, significa indirettamente privare una donna della propria identità automa e indipendente, subordinandola piuttosto all'identità di un uomo, con il risultato che il valore del genere di appartenenza viene sminuito e quella del genere opposto viene

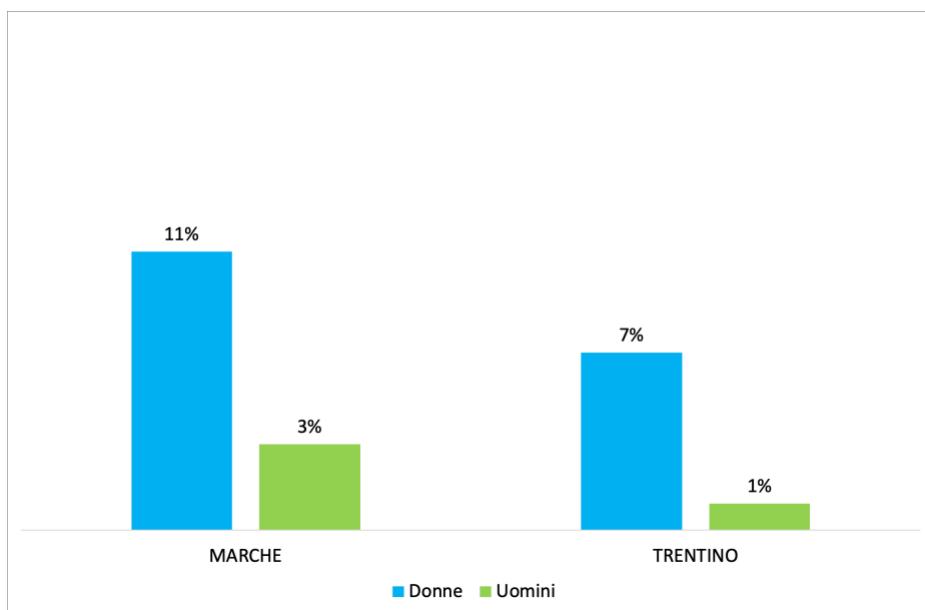
rinforzato.

Questa edizione del *GLocal* conferma la persistenza di questo fenomeno attestando una percentuale di donne presentate sulla base di qualche relazione familiare mediamente pari al 9% di contro al 2% degli uomini.

I dati disaggregati per contesto informativo, registrano un leggero maggior divario di genere per i TG delle Marche, dove, in generale, questa tendenza è più marcata (6% vs. il 3% dei TG del Trentino).

Nei TG marchigiani, l'11% delle donne è presentata in relazione a un uomo di contro al 3% degli uomini (gap: 8%), nei TG trentini il 7% delle donne vs. l'1% degli uomini (gap: 6%).

**Grafico 15 Percentuale di donne e uomini presentati sulla base di relazioni affettive o familiari nei TG delle Marche e del Trentino**



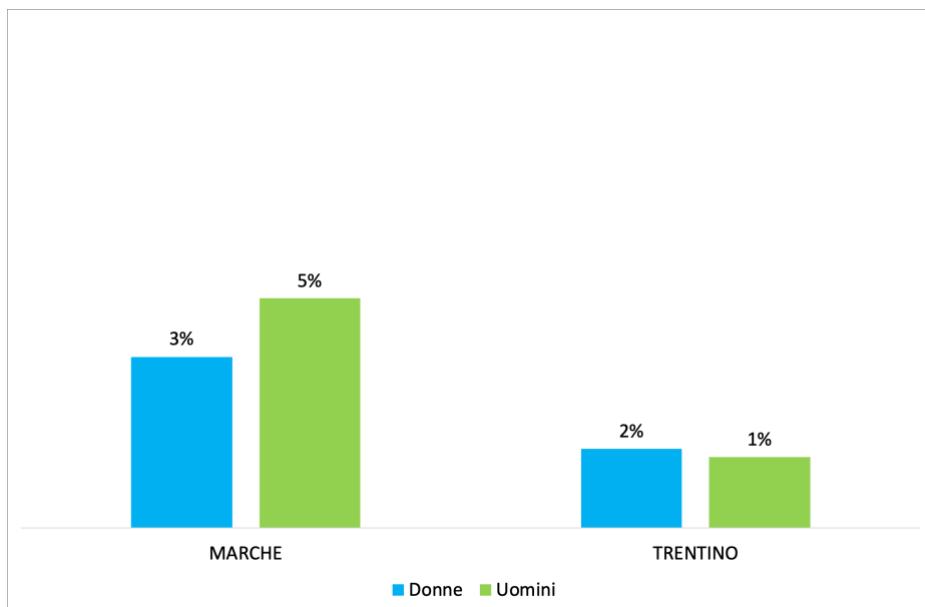
## 2.9. GRUPPI MINORITARI PER GENERE

L'edizione 2025 del GMMP ha introdotto una nuova variabile, per estendere l'analisi a una prospettiva intersezionale che tenga conto del fatto che l'identità genere si intreccia sempre con altre caratteristiche identitarie, generalmente trascurate dalle rappresentazioni mediatiche, per esempio, l'orientamento sessuale o l'identità etnico-razziale. La sotto-rappresentazione di gruppi minoritari riguarda sia le donne sia gli uomini, ma ha un impatto maggiore sulle donne, poiché essendo meno visibili hanno meno probabilità di mostrare la loro eterogeneità rispetto agli uomini.

I risultati del *GLocal* 2025 mostrano che nel complesso i gruppi sociali minoritari hanno una visibilità mediamente bassa, pari al 3%, un po' più elevata nei TG delle Marche, dove si attesta al 4% vs. l'1% dei TG del Trentino.

In entrambi i casi, si registra un piccolo divario di genere, a favore degli uomini nei TG delle Marche, dove le donne appartenenti a minoranze sono il 3% vs. il 5% degli uomini; a favore delle donne nei TG del Trentino, dove le donne appartenenti a minoranze sono il 2% vs. l'1% degli uomini.

Grafico 16 Percentuale di donne e uomini rappresentanti gruppi minoritati nei TG delle Marche e del Trentino



## 2.10. DOMANDE SPECIALI

Come anticipato più sopra, dal 2020, il GMMP ha introdotto un set di domande speciali formulabili liberamente da ogni paese aderente al progetto, sulla base di questioni di genere ritenute emergenti nel contesto nazionale. Il *network* italiano del GMMP 2025 ha deciso di focalizzarsi su tre questioni: il linguaggio di genere; la visibilità delle donne in relazione a temi di pace e sicurezza globale; il fenomeno della vittimizzazione secondaria delle vittime di violenza.

I risultati dimostrano il persistere di una resistenza a presentare le donne con titoli professionali *tout court* e/o a nominarle in modo coerente rispetto al loro genere femminile: su 246 donne oggetto o fonte di notizia quelle presentate con titoli femminili sono il 56% (vs. il 64% di uomini presentati con titoli maschili), quelle non presentate o presentate con titoli maschili sono il 44% vs. il 36% di uomini non presentati.

I TG delle Marche presentano una resistenza più accentuata, con il 53% di donne presentate con titoli maschili o non presentate affatto vs. il 36% delle donne nelle notizie dei TG del Trentino.

Le persone argomento o fonte di notizie sulla pace e/o la sicurezza globale, nel complesso sono poco frequenti, 5 in tutto. Un risultato coerente con l'informazione monitorata che è focalizzata sul territorio locale, piuttosto che su scenari globali. In 4 casi su 5 si tratta di donne: 3 su 4 nei TG delle Marche e 1 su 1 nei TG del Trentino.

Per quanto riguarda la vittimizzazione secondaria, non si è registrato alcun caso, poiché il 6 maggio 2025 nessuno dei TG analizzati ha dato notizie su casi di violenza contro le donne.

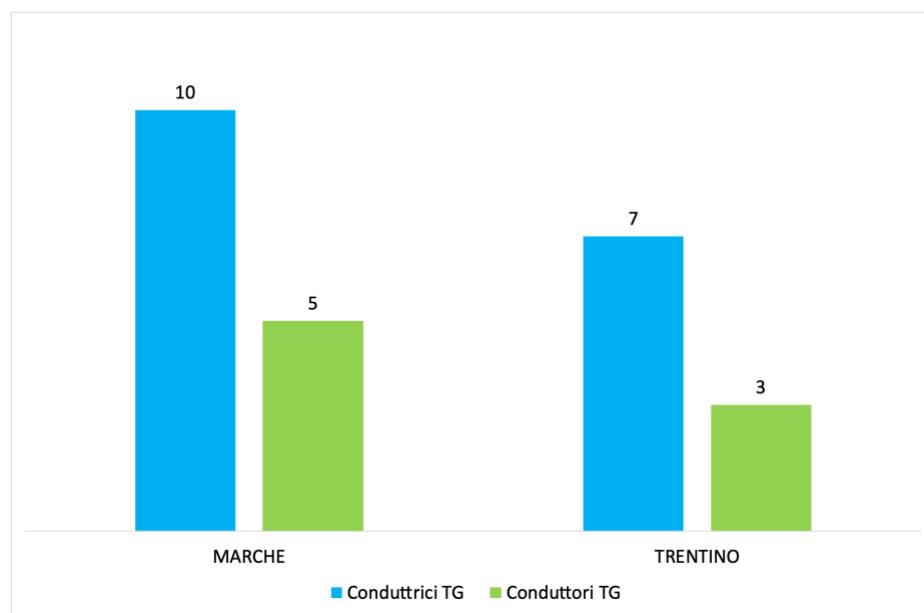
### 3. GIORNALISTE E GIORNALISTI: CHI DÀ LE NOTIZIE

#### 3.1. CHI CONDUCE I TG

Il GMMP non è solo una ricerca sull'accesso delle donne nell'agenda dell'informazione, ma anche sulla visibilità e il ruolo delle giornaliste. Trattandosi di un'attività di monitoraggio dei contenuti dell'informazione, e non di analisi dell'organizzazione delle emittenti TV, i risultati presentati di seguito non sono statistiche sulla composizione delle redazioni, ma danno conto della visibilità delle giornaliste, sia come conduttrici dei notiziari, che lanciano i servizi oppure danno le notizie da studio, sia come autrici di servizi o reporter di servizi registrati in esterna o intervistatrici.

A livello di conduzione dei singoli notiziari, il *GLocal* 2025 rileva una netta prevalenza di donne. Nei TG del Marche le conduttrici sono il doppio dei conduttori, per l'esattezza 10 su 15 TG monitorati sono condotti da donne. Nei TG del Trentino il divario è ancora più marcato, con 7 conduttrici su 10 figure complessive alla conduzione delle 8 edizioni dei TG, 2 dei quali co-condotti da una donna e un uomo. In entrambi i casi, si tratta di valori in crescita rispetto al dato medio registrato nella precedente edizione del *GLocal* (2020) che aveva rilevato 10 conduttrici su 26 totali.

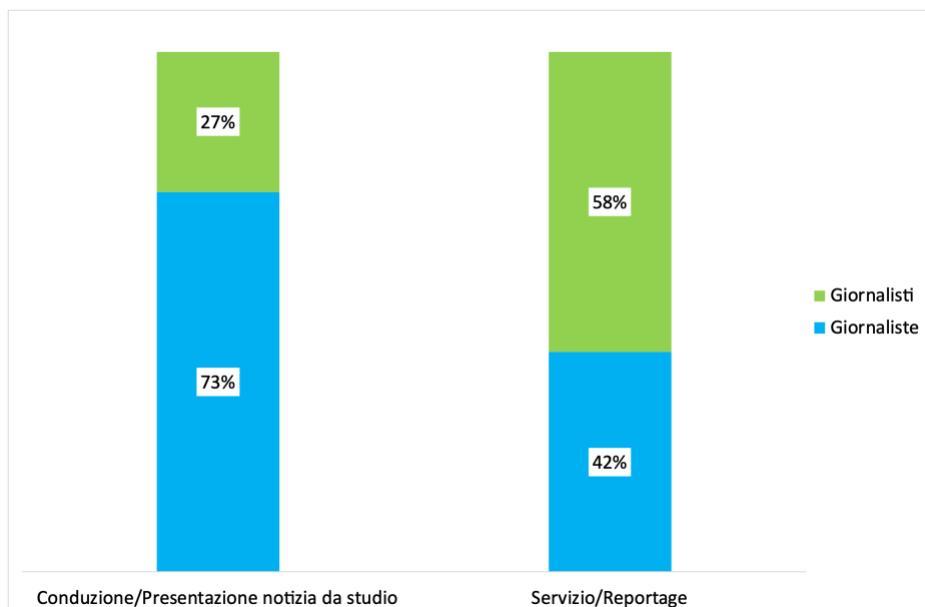
Grafico 17 Numero di conduttrici e conduttori delle edizioni dei TG delle Marche e del Trentino



#### 3.2. LA VISIBILITÀ DI GIORNALISTE E GIORNALISTI

Se calcoliamo, come prevede la metodologia del GMMP, la copertura delle notizie per genere del/la giornalista, su 435 fra giornaliste e giornalisti che coprono le 294 notizie rilevate con brevi da studio, servizi realizzati *on desk* o in esterna o interviste, il 63% è una donna, un dato medio fra il 73% di 286 notizie brevi da studio e servizi/*reportage* e il 43% di 149 servizi/*reportage* totali.

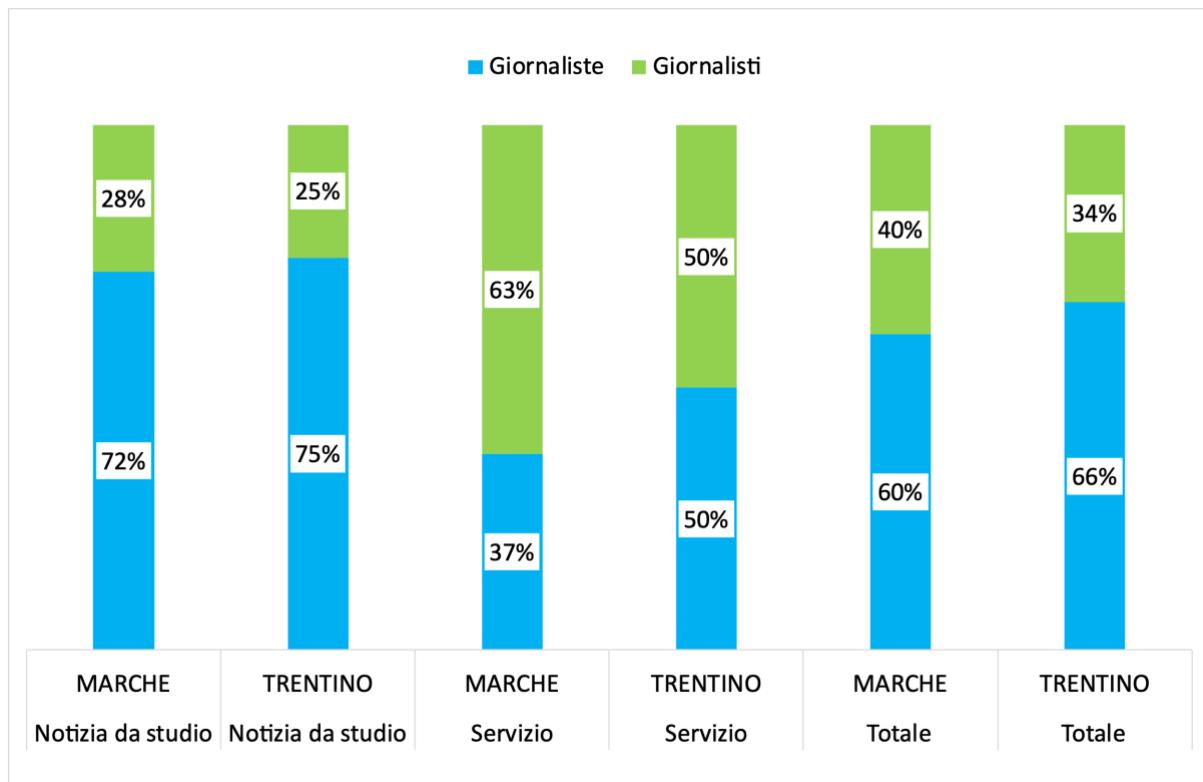
Grafico 18 Copertura complessiva delle notizie per genere e ruolo giornalistico



I TG delle Marche evidenziano un profilo più tradizionale, in linea con precedenti ricerche che attestano una prevalenza di giornaliste nel ruolo della conduzione/presentazione di notizie da studio e una prevalenza di giornalisti fra i redattori dei servizi o *reportage* (Grafico 19).

I TG del Trentino registrano una sovrappresentazione delle donne nel ruolo della conduzione/presentazione di notizie da studio, ma anche un perfetto equilibrio di genere a livello di servizi/*reportage* (Grafico 19).

Grafico 19 Copertura delle notizie per genere e ruolo giornalistico nei TG delle Marche e del Trentino



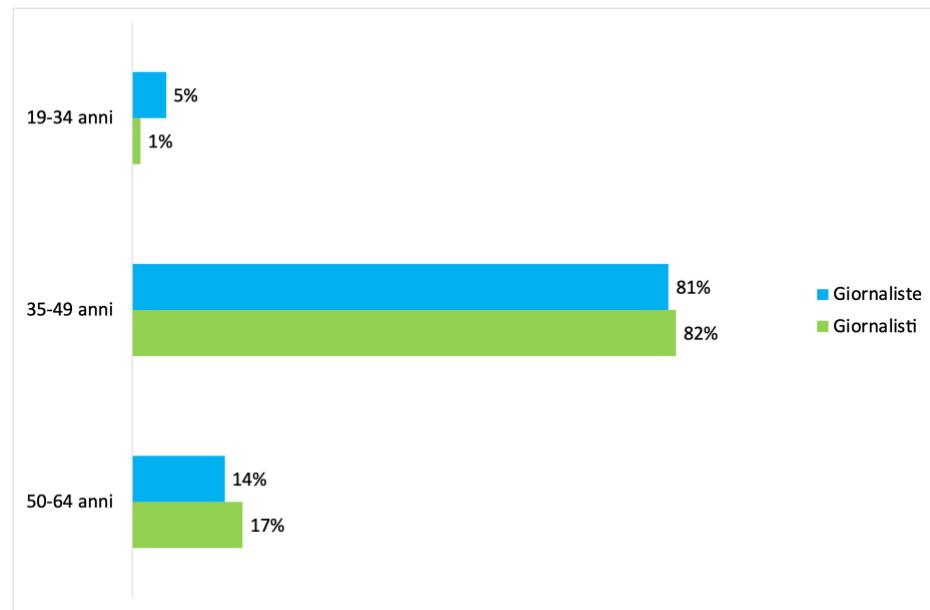
### 3.3. L'ETÀ DI GIORNALISTE E GIORNALISTI

Una delle variabili tradizionalmente indagate dal GMMP è l'età delle giornaliste visibili, in confronto con i colleghi maschi. Sebbene la compilazione di questa variabile sia esposta alla soggettività dell'analista, che si basa sull'età dimostrata dalle giornaliste e dai giornalisti, e non su dati anagrafici puntuali, il risultato può essere indicativo sia della composizione di una redazione sia della visibilità ottenuta da giornaliste e giornalisti rappresentanti diverse generazioni e può fornire elementi per valutare se l'età, in particolare la giovane età, favorisce le donne, come dimostrato da tutte le edizioni del GMMP. Un risultato, quest'ultimo, che si presta a una duplice interpretazione: le giovani giornaliste potrebbero essere avvantaggiate da un fattore storico, che ha visto aprirsi questa professione alle donne più tardi rispetto agli uomini, ma potrebbero essere anche avvantaggiate dall'importanza che riveste, specialmente per la TV, il canone estetico che attribuisce maggior valore ai volti giovani o giovanili.

A livello complessivo, il dato più rilevante dell'edizione *Glocal* 2025 è che le giornaliste esibiscono la loro immagine, in modo tale da poterne rilevare le età, in misura significativamente superiore agli uomini: 79% vs. 48%. Questa percentuale di giornaliste è identica per i TG delle Marche e del Trentino. Quello che varia fra i due contesti informativi è il gap di genere: aumenta per i TG delle Marche, dove i giornalisti sono un po' meno visibili (46%), rispetto ai TG del Trentino, dove i giornalisti sono un po' più visibili (51%).

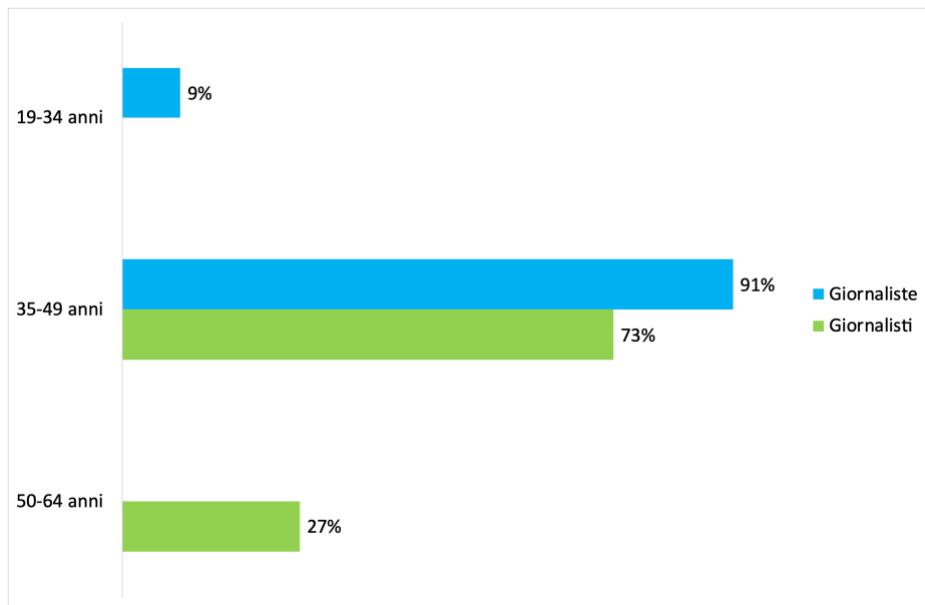
Le giornaliste che ottengono una visibilità in video si concentrano nella fascia 35-49 anni, in proporzioni del tutto simili a quelle dei loro colleghi, ma, rispetto a questi ultimi sono più rappresentate nella fascia 19-34 anni e meno nella fascia 50-64 anni.

Grafico 20 Distribuzione complessiva di giornaliste e giornalisti per fascia di età



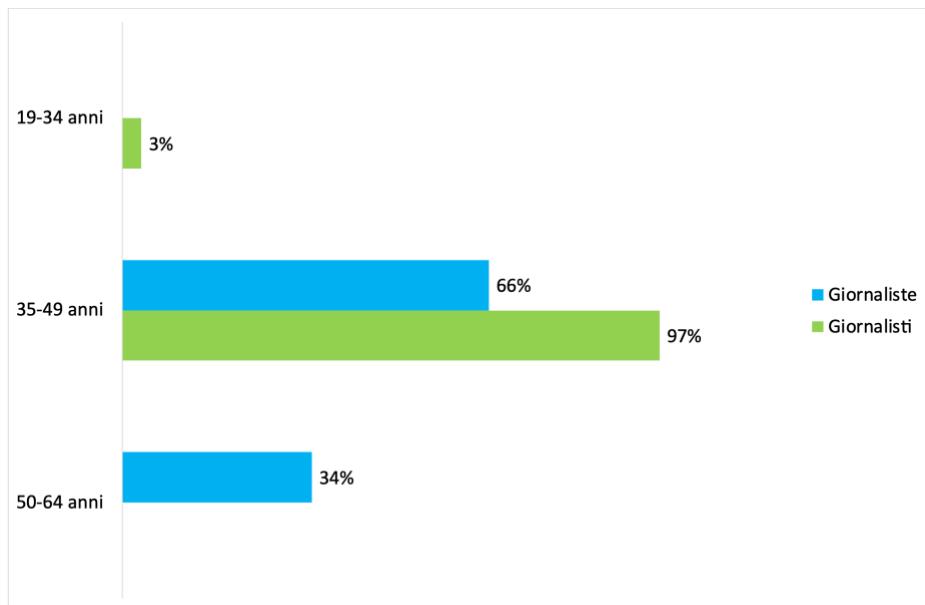
Questa asimmetria di genere intergenerazionale riguarda prevalentemente i TG delle Marche, dove quasi una giornalista su dieci esibisce un'età sotto i 35 anni e nessuna un'età sopra i 50; mentre i giornalisti sotto i 35 anni risultano assenti e quelli sopra i 50 anni sono circa uno su tre.

Grafico 21 Distribuzione di giornaliste e giornalisti per fascia di età nei TG delle Marche



I TG del Trentino mostrano invece un'inversione di tendenza, con un'insolita asimmetria di genere intergenerazionale caratterizzata dall'assenza di giornaliste nella fascia più giovane, rappresentata solo da uomini, e da una massiccia presenza di giornaliste, più di una su tre, nella fascia più anziana, dove gli uomini risultano assenti.

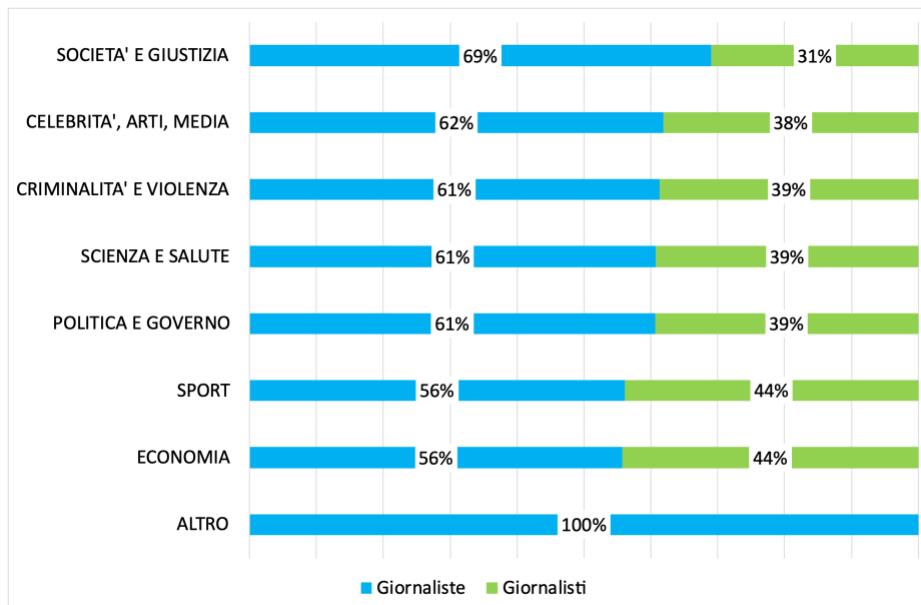
Grafico 22 Distribuzione di giornaliste e giornalisti per fascia di età nei TG del Trentino



### 3.4. GLI ARGOMENTI DELLE NOTIZIE A CURA DI GIORNALISTE E GIORNALISTI

Venendo ora ai contenuti delle notizie, nel complesso le giornaliste coprono di più le notizie di "Società e giustizia" (69%) e le *soft news* su "Celebrità, arti, media" (62%), e meno le notizie di "Sport" (56%) o di "Economia" (56%), come da tradizione.

Grafico 23 Genere giornalista per area tematica della notizia



Sono soprattutto i TG delle Marche a registrare una significativa concentrazione delle giornaliste sulle notizie di “Società e giustizia” (68%), mentre i TG del Trentino attestano una significativa concentrazione delle giornaliste sulle notizie di “Celebrità, arti, media” (80%), ma anche, in controtendenza rispetto al risultato generale, sulle notizie di “Sport” (71%).

Grafico 24 Genere giornalista per area tematica della notizia nei TG delle Marche

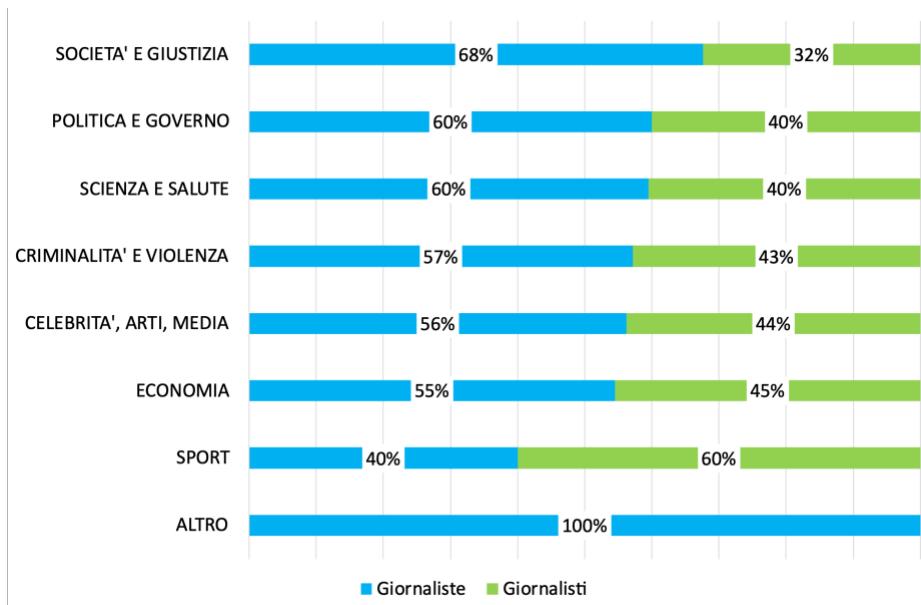
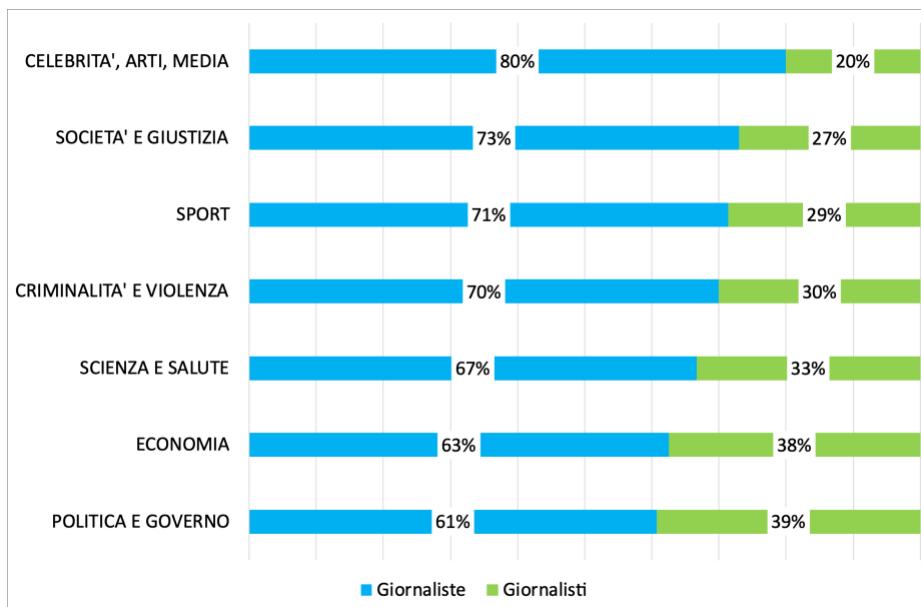


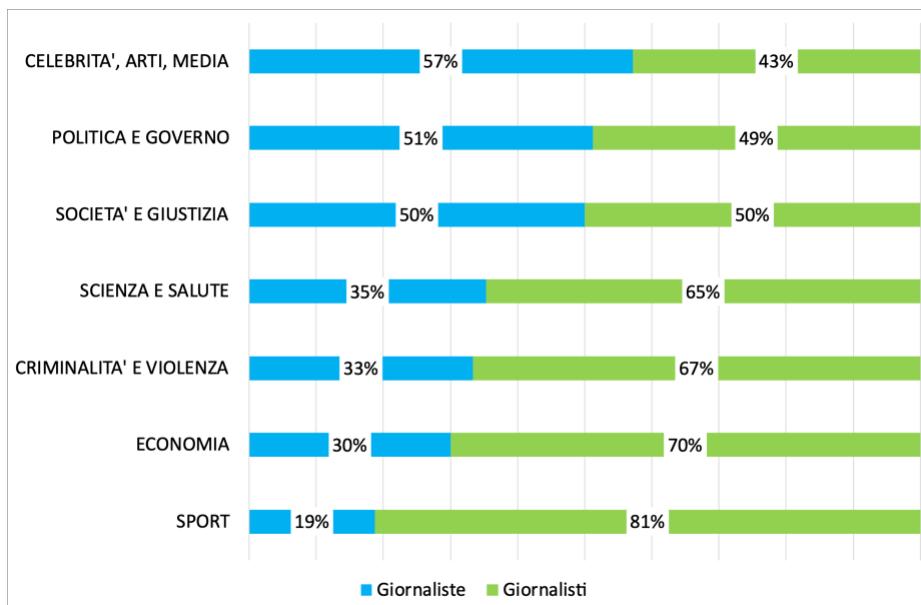
Grafico 25 Genere giornalista nei TG del Trentino



Al netto delle notizie lanciate o presentate da studio, le giornaliste risultano significativamente prevalenti nella redazione di servizi su “Celebrità, arti, media” (57%), mentre i giornalisti nella realizzazione di servizi o *reportage* di “Scienza e salute” (65%), “Criminalità e violenza” (67%), “Economia” (70%) e “Sport” (81%).

Risultano invece bilanciati i servizi dedicati a questioni di “Politica e governo” (51% giornaliste vs. 49% giornalisti) e quelli focalizzati su “Società e giustizia” (50%/50%).

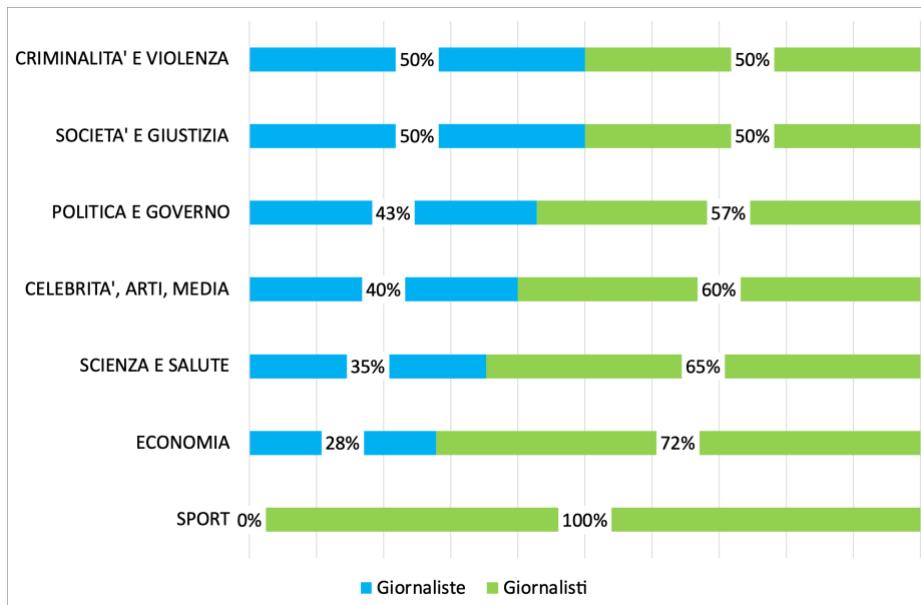
Grafico 26 Genere giornalista reporter per area tematica della notizia



I TG delle Marche evidenziano un perfetto bilanciamento di genere nella copertura di servizi dedicati a notizie di “Criminalità e violenza” (50%/50%) e di “Società e giustizia” (50%/50%), e uno sbilanciamento

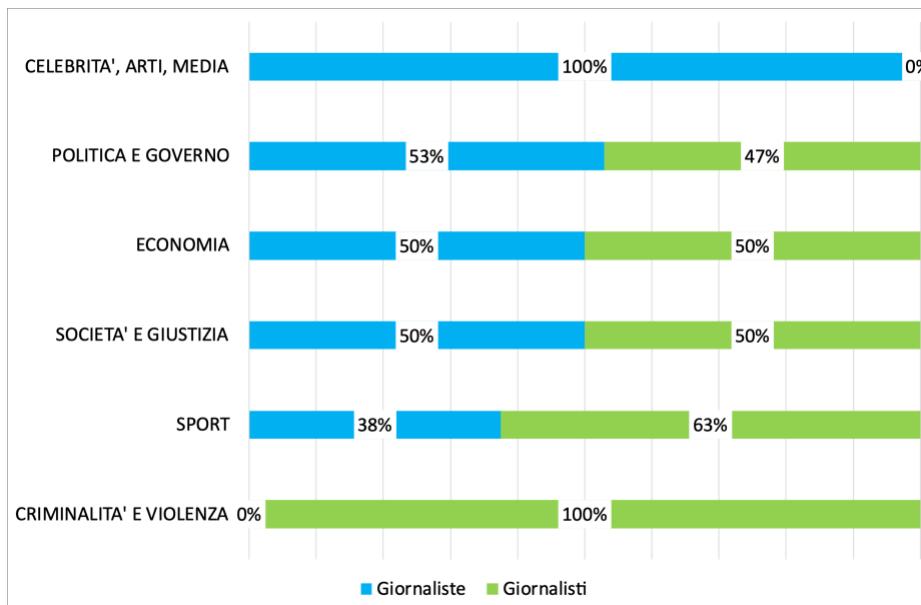
di genere, a favore degli uomini, nella copertura di tutte le altre tipologie di notizie, fino alla redazione di servizi sullo "Sport" esclusivamente a cura di giornalisti maschi (100%).

**Grafico 27 Genere giornalista reporter per area tematica della notizia nei TG delle Marche**



I TG del Trentino evidenziano una redazione esclusivamente femminile di servizi su "Celebrità, arti, media" (100%), e una copertura di servizi sullo "Sport" prevalentemente maschile (63%); una redazione più equilibrata di notizie di "Politica e governo" (53% giornaliste, 47% giornalisti), "Economia" (50%/50%), "Società e giustizia" (50%/50%). I servizi dedicati a notizie di "Criminalità e violenza" sono redatti esclusivamente da uomini (100%), ma nel complesso sono soltanto un paio.

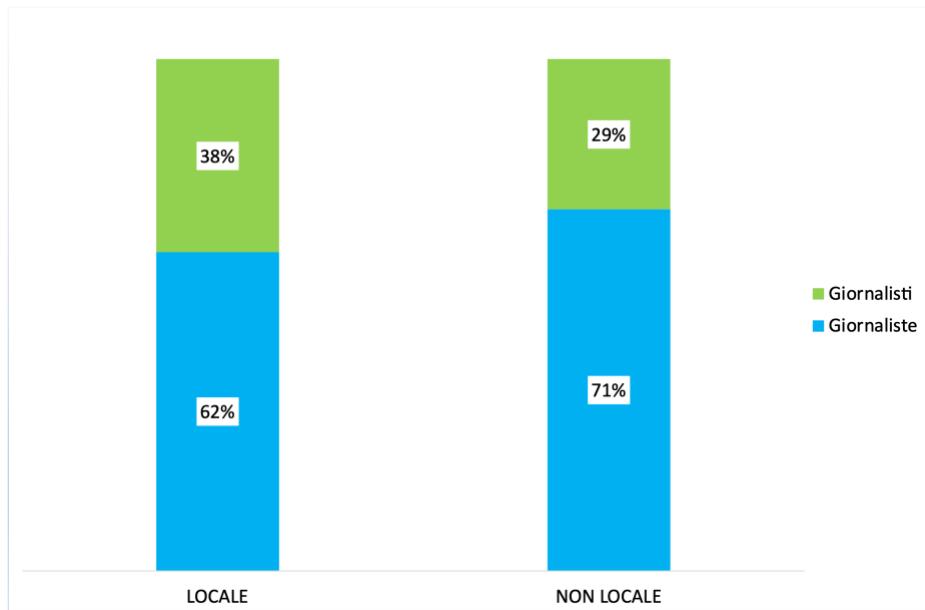
**Grafico 28 Genere giornalista reporter per area tematica della notizia nei TG del Trentino**



### 3.5. IL CONTESTO DELLE NOTIZIE DI GIORNALISTE E GIORNALISTI

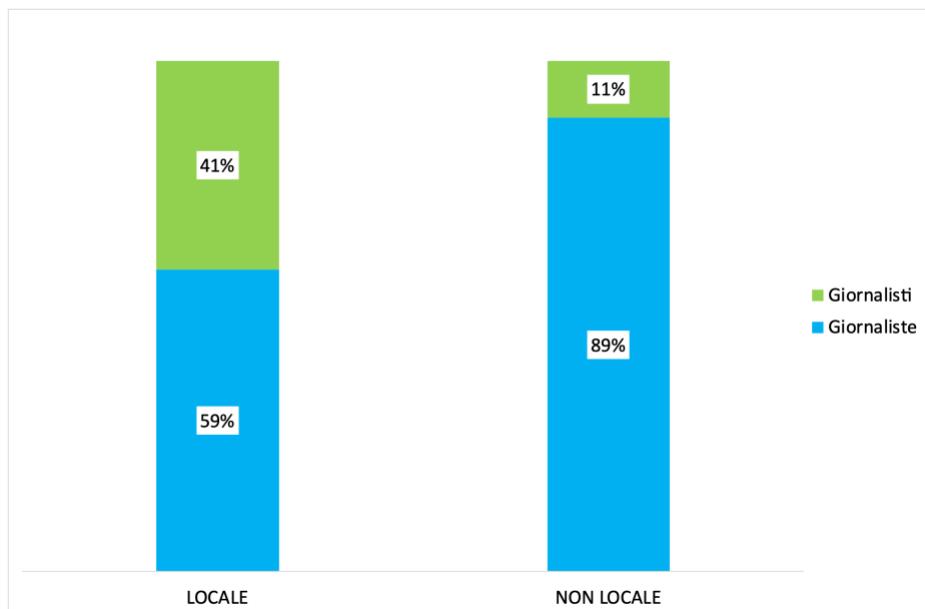
Come scritto più sopra, la maggior parte delle notizie trasmesse dai TG analizzati copre eventi di carattere locale, le notizie estere/internazionali, sovra-nazionali o nazionali sono poco frequenti. Distinguendo sommariamente le notizie fra locali e non locali, le giornaliste risultano sovra-rappresentate nella copertura di queste ultime, rappresentando il 72%.

Grafico 29 Genere giornalista reporter per contesto della notizia



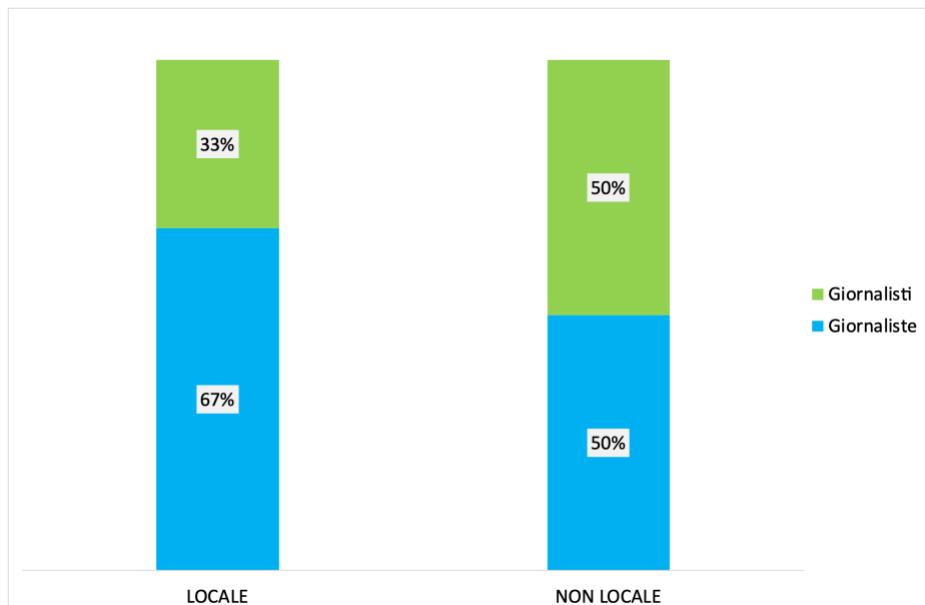
I TG delle Marche presentano una sovra-rappresentazione ancora più marcata con l'89% della copertura di notizie non locali a cura delle giornaliste.

Grafico 30 Distribuzione delle notizie per contesto e genere del/la giornalista nei TG delle Marche



I TG del Trentino, invece, risultano più equilibrati, con una copertura di notizie non locali condivisa al 50% tra giornaliste e giornalisti.

Grafico 31 Distribuzione delle notizie per contesto e genere del/la giornalista nei TG del Trentino



## 4. PRATICHE GIORNALISTICHE

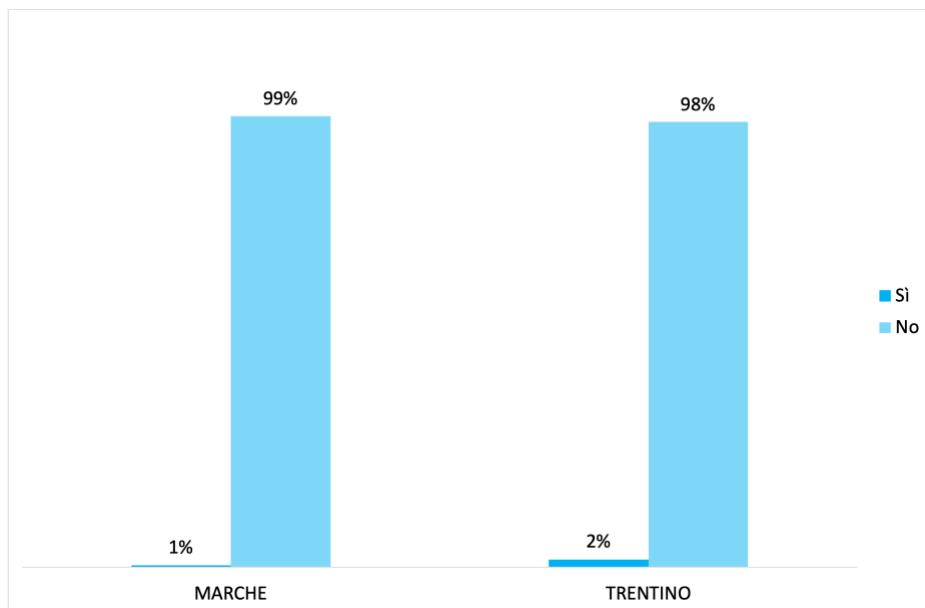
Le pratiche giornalistiche vengono indagate da una prospettiva di genere con quattro domande di ricerca finalizzate a rilevare per ogni notizia: 1) se contiene riferimenti a leggi o politiche per l'uguaglianza di genere e i diritti umani (che includono l'uguaglianza di genere); 2) se riguarda qualche donna o le donne come gruppo sociale; 3) se mette in evidenza disuguaglianze fra donne e uomini; 4) se sfida gli stereotipi di genere.

### 4.1. RIFERIMENTI A LEGGI O POLITICHE PER L'UGUAGLIANZA DI GENERE E I DIRITTI UMANI

Su 294 notizie analizzate solo 3, pari all'1%, hanno fatto riferimento a leggi o politiche per l'uguaglianza di genere, 1 nei TG delle Marche e 2 nei TG del Trentino. Un valore in linea con la precedente edizione del *GLocal*.

L'unica notizia dei TG marchigiani contenente un riferimento a leggi o politiche per l'uguaglianza riguardava l'argomento "Sistema giuridico, giudiziario, leggi e diritti di famiglia" (compreso nella macro-area tematica "Società e giustizia"); le 2 notizie dei TG trentini l'argomento "Donne politiche, donne candidate alle elezioni" (compreso nella macro-area "Politica e governo").

Grafico 32 Notizie per riferimento a leggi o politiche per l'uguaglianza di genere e i diritti umani nei TG delle Marche e del Trentino

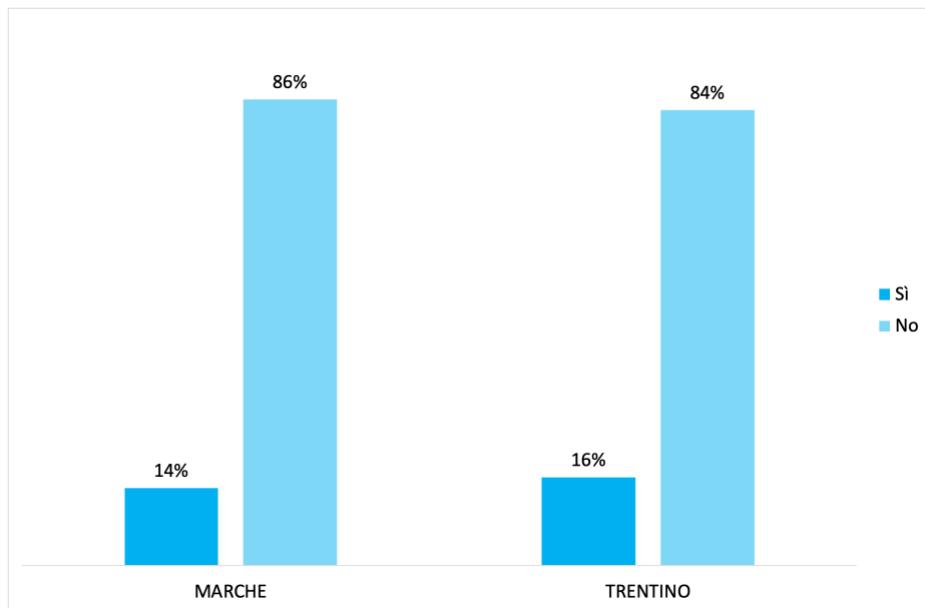


#### 4.2. CENTRALITÀ FEMMINILE

Le notizie focalizzate sulle donne sono pari al 15%, una percentuale in crescita rispetto al 7% rilevato nel corso del *GLocal* 2020.

I TG delle Marche attestano una centralità femminile in 26 notizie, pari al 14% del totale; i TG del Trentino in 18 notizie, pari al 16% del totale.

Grafico 33 Notizie per centralità femminile nei TG delle Marche e del Trentino



Quasi la metà delle notizie a centralità femminile nei TG delle Marche riguarda questioni di "Società e giustizia", ma le donne sono centrali anche in altre aree tematiche, fatta eccezione per l'area "Politica e governo".

**Tabella 12 Distribuzione delle notizie a centralità femminile per macro-argomento nei TG delle Marche**

Macro-argomento	Distribuzione notizie a centralità femminile
SOCIETA' E GIUSTIZIA	46%
SCIENZA E SALUTE	12%
CELEBRITA', ARTI, MEDIA	12%
ECONOMIA	12%
CRIMINALITA' E VIOLENZA	8%
SPORT	8%
POLITICA E GOVERNO	4%
<b>Totale %</b>	<b>100%</b>

Nei TG del Trentino, invece, sono proprio le notizie di “Politica e governo”, insieme a quelle di “Scienza e salute”, a dare maggiore centralità alle donne.

**Tabella 13 Notizie a centralità femminile per macro-argomento nei TG del Trentino**

Macro-argomento	Distribuzione notizie a centralità femminile
POLITICA E GOVERNO	39%
SCIENZA E SALUTE	39%
CRIMINALITA' E VIOLENZA	6%
ECONOMIA	6%
SPORT	6%
SOCIETA' E GIUSTIZIA	6%
<b>Totale %</b>	<b>100%</b>

#### 4.3. DISUGUAGLIANZE TRA DONNE E UOMINI

Le disuguaglianze di genere risultano totalmente trascurate, non essendo messe in evidenza in nessuna notizia né nei TG delle Marche né nei TG del Trentino. Anche nella precedente edizione del *GLocal* si era registrato un risultato sostanzialmente simile, con solo 2 notizie, su un totale di 319 analizzate, contenente qualche riferimento alle disuguaglianze di genere che, seppure formalmente superate da un sistema legislativo egualitario, in Italia persistono in diversi ambiti, in particolare l'economia e la politica, come evidenzia l'ultimo *Global Gender Gap Report* del World Economic Forum (2025)<sup>13</sup>.

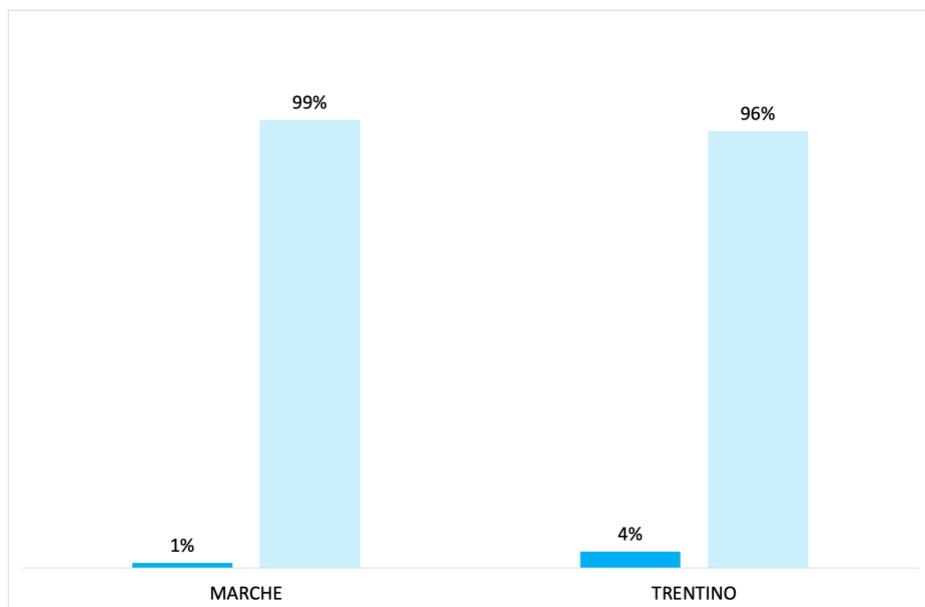
#### 4.4. SFIDA AGLI STEREOTIPI

Una certa inerzia dell'informazione locale sul fronte della promozione dell'uguaglianza di genere e dell'*empowerment* femminile emerge anche dal risultato sulle notizie che sfidano gli stereotipi di genere, solo il 2%, sulle 294 analizzate.

A sfidare gli stereotipi di genere, proponendo identità, ruoli, relazioni di genere innovative, sono più i TG del Trentino (4%), rispetto a quelli delle Marche (1%).

<sup>13</sup> Fonte: <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2025/>

Grafico 34 Notizie per sfida agli stereotipi di genere nei TG delle Marche e del Trentino



Le 2 notizie che sfidano gli stereotipi di genere e che sono state trasmesse dai TG marchigiani riguardano una l'argomento “Scienza, tecnologia, ricerca”, una l'argomento “Sistema giuridico, giudiziario, Leggi e diritti di famiglia”.

Le 4 notizie trasmesse dai TG trentini riguardano “Donne politiche, donne candidate alle elezioni”, “Altre politiche interne e di governo” e “Sport individuali”.

Di queste notizie si riporta un'analisi qualitativa nel capitolo successivo del rapporto, dedicato agli studi di caso.

## 5. STUDI DI CASO

Come anticipato nel primo capitolo, la metodologia di ricerca del GMMP prevede non solo un'analisi del contenuto con una scheda strutturata che restituisce risultati quantitativi, ma anche un'analisi qualitativa finalizzata a rilevare e approfondire buone e cattive pratiche giornalistiche, secondo uno schema standard che rileva, da un lato: 1) stereotipi palesi, 2) stereotipi sottili, ovvero latenti un po' come le polveri sottili che non vediamo ma inquinano l'aria che respiriamo, 3) occasioni mancate, esemplari di **cattive pratiche**; dall'altro 1) sfide agli stereotipi, 2) bilanciamento delle fonti, 3) approfondimento di questioni di genere specifiche, a titolo di **buone pratiche**.

Di seguito si riportano sei studi di caso ritenuti esemplari di pratiche giornalistiche, cattive o buone, con l'auspicio che siano lette e comprese da giornaliste e giornalisti, per comprendere meglio quali sono i meccanismi dell'informazione, talvolta anche insidiosi, che possono contribuire a sminuire le donne e a ostacolare il progresso dell'uguaglianza di genere, o, viceversa, a valorizzare le donne e promuovere il percorso verso l'uguaglianza, dentro e attraverso i media.

### 5.1. STUDIO DI CASO 1: STEREOTIPI PALESI

**Emissente:** Fano TV

**Titolo della notizia:** Controlli a tappeto.

**Sintesi della notizia:** Bilancio di controlli, sanzioni e sequestri effettuati dalla Guardia di Finanza di Pesaro e Urbino nel primo quadrimestre del 2025.

#### Analisi

La notizia è trattata in un servizio registrato con immagini montate in fase di post-produzione, alternando riprese in esterna con riprese di interni, e un testo che fornisce dati statistici e informazioni sui controlli, i sequestri e le sanzioni della Guardia di Finanza di Pesaro e Urbino nel primo quadrimestre del 2025, in occasione della pubblicazione ufficiale del bilancio, da parte della stessa GdF.

Le immagini che accompagnano il testo della notizia trasmettono uno squilibrio di genere: tutti i militari ritratti in volto e mostrati in azioni operative sono uomini, l'unica donna ripresa compare di spalle, in un ruolo d'ufficio con delle cuffie in testa, in quella che sembra essere un'attività da *call center*.

Questa scelta visiva rafforza lo stereotipo secondo cui gli incarichi operativi nelle forze dell'ordine sono maschili, mentre alle donne spettano compiti di supporto o di ufficio.

L'assenza di voci femminili fra le fonti contribuisce a rafforzare questa immagine stereotipata.

### 5.2. STUDIO DI CASO 2: STEREOTIPI SOTTILI

**Emissente:** TV Centro Marche

**Titolo della notizia:** Famiglie con disabili gravi.

**Sintesi della notizia:** Protesta a San Benedetto del Tronto, nella sede della Regione Marche, da parte dei familiari di persone con disabilità gravissima per chiedere l'attivazione di dieci posti letto nella struttura socio-sanitaria Biancazzurro, unica nella provincia di Ascoli Piceno.

#### Analisi

La notizia è trattata da un servizio registrato in esterna, fuori e dentro Palazzo Leopardi, sede della Regione Marche, dove i familiari di persone con disabilità gravissima hanno manifestato e chiesto, al tavolo con le autorità politiche, lo sblocco dei fondi per attivare 10 posti letto nella struttura socio-sanitaria Biancazzurro.

Le immagini che accompagnano il servizio ritraggono donne e uomini sia tra i familiari delle persone disabili sia fra i rappresentanti delle istituzioni, garantendo un equilibrio di genere a livello iconografico.

Le fonti intervistate in qualità di *caregiver*, invece, sono soltanto donne: questa scelta può contribuire a rinforzare lo stereotipo di genere che tradizionalmente assegna questo ruolo alla figura femminile.

### 5.3. STUDIO DI CASO 3: OCCASIONI MANcate

**Emissente:** TVRS

**Titolo della notizia:** GDF Pesaro Urbino raffica di controlli.

**Sintesi della notizia:** Bilancio di controlli, sanzioni e sequestri effettuati dalla Guardia di Finanza di Pesaro e Urbino nel primo quadrimestre del 2025.

#### Analisi

La notizia è coperta (come nel precedente studio di caso) da un servizio registrato con immagini chiaramente montate in fase di post-produzione, alternando riprese in esterna con riprese di interni, e un testo che fornisce dati statistici e informazioni sui controlli, i sequestri e le sanzioni effettuati dalla Guardia di Finanza di Pesaro e Urbino nel primo quadrimestre del 2025, in occasione della pubblicazione ufficiale del bilancio, da parte della stessa GdF.

A differenza del servizio precedentemente, dove compariva una donna, sebbene in posizione marginale rispetto ai colleghi uomini, qui non compare nessuna donna.

La totale assenza di figure femminili rafforza implicitamente un vecchio stereotipo secondo il quale le forze dell'ordine sono un ambiente lavorativo "più adatto agli uomini" e rappresenta un'occasione mancata per dare visibilità a una professione aperta alle donne solo di recente, con una legge del 1999 e i primi arruolamenti nel 2002.

### 5.4. STUDIO DI CASO 4: SFIDA AGLI STEREOTIPI

**Emissente:** Trentino TV

**Titolo della notizia:** notizia non titolata, presenta la prima commissione femminile istituita nel Comitato Trentino delle FMI

**Sintesi della notizia:** Il Comitato Trentino della FMI (Federazione motociclistica italiana) presenta per la prima volta la sua commissione femminile, nata per valorizzare la presenza crescente delle donne nel motociclismo. Il servizio dà voce alle promotrici e alle attività in programma. L'iniziativa è descritta come simbolo di aggregazione e superamento di stereotipi.

### Analisi

La notizia presenta in modo positivo la nascita della prima commissione femminile motociclistica del Trentino, dando voce diretta alle protagoniste.

Il linguaggio utilizzato è inclusivo.

Le donne sono presentate come soggetti attivi, competenti e motivate, con obiettivi chiari.

Si sfidano esplicitamente stereotipi legati al genere e alla pratica sportiva.

Le fonti maschili confermano e sostengono il progetto, ma senza dominarne il racconto.

Il servizio valorizza l'aggregazione, la sicurezza e la fiducia in sé stesse delle donne rappresentate, rendendolo un esempio positivo di rappresentazione femminile nei media locali.

## 5.5. STUDIO DI CASO 5: BILANCIAMENTO DELLE FONTI (e sfida agli stereotipi)

**Emitente:** Rossini TV

**Titolo della notizia:** notizia non titolata, presenta l'Accademia orafa di Fano istituita da tre anni per tramandare una tradizione artigianale del territorio.

**Sintesi della notizia:** Il servizio presenta le nuove iniziative dell'Accademia orafa di Fano, con voci autorevoli femminili e maschili in ruoli di *leadership*. La presidente di Confcommercio e il preside del liceo locale illustrano il valore culturale e formativo del progetto.

### Analisi

Il servizio presenta l'Accademia Orafa di Fano, iniziativa di formazione e valorizzazione dell'oreficeria locale, con interventi della presidente di Confcommercio, Barbara Marcolini, e del preside del Liceo Nolfi-Apolloni, Samuele Giombi.

La voce della presidente Marcolini valorizza il ruolo delle donne in posizione di *leadership* in un contesto, quello dell'oreficeria, dominato storicamente da figure maschili.

L'ambiente di lavoro orafo viene raccontato come un'opportunità aperta a tutti e tutte, con particolare attenzione al coinvolgimento delle giovani generazioni e alla trasmissione del sapere artigiano anche alle donne.

Il servizio mostra una collaborazione paritaria nella promozione di un'iniziativa culturale e professionale.

La presenza equilibrata di fonti maschili e femminili in ruoli autorevoli e il linguaggio rispettoso e privo di stereotipi rendono il servizio un esempio di buona pratica di rappresentazione e inclusione nei media locali.

## 5.6. STUDIO DI CASO 6: APPROFONDIMENTO QUESTIONI DI GENERE

**Titolo della notizia:** "La pastora protestante e il Conclave"

**Emissario:** Rai – TGR Trentino Alto Adige

**Sintesi della notizia:** In vista del Conclave, Lidia Maggi, pastora e biblista, riflette sul futuro della Chiesa e sull'eredità di Papa Francesco. Intervistata a Bolzano, richiama la necessità di una Chiesa inclusiva nei confronti delle donne e dei giovani. Il servizio valorizza il suo ruolo come esperta e figura spirituale.

### Analisi

Il servizio intervista Lidia Maggi, biblista e pastora battista, dando voce a una figura femminile autorevole nel dibattito sul Conclave.

La presenza di una donna come esperta in teologia sfida gli stereotipi legati alla *leadership* religiosa maschile.

Il titolo professionale usato per presentarla è declinato al femminile (viene utilizzato il termine "pastora").

Il linguaggio e il testo del servizio sono rispettosi e non sessisti, e valorizzano le competenze della fonte (biblista, autrice, madre).

Le immagini a corredo del servizio, che ritraggono la biblista in un luogo di studio, sono coerenti con un *frame* chiaramente professionale, che valorizza l'*expertise* dell'intervistata.

Il servizio, inoltre, mette in luce l'importanza delle donne nella Chiesa con una visione inclusiva, chiara e potente.

L'intervento di Maggi segna una rottura con la marginalizzazione delle donne nella religione, ed è centrato sul concetto (critico) di una Chiesa che, senza donne, giovani e bambini, risulta "mutilata".

Un ottimo esempio di rappresentazione competente e paritaria.

## 6. CONCLUSIONI

A 30 anni dalla Dichiarazione e piattaforma d'azione di Pechino (ONU, 1995), che inserisce per la prima volta i media come settore strategico per il progresso dell'uguaglianza di genere, l'edizione del *Glocal 2025* evidenzia come l'informazione locale abbia fatto qualche progresso, soprattutto, verso una maggior partecipazione delle donne all'espressione nei e attraverso i media (obiettivo j1), ma presenti ancora diverse criticità, prevalentemente, verso una rappresentazione di genere più equilibrata e non stereotipata (obiettivo j2).

Per quanto riguarda la visibilità delle persone nelle notizie, la **quota femminile è pari al 31%**, un risultato che, pur segnando un miglioramento rispetto al 24% del *Glocal 2020* e superando le medie globali (28%) e nazionali (24%), indica chiaramente una sotto-rappresentazione delle donne rispetto alla realtà (51%), e agli uomini (69%), che continuano a essere il genere più presente nelle notizie, come *newsmaker* o fonti.

Questa marginalità si acuisce in due aree tematiche. La prima area è quella della **"Criminalità e violenza" (19%)**, che oltre a essere presidiata dagli uomini (81%) non include nessuna notizia relativa alla "Violenza di genere", totalmente assente nella giornata monitorata. La seconda aerea è quella della **"Società e giustizia" (27%)**, che include molte notizie relative alla vigilia del Conclave per l'elezione del nuovo Papa di religione in una giornata di informazione religiosa (quasi) tutta maschile.

La marginalità femminile è solo parzialmente controbilanciata nelle *soft news* di **"Celebrità, arti, media" (45%)** e nelle notizie di **"Scienza e salute" (40%)**, che nel 2020, invece, anno del Covid, erano risultate meno inclusive (26%).

Si osserva, tuttavia, una timida crescita della presenza femminile in aree tradizionalmente più maschili come **"Economia" (33%)**, **"Sport" (33%)** e **"Politica e governo" (31%)**.

Risultati ambivalenti persistono anche nelle **funzioni narrative**: come "da tradizione", le donne sono sotto-rappresentate come *newsmaker*, ovvero **oggetto/argomento della notizia (27%)** e come **portavoce (36%)**, e sovra-rappresentate come **voci dell'opinione popolare (62%)** e **narratrici di esperienza personale (60%)**; ma sono anche sovra-rappresentate come **esperte (57%)**, un dato che segna una radicale inversione di tendenza rispetto al passato.

Sebbene la visibilità delle donne in qualità di esperte sia guidata principalmente dai **TG delle Marche (65%)**, l'affermazione femminile in un ruolo di *expertise* contribuisce in modo decisivo a veicolare un'immagine delle donne come cittadine attive e portatrici di sapere e competenza.

Questa immagine è rafforzata anche dalla rilevazione di un **equilibrio di genere nella rappresentazione di vittime e sopravvissute/i (9% donne vs. 9% uomini)**, un risultato che si pone in controtendenza con la storica sovra-rappresentazione delle donne come vittime, che rischia di veicolare in modo latente lo stereotipo del "sesso debole".

Nonostante questi passi avanti, persistono alcune criticità. Si è rilevata una resistenza a presentare le donne con titoli professionali e/o nominarle al femminile, con il **44%** delle donne non introdotte con titoli, e una tendenza problematica, sebbene limitata, a presentarle in base a **legami affettivi o familiari**

**(9% vs. 2% degli uomini)**, una dinamica che rischia di ricollocarle simbolicamente nella sfera privata e a rafforzare nell'immaginario collettivo la loro dipendenza da qualche uomo. Inoltre, le donne per cui l'età non è determinabile sono una minoranza (**23% vs. 77% degli uomini**), confermando il maggior valore attribuito all'età femminile nel racconto giornalistico.

Per quanto riguarda **giornaliste e giornalisti**, i risultati evidenziano che l'obiettivo di equilibrio di genere è stato pienamente raggiunto, e superato alla **conduzione dei TG**, dove le giornaliste prevalgono nettamente sui colleghi, sia nei TG delle Marche (**10 vs. 5**) che in quelli del Trentino (**7 vs. 3**), e il **73%** delle notizie lanciate o presentate da studio da giornaliste. Permangono invece diseguaglianze nella **redazione dei servizi realizzati on desk o in esterna**, con una prevalenza maschile nei **TG delle Marche** (**63% servizi firmati da uomini vs. 37% da donne**), mentre si osserva un **perfetto equilibrio nei TG del Trentino** (**50% vs. 50%**).

A livello tematico, le giornaliste tendono a concentrarsi maggiormente su notizie di **"Società e giustizia"** (**69%**) e **"Celebrità, arti, media"** (**62%**), con una notevole eccezione nei TG trentini che mostrano una significativa copertura femminile anche nelle notizie di **"Sport"** (**71%**), in controtendenza con il dato generale.

L'analisi delle **pratiche giornalistiche** rileva che, **nonostante un incremento delle notizie a centralità femminile**, dal **7% del 2020 al 15%**, l'informazione locale è scarsamente attiva nella promozione dell'uguaglianza di genere. Solo l'**1%** delle notizie fa riferimento a leggi o politiche per l'uguaglianza e, in maniera ancora più critica, le **disuguaglianze di genere sono totalmente trascurate (0%)**. Solo il **2%** delle notizie complessivamente sfida gli stereotipi, con i TG del Trentino che si mostrano su questo fronte un po' più attivi (**4%**) rispetto a quelli delle Marche (**1%**).

Infine, una considerazione merita la **comparazione fra i due contesti locali**. I dati evidenziano differenze nell'agenda dell'informazione e nel profilo della rappresentazione di genere.

I **TG delle Marche** mostrano un profilo più tradizionale, con una forte concentrazione dell'agenda su questioni di **"Società e giustizia"** (**39%**), un'elevata inclusione femminile nelle *soft news* di **"Celebrità, arti, media"** (**57%**) e una loro chiara esclusione dalle notizie di **"Politica e governo"** (**9%**).

I **TG del Trentino** hanno un profilo meno tradizionale: l'agenda è dominata da notizie di **"Politica e governo"** (**41%**) e le donne nelle notizie di **"Politica e governo"** sono (abbastanza) presenti (**33%**), così come non lo sono nelle notizie di **"Sport"** (**33%**), mentre lo sono meno nelle *soft news* di **"Celebrità, arti, media"** (**29%**).

Sebbene entrambe le realtà abbiano un'identica visibilità femminile complessiva (**31%**), il loro risultato deriva da pratiche di inclusione femminile e bilanciamento di genere diverse.