

**WHO  
MAKES THE  
NEWS?**



Alto Adige, Emilia Romagna, Sardegna

# GLocal Media Monitoring Project 2020 Report







Il Rapporto GLocal Media Monitoring Project 2020 è pubblicato con licenza Creative Commons con Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate.

Il GLocal Media Monitoring Project 2020 è stato realizzato dall'Osservatorio di Pavia, con il supporto del Comitato provinciale per le comunicazioni della Provincia autonoma di Bolzano e i Co.Re.Com. dell'Emilia Romagna e della Sardegna, che hanno finanziato il progetto.

Il GLocal Media Monitoring Project 2020 è collegato al Global Media Monitoring Project, coordinato dalla World Association for Christian Communication (WACC), una ONG internazionale che promuove la comunicazione per un cambiamento sociale, in collaborazione con Code for Africa (CfA), South Africa.



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.



### *Con il supporto e il finanziamento di*



Landesbeirat für das Kommunikationswesen  
Comitato provinciale per le comunicazioni  
Consulta provinciale per les comunicaziuns



# INDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INDICE</b> .....   | <b>1</b>  |
| <b>PREFAZIONE</b> .....   | <b>2</b>  |
| <b>SOMMARIO ESECUTIVO</b> .....   | <b>5</b>  |
| <b>1. UN GIORNO DI INFORMAZIONE LOCALE</b> .....  | <b>9</b>  |
| 1.1. IL CONTESTO DELLA RICERCA: CAMPIONE E METODOLOGIA DI ANALISI .....                       | 9         |
| 1.2. GLI ARGOMENTI DELL'INFORMAZIONE: L'AGENDA, I TEMI, IL COVID-19.....                      | 11        |
| 1.3. IL CONTESTO DELL'INFORMAZIONE.....   | 16        |
| <b>2. OGGETTI E FONTI DELL'INFORMAZIONE: CHI FA NOTIZIA</b> .....                             | <b>17</b> |
| 2.1. LA VISIBILITÀ DELLE DONNE NELL'INFORMAZIONE LOCALE.....                                  | 17        |
| 2.2. LA VISIBILITÀ FEMMINILE PER AREE TEMATICHE E ARGOMENTI DELLA NOTIZIA.....                | 18        |
| 2.3. LA VISIBILITÀ FEMMINILE PER CONTESTO DELL'INFORMAZIONE .....                             | 23        |
| 2.4. LE FUNZIONI NARRATIVE DI CHI FA NOTIZIA .....  | 24        |
| 2.5. PROFESSIONI E POSIZIONI SOCIALI DI CHI FA NOTIZIA.....                                   | 26        |
| 2.6. L'ETÀ DI CHI FA NOTIZIA .....  | 29        |
| 2.7. VITTIME E SOPRAVVISSUTI: DONNE E UOMINI A CONFRONTO .....                                | 29        |
| 2.8. RELAZIONI FAMILIARI: GENERI A CONFRONTO .....  | 30        |
| 2.9. DOMANDE SPECIALI: TITOLI E CARICHE UTILIZZATE PER PRESENTARE DONNE E UOMINI.....         | 31        |
| <b>3. GIORNALISTE E GIORNALISTI: CHI DÀ LE NOTIZIE</b> .....                                  | <b>34</b> |
| 3.1. CHI CONDUCE I TG .....   | 34        |
| 3.2. LA VISIBILITÀ DI GIORNALISTE E GIORNALISTI .....   | 34        |
| 3.3. L'ETÀ DI GIORNALISTE E GIORNALISTI .....   | 35        |
| 3.4. GLI ARGOMENTI DELLE NOTIZIE A CURA DI GIORNALISTE E GIORNALISTI.....                     | 35        |
| 3.5. L'AMBITO DI COPERTURA DELLE NOTIZIE DI GIORNALISTE E GIORNALISTI .....                   | 38        |
| <b>4. PRATICHE GIORNALISTICHE</b> .....   | <b>39</b> |
| 4.1. RIFERIMENTI A POLITICHE PER L'UGUAGLIANZA E A PROBLEMI DI DISUGUAGLIANZA DI GENERE ..... | 39        |
| 4.2. SFIDA AGLI STEREOTIPI .....  | 40        |
| 4.3. CENTRALITÀ FEMMINILE.....  | 40        |
| <b>5. CASI DI STUDIO</b> .....  | <b>41</b> |
| 5.1. CASO DI STUDIO 1. OCCASIONE MANCATA/GENERE NASCOSTO .....                                | 41        |
| 5.2. CASO DI STUDIO 2. SFIDA AGLI STEREOTIPI DI GENERE .....                                  | 41        |
| 5.3. CASO DI STUDIO 3. SFIDA AGLI STEREOTIPI DI GENERE .....                                  | 42        |
| 5.4. CASO DI STUDIO 4. SPECIFICITÀ DI GENERE/GENERE CONSAPEVOLE.....                          | 42        |
| 5.5. CASO DI STUDIO 5. SPECIFICITÀ DI GENERE/GENERE CONSAPEVOLE.....                          | 42        |
| <b>SOMMARIO E CONCLUSIONI</b> .....   | <b>44</b> |

## PREFAZIONE

Il *GLocal Media Monitoring Project (GLocal)* è un progetto avviato dall'Osservatorio di Pavia nel 2010, in occasione della IV edizione italiana 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 nei media. Nato nel 1995, in occasione della IV Conferenza mondiale sulle donne convocata dall'ONU a Pechino, il GMMP si collega agli obiettivi della *section J* (donne e media) della Piattaforma di 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, appuntamento che si ripete ogni cinque anni. Ogni cinque anni, la *World Association for Christian Communication (WACC)*, l'associazione promotrice del GMMP, in accordo con l'*advisory group* del progetto, programma una giornata di monitoraggio mondiale, durante la quale i mezzi di informazione di tutti i paesi aderenti al progetto vengono monitorati<sup>3</sup>. La scelta di concentrare il monitoraggio su una sola giornata campione è dettata da motivi di ordine pratico: il GMMP si basa sull'attività volontaria di gruppi di lavoro, spesso formati da associazioni di volontariato, 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 e gli account Twitter di testate giornalistiche ufficiali – deriva anzitutto da una ragione pratica: per quanto i formati informativi possano essere differenti e avere proprie specificità a seconda del tipo di media e dei paesi, sono tutti accumulati dal fatto di essere contenuti e veicolo di notizie. Scegliere di concentrare l'analisi sull'informazione permette quindi di fare un'analisi coerente e comparativa a livello transnazionale e cross-mediale. C'è poi anche una ragione di ordine teorico che sostiene il privilegio accordato dal GMMP all'informazione: la *mission* dell'informazione quotidiana è quella di raccontare realisticamente ciò che accade nel mondo, a differenza della *fiction* che per definizione è un'opera di finzione; 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, i termini di rappresentanza e rappresentazione di genere.

Sulla base dei risultati della ricerca, con le caratteristiche brevemente descritte, dopo ogni edizione del monitoraggio, vengono organizzate attività di divulgazione, formazione professionale e accademica, pubblicazione, redazione di linee guida e accordi che coinvolgono diversi *stakeholder* nel comune obiettivo di promuovere le pari opportunità. I risultati raccolti da tutte queste iniziative e lo stato di avanzamento dell'uguaglianza di genere nei media viene poi verificato nell'edizione successiva.

Il principale risultato della prima edizione del GMMP, a cui nel 1995 parteciparono 71 paesi, è stato 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, con una percentuale femminile del 21%, risultava il più inclusivo.

Settanta paesi parteciparono alla seconda edizione del GMMP, che dal 2000 in poi è stato coordinato dalla *World Association for Christian Communication (WACC)*<sup>4</sup>. La ricerca rivelò allora una situazione statica:

---

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

<sup>2</sup> <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>3</sup> All'edizione 2020 hanno aderito 145 paesi.

<sup>4</sup> <http://www.waccglobal.org>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

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 complessivamente pari a 3 punti percentuali, registrando una percentuale di donne nelle notizie del 21%; ma si trattava di una crescita ascrivibile prevalentemente alla stampa e alla radio, che passarono rispettivamente dal 17% al 21% e dal 13% al 17%. Nonostante i risultati sconfortanti, il 2005 fu un importante momento di sviluppo del progetto: la metodologia di ricerca venne affinata e alcuni dei *partner* iniziarono ad assumere 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 alla terza edizione del GMMP ispirò la proposta rivolta 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. Al progetto aderirono nel 2007 i Co.Re.Com. del Friuli Venezia Giulia, della Lombardia, del Piemonte, della Sardegna, della Toscana, della Valle d'Aosta<sup>5</sup>, e, l'anno seguente, il Co.Re.Com. dell'Emilia Romagna. Il risultato fu che la realtà riflessa nell'informazione locale aveva un volto prettamente maschile: solo il 14,8% 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, vide la partecipazione di 108 paesi. Qualche progresso nella presenza delle donne nell'informazione fu evidente. 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 superò la soglia del 20%.

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

In occasione della quarta edizione del GMMP (2010), l'Osservatorio di Pavia – che insieme all'Università di Padova<sup>6</sup> coordina da 15 anni l'edizione nazionale del GMMP – promosse 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, che si era svolta nel 2005. Il progetto fu accolto e finanziato dai Comitati per le Comunicazioni di quattro Regioni: Abruzzo, Calabria, Lombardia e Veneto; e fu per la prima volta nominato *GLocal Media Monitoring Project*. 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>7</sup> (Azzalini, 2010). La direzione internazionale del GMMP accolse 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, cosicché nel 2010 e nel 2014 vi hanno aderito rispettivamente il Co.Re.Com. della Liguria e il Comitato Provinciale per le Comunicazioni di Trento.

---

<sup>5</sup> Azzalini, Monia, *TV locale e rappresentazione di genere. Rappresentazione femminile nei telegiornali di 6 regioni italiane*, Osservatorio di Pavia Media Research, Pavia 2007.

<sup>6</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>7</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.

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 (72,9%) e molte notizie a cura di giornaliste (43,6%), ma i contenuti dell'informazione continuavano a riflettere un mondo dove le donne erano marginali, costituendo soltanto il 17,2% delle fonti dell'informazione. Una situazione ambivalente riscontrata anche per le TV nazionali, che registravano però una presenza delle donne nelle notizie superiore (22%).

In occasione della quinta edizione del GMMP l'Osservatorio di Pavia ha promosso presso tutti i Co.Re.Com. il *GLocal Media Monitoring Project* (II edizione); al progetto hanno aderito i Comitati di Abruzzo, Lazio e Toscana. I risultati della seconda edizione del *GLocal* 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 18,7%, con un incremento soltanto di 1,5 punto percentuale rispetto al 2010. Anche a livello internazionale si registrò nel 2015 un risultato deludente, con una presenza femminile nelle *news* ferma mediamente al 24%, lo stesso valore del 2010, e una serie di dissimmetrie di genere indicative di una marginalizzazione delle donne dalle notizie, in particolare dalle cosiddette *hard news* di economia e politica, e dai ruoli più autorevoli e prestigiosi, come "il portavoce" e "l'esperto". Solo 8% le donne nell'informazione politica locale, 15% in quella nazionale, 16% in quella internazionale; 14% la quota femminile nelle notizie di economia locale, 10% in quelle nazionali, 21% in quelle analizzate negli oltre 130 paesi aderenti al GMMP. 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 fra gli esperti: 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 delle donne. I risultati sulle giornaliste nell'informazione mostravano invece una maggiore prossimità all'obiettivo J1, che prevede l'incremento della partecipazione e l'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, 38% a livello globale. Ma, nonostante l'ampia presenza delle donne nelle redazioni locali e di tutto il mondo, i risultati del *GLocal*, come quelli del GMMP, registravano una scarsa attenzione nei confronti delle donne, raramente centrali nelle notizie – specialmente a livello locale dove si registrava la più bassa percentuale di notizie a centralità femminile (3% vs. il 10% globale) –; poca 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: ad 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 Media Monitoring Project* 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.

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 di Bolzano, Emilia Romagna e Sardegna, il 29 settembre 2020, giornata campione selezionata a livello globale per l'edizione 2020 del GMMP.

## SOMMARIO ESECUTIVO

I risultati del *GLocal Media Monitoring Project 2020* mostrano che l'informazione locale ha un volto dai tratti prevalentemente maschili: le donne sono soltanto il 24,06% delle persone di cui si parla o intervistate nelle notizie. E' una quota in crescita di più di 5 punti percentuali rispetto alla precedente edizione del *GLocal* (18,7%)<sup>8</sup>, ma ancora minoritaria, sia rispetto agli uomini – che costituiscono il restante 75,94% delle 636 persone presenti come oggetto di notizia o intervistate nei TG monitorati – sia rispetto all'incidenza femminile sulla popolazione italiana<sup>9</sup>, che, secondo i più recenti dati ISTAT, è pari al 51,3%<sup>10</sup>.

Distinguendo i risultati per provincia/regione di appartenenza dei TG, si osservano differenze rilevanti: i notiziari dell'Alto Adige risultano i più inclusivi, con una percentuale di donne nelle notizie pari al 35,65%; quelli dell'Emilia Romagna i meno inclusivi, attestando la più bassa quota di donne, 15,20%; infine, quelli della Sardegna risultano allineati al dato medio complessivo, con una percentuale di donne di cui si parla o intervistate pari al 23,48%.

Le donne di cui si parla o intervistate sono minoritarie in tutte le tipologie di notizia, ma in particolare nelle *hard news* di Politica e Governo (18,46%) e di Economia (23,23%) e anche in quelle di Celebrità, arti, media e sport (19,49%), categoria, quest'ultima, che include prevalentemente due ambiti tematici che hanno livelli di dis/equità molto diversi: l'informazione culturale attesta un maggiore equilibrio di genere (donne 38,78% vs. uomini 61,22%), mentre l'informazione sportiva risulta squilibrata a vantaggio degli uomini (donne 5,88% vs. uomini 94,12%).

La variabilità dell'agenda dei TG secondo la provincia/regione impatta sulla rappresentanza di genere per area tematica delle notizie: l'elevata attenzione dedicata dai notiziari dell'Alto Adige alle questioni di Politica e Governo, sfavorisce la visibilità femminile, che in questa area tematica è pari al 14,81%, ma è ampiamente bilanciata dall'elevata presenza di donne nelle notizie di Economia (57,14%), Società e Giustizia (44%) e Scienza e Salute (43,75%). L'elevata attenzione dei TG dell'Emilia Romagna al mondo dello sport, interamente rappresentato dagli uomini, sfavorisce l'inclusione femminile, che nella macro categoria Celebrità, arti, media e sport registra una percentuale del 5,13%. Anche la scarsa attenzione per questioni di Società e Giustizia, che nel complesso includono soltanto 13 persone, tutte di sesso maschile, spiega la bassa rappresentanza di donne in tutti i diversi tipi di notizia dei TG emiliano-romagnoli, che attestano percentuali femminili sopra la media soltanto nelle notizie di Criminalità e Violenza (32%) e Scienza e Salute (25%). Infine, nei TG della Sardegna a favorire l'inclusione femminile è l'attenzione dedicata ai temi dell'educazione e dell'istruzione che include numerose persone di sesso femminile e che alza la percentuale delle donne nella categoria Società e Giustizia (31,25%).

Considerando il contesto di riferimento dell'informazione, le notizie di rilevanza locale, che nel complesso prevalgono (93,73%) e concentrano la quasi totalità del campione delle persone nelle notizie (95,44%), registrano una presenza femminile in linea con il dato medio e pari al 23,39%.

I TG dell'Alto Adige e della Sardegna attestano risultati in linea con il risultato complessivo, registrando un'inclusione femminile nelle notizie locali rispettivamente pari al 37,76% – a fronte di una media di donne del 35,65% – e del 23,60% – a fronte di una media di donne del 23,48%. I notiziari dell'Emilia Romagna, invece, si caratterizzano per una bassa presenza femminile proprio nell'informazione locale (10,43%) che è anche

---

<sup>8</sup> Il confronto con i dati del 2015 è puramente indicativo, perché le emittenti TV monitorate nelle due diverse edizioni del *GLocal* sono di regioni diverse, cfr. Azzalini, Monia; Valva, Serena. *GLocal Media Monitoring Project 2015. Rapporto di ricerca*. [https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/GLocalMMP\\_2015\\_Report-copia.pdf](https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/GLocalMMP_2015_Report-copia.pdf); ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>9</sup> Il confronto fra la popolazione rappresentata dai notiziari e la popolazione italiana è indicativa, poiché i TG monitorati, ancorché locali, non parlano esclusivamente di cittadini e cittadine italiane.

<sup>10</sup> Dati ISTAT all'11/2020; fonte: <https://www.istat.it/it/archivio/249124>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.



quella più “popolata”, con 115 presenze che coprono il 92% del campione emiliano-romagnolo di persone nelle notizie.

Quanto alla funzione delle persone nelle notizie, le donne risultano poco visibili come oggetto di notizia (19,52%) e come portavoce (23,72%), entrambe funzioni che scontano evidentemente una scarsa rappresentanza femminile rispettivamente nella realtà sociale riflessa dagli argomenti nell’agenda dei TG e nelle associazioni, aziende, enti, istituzioni interpellate per mezzo di un/a portavoce. Le donne sono invece più visibili fra i testimoni oculari (62,50%) – una figura però molto poco ricorrente (N=8) – e fra i testimoni di esperienza personale (50%) e, in misura più contenuta, fra le voci dell’opinione popolare (28,13%) e fra gli esperti (29,03%), un risultato quest’ultimo particolarmente sorprendente, poiché la quota femminile fra gli esperti non ha mai superato nelle diverse edizioni del GMMP la soglia del 20%.

I risultati sugli equilibri di genere nelle diverse funzioni narrative a cui sono state ricondotte tutte le persone di cui si parla o intervistate nei TG mostrano profili locali parzialmente differenti. Fra i risultati più degni di nota meritano di essere sottolineate l’alta rappresentanza femminile fra i portavoce dei notiziari altoatesini (52,17%) e l’elevata percentuale di esperte nei TG sardi (42,50%). Viceversa, la totale assenza di esperte nell’informazione emiliano-romagnola è un risultato critico. Per quanto occorra considerare che la base dati è molto bassa (10), rimane il fatto che il risultato attesta che a essere interpellati come esperti nei TG dell’Emilia Romagna monitorati sono solo uomini.

I risultati sulla funzione possono essere meglio compresi considerando anche i risultati sulla distribuzione di genere nelle professioni/posizioni sociali delle persone nelle notizie: le donne costituiscono i due terzi delle persone dalla professione o posizione sociale non esplicitata ovvero non dichiarata e non riportata dal sottopancia, evidentemente perché irrilevante per la notizia, tipicamente nel caso di persone interpellate come voci dell’opinione popolare o testimoni oculari o di esperienza personale.

In linea con i risultati di tutte le edizioni del GMMP e del *GLocal*, le donne registrano percentuali sopra la media (24,06%) come rappresentanti di diverse posizioni sociali: bambin@ o adolescente, casaling@ o genitore/trice, abitante di un paese e studente; e di alcune categorie professionali dove effettivamente la partecipazione delle donne è elevata, come quelle afferenti al mondo dell’educazione, istruzione e ricerca (accademiche, insegnanti, ricercatrici) e della sanità (mediche e infermiere), e anche fra i sindacalisti o lavoratori di ONG, onlus o associazioni, fra gli imprenditori (sebbene la base dati, pari a 10, sia bassa) e fra le celebrità, artisti, scrittori, cantanti, etc. Rimangono minoritarie invece nelle categorie che incidono maggiormente sul risultato complessivo: quella afferente al mondo della politica, che con 245 presenze copre il 38,52% del campione, dove le donne sono soltanto il 19,59% vs. l’80,41% degli uomini, e quella afferente al mondo dello sport, che con 70 presenze copre l’11,01% del campione, dove le donne sono solo il 5,71% vs. il 94,29% degli uomini. Sono entrambe categorie non esclusivamente professionali, ma che includono persone con ruoli rilevanti sia nella società, sia nell’agenda dell’informazione.

I dati per area geografica confermano alcune evidenze emerse anche dai risultati analizzati in precedenza. La prevalenza dei notizie politiche e sportive nei notiziari dell’Emilia Romagna sfavorisce l’inclusione femminile in due ambiti ancora prevalentemente appannaggio maschile: le due categorie dei rappresentanti del mondo politico e dei rappresentanti del mondo sportivo, che sono le più frequenti nell’informazione emiliano-romagnola, attestano infatti la totale assenza di donne.

Quanto agli equilibri/squilibri di genere per generazione: sotto i 18 anni, si registra una parità quasi perfetta (12 o meno: 50%; 13-18 anni: donne 46,43% vs. uomini 53,57); mentre fra gli anziani si osservano elevati squilibri di genere (65-79 anni: donne 4,55% vs. uomini 95,45%; 80+ donne: 20% vs. uomini 80%), così come nella fascia dei giovani adulti di età compresa fra i 19 e i 34 anni (donne: 12,50% vs. uomini 87,50%). Le fasce centrali (35-49 anni e 50-64 anni), che nel complesso sono le più frequenti, registrano uno squilibrio di genere a favore degli uomini. Fatta eccezione per la fascia 19-34, che nelle diverse edizioni del GMMP e del

*GLocal* attesta frequenze femminili maggiori, per il resto, i risultati di questa edizione del *GLocal* sono in linea con la tendenza dei media a sotto-rappresentare soprattutto le donne anziane.

Le donne rappresentate come vittime o sopravvissute sono il 5,88%, una percentuale che, arrotondata all'unità, è uguale a quella maschile (6,00%). Un risultato positivo perché indica una tendenza a evitare il rischio che l'informazione coltivi lo stereotipo delle donne come "sesso debole".

A incidere su questo risultato sono soprattutto i TG sardi, che attestano una percentuale relativa di donne e uomini vittime e/o sopravvissute equilibrata, e quelli alto-atesini, che attestano una quota di vittime e/o sopravvissuti più alta fra gli uomini che fra le donne. I notiziari emiliano-romagnoli hanno invece un profilo più tradizionale: sebbene le donne nel complesso facciano molto meno notizia degli uomini, quando fanno notizia, hanno una probabilità maggiore degli uomini di farla in quanto vittime o sopravvissute.

Le donne presentate sulla base di relazioni familiari o affettive sono il 4,58% vs. lo 0,41% degli uomini: un risultato che indica la persistenza contenuta di un fenomeno emerso in modo più evidente nelle precedenti edizioni del GMMP e del *GLocal*. Presentare una persona 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, nonché privarla indirettamente di un'identità di genere propria subordinandola all'identità dell'altro genere, con il risultato che il valore del genere di appartenenza viene sminuito e quella del genere opposto viene rinforzato. Questa tendenza è ben evidente nell'informazione dell'Emilia Romagna, con il 26,32% di donne presentate come mogli, madri, fidanzate di- vs. lo 0% degli uomini; meno marcata nei TG dell'Alto Adige (donne 4,88% vs. uomini 2,70%) e totalmente assente nei TG della Sardegna, dove questa modalità di presentazione non è stata rilevata né per le donne né per gli uomini.

La maggior parte delle donne nei TG locali del *GLocal* 2020 è presentata con nome e cognome (79,08%) e con titolo professionale o politico (71,24%) e nell'85,98% dei casi in cui è presentata con nome, cognome e titolo, quest'ultimo è correttamente declinato al femminile.

I notiziari dell'Alto Adige e della Sardegna presentano le donne per nome e cognome con una frequenza superiore all'80% e prossima a quella degli uomini. Al contrario i notiziari dell'Emilia Romagna attestano una minor frequenza di persone presentate per nome e cognome, specialmente se donne (47,37% vs. 55,66% degli uomini). Sia i notiziari alto-atesini che quelli sardi presentano le donne con un titolo professionale o politico con frequenza elevata, superiore al 70%, e simile a quelle degli uomini; mentre i TG emiliano-romagnoli ricorrono meno ai titoli professionali, soprattutto per le donne. Il grado di coerenza fra nome/cognome e titolo, laddove presenti entrambi, è massimo (100%) nei Tg dell'Alto Adige e dell'Emilia Romagna, pari al 78,57% in quelli della Sardegna.

Per quanto riguarda giornaliste e giornalisti, a livello di conduzione si registra una prevalenza maschile in una proporzione di 2 su 3, simile a quella nei servizi, firmati soltanto nel 31,22% da una giornalista.

Le notizie di Politica e Governo sono coperte nella maggior parte dei casi da servizi firmati da giornalisti maschi (91,67%), così come quelle di Criminalità e Violenza (81,82%), Celebrità, arti, media e sport (79,17%). Una tendenza verso un equilibrio fra i generi si osserva nelle notizie di Scienza e Salute (il tema dominante nei notiziari monitorati, con una copertura del 28,21% dell'informazione totale), nel 34,33% dei casi presentate da giornaliste, e in quelle di Società e Giustizia (il terzo tema più frequente con una copertura del 16,30%), nel 36,67% dei casi. Una prossimità all'equilibrio di genere si registra soltanto nelle notizie di Economia (secondo tema più frequente con una copertura del 21,32%), nel 44,64% presentate da giornaliste.

A seconda della provincia/regione di trasmissione dei TG, i risultati evidenziano però differenze rilevanti: le notizie dei TG alto-atesini sono presentate da donne alla conduzione del TG nel 46,55% vs. il 53,45% presentate dai colleghi maschi che prevalgono in modo più evidente come autori o inviati nei servizi in esterna o registrati (67,39% vs. il 32,61% di giornaliste). Nei TG emiliano-romagnoli più della metà delle

notizie è presentata da una giornalista alla conduzione (50,91%), ma solo un quarto di quelle approfondite nei servizi è a cura di una giornalista (25,53%). Nei TG sardi, infine, le notizie presentate da donne sono soltanto una su quattro (25,36%), mentre quelle approfondite in servizi sono poco meno di un terzo (32,64%).

Le giornaliste che ottengono una visibilità in video appartengono tutte alla fascia di età compresa fra i 35 e i 49 anni, mentre i giornalisti maschi che appartengono a questa generazione sono il 45,12% vs. il 54,88% di giornalisti di fascia 50-64 anni. Un risultato che conferma il vantaggio accordato alle giornaliste dalla giovane età.

L'asimmetria di genere intergenerazionale riguarda tutti i notiziari, ma in misura particolarmente marcata quelli dell'Emilia Romagna dove il gap fra giovani giornaliste (il 96,55% dei giornalisti in fascia 35-49 anni) e più adulti colleghi maschi (il 100% dei giornalisti di fascia 50-64) è particolarmente marcato.

L'analisi dei contenuti dei notiziari in una prospettiva di genere ha rilevato una scarsa proattività dell'informazione locale a favore delle pari opportunità e una scarsa attenzione specifica per l'universo femminile: sono poche infatti le notizie che fanno riferimento a politiche, norme o altre azioni per l'uguaglianza di genere (2 su 319) o che mettono in evidenza problemi di disuguaglianza (2 su 319) o che sfidano gli stereotipi di genere (4 su 319) e poche le notizie focalizzate su una donna, un gruppo di donne o le donne come gruppo sociale (6,90%). Bilancia questo risultato quanto emerge dall'analisi qualitativa che non ha rilevato nessuna notizia con elementi di criticità, quali il rinforzo palese o sottile di stereotipi di genere.

# 1. UN GIORNO DI INFORMAZIONE LOCALE

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

Il *GLocal Media Monitoring Project 2020* analizza tutti i **notiziari trasmessi<sup>11</sup> il 29 settembre 2020**, il *global media monitoring day*, **da un campione di TV locali** dell'Alto Adige, dell'Emilia Romagna e della Sardegna. Le emittenti 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. Ai notiziari trasmessi dalle TV locali sono stati aggiunti i TGR Rai di Bolzano, Emilia Romagna e Sardegna.

L'analisi delle emittenti sopra elencate ha restituito un campione di 10 testate giornalistiche, 33 edizioni del telegiornale e 319 notizie, distribuite come dettagliato nella tabella seguente.

Tabella 1. Campione di analisi

|                      | ALTO ADIGE | EMILIA ROMAGNA | SARDEGNA | TOTALE |
|----------------------|------------|----------------|----------|--------|
| TV (n) <sup>12</sup> | 3          | 2              | 5        | 10     |
| Edizioni TG (n)      | 6          | 7              | 20       | 33     |
| Notizie (n)          | 72         | 61             | 186      | 319    |

Per ogni notiziario si è svolta **un'analisi di tipo quantitativo** tramite la scheda 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 le diverse risposte possibili predefinite e codificate (modalità della variabile). E' uno strumento tradizionalmente utilizzato per la *content analysis*, nell'ambito delle ricerche empiriche su testi mediatici.

La scheda di rilevazione fornita dal GMMP 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 2020 ha introdotto una nuova domanda di ricerca (variabile) per tenere conto della pandemia da Covid-19, che ha colpito tutto il mondo e ha avuto un forte impatto anche sui contenuti dei media<sup>13</sup>. Per il resto alcune domande di ricerca sono state modificate, in particolare sulla terza parte della scheda, come specificato di seguito.

La scheda del GMMP è suddivisa in 3 parti principali per rispondere a domande pertinenti diverse unità di analisi, ovvero:

1. **chi fa le notizie**, giornaliste e giornalisti nei diversi ruoli della conduzione o della redazione di servizi;
2. **chi fa notizia**, donne e uomini di cui si parla o che vengono intervistate/i nelle notizie quotidiane;
3. la notizia e le sue caratteristiche in relazione ad alcuni **indicatori di genere**, in particolare:
  - l'eventuale menzione o trattazione di politiche o leggi per l'uguaglianza di genere o più in generale per i diritti umani;
  - la centralità delle donne (come persone singole o gruppo sociale);

<sup>11</sup> Le edizioni trasmesse in replica non sono state analizzate.

<sup>12</sup> Nel computo delle TV la RAI, di cui si è monitorata la TGR per ogni provincia/regione, è stata contata una volta per ogni provincia/regione.

<sup>13</sup> Si vedano per esempio gli articoli pubblicati dall'Osservatorio di Pavia il 5 marzo 2020, *Il contagio del coronavirus nei telegiornali italiani*, <https://www.osservatorio.it/il-contagio-del-coronavirus-nei-telegiornali-italiani/>; il 9 luglio 2020, *Salute e sanità nei TG prima del Coronavirus*, <https://www.osservatorio.it/salute-e-sanita-nei-tg-prima-del-coronavirus/>; il 7 novembre 2020, *Antivirus: lo sguardo delle inchieste*, <https://www.osservatorio.it/antivirus-lo-sguardo-delle-inchieste/>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

- la citazione o approfondimento di problemi di disuguaglianza fra donne e uomini;
- la sfida a stereotipi di genere.

I dati raccolti nell'analisi quantitativa attraverso la scheda di cui sopra sono stati inseriti in un *data base* elettronico ed elaborati statisticamente con analisi di frequenza e contingenza. I risultati più interessanti di queste elaborazioni sono stati sintetizzati in tabelle e grafici ed esposti con relative spiegazioni e commenti nel presente rapporto di ricerca.

Contestualmente a un'analisi del contenuto di tipo quantitativo, si è svolta **un'analisi di tipo qualitativo** volta a indagare le pratiche giornalistiche secondo uno schema fornito dal GMMP<sup>14</sup>, per individuare:

1. Stereotipi palesi:

- notizie dove le donne sono presentate in modo stereotipato come vittime o oggetti sessuali;
- notizie dove gli uomini sono presentati in ruoli stereotipati come imprenditori o leader forti.

2. Stereotipi sottili:

- notizie che rinforzano l'idea che le donne abbiamo un ruolo domestico e gli uomini un ruolo pubblico, in un modo che sembri normale, concentrarsi, per esempio, sull'agonia di una madre piuttosto che su quella di entrambi i genitori per un figlio (che si trovi in condizioni di malattia, pericolo o altro<sup>15</sup>);
- notizie nei quali le donne sono presentate sulla base delle loro relazioni personali anche se questo non ha alcuna rilevanza per la notizia, per esempio una ministra presentata come moglie di-.

3. Occasioni mancate/ genere nascosto:

- notizie nelle quali manca un equilibrio di genere (e quindi diversità) nelle fonti, con la conseguenza che viene data una sola prospettiva su una notizia;
- notizie che mancano di una prospettiva di genere in tematiche quotidiane come le elezioni o gli affari, privando queste notizie di una prospettiva nuova e interessante (ad esempio, una notizia sulla disoccupazione nazionale che non riesce a prendere in considerazione l'impatto differenziale su donne, uomini e famiglie).

4. Genere "consapevole":

- 4A. notizie che sfidano gli stereotipi e promuovono il dibattito su questioni di genere d'attualità dalla prospettiva dei diritti umani, come per esempio donne pilota o uomini che dispensano cure.
- 4B. notizie che hanno un equilibrio di genere nelle fonti, dimostrando diverse prospettive/impatti sulle donne e sugli uomini, anche attraverso l'uso di dati disaggregati per genere (per esempio, quante donne e uomini ricevono certi tipi di sovvenzioni, che uso ne fanno e perché i tagli possono avere diversi tipi di impatto sulle donne e sugli uomini).
- 4C. specificità di genere: notizie che riguardano la disuguaglianza fra donne e uomini; strutture, processi; campagne per promuovere l'uguaglianza di genere come il "tetto di cristallo" in certi tipi di occupazione.

---

<sup>14</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/>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>15</sup> Fra parentesi un'integrazione alla traduzione dall'inglese della metodologia per l'analisi qualitativa del GMMP.

## 1.2. GLI ARGOMENTI DELL'INFORMAZIONE: L'AGENDA, I TEMI, IL COVID-19

### L'AGENDA DELL'INFORMAZIONE

L'informazione locale del 29 settembre 2020 è molto concentrata sull'emergenza coronavirus, con una percentuale di notizie correlate all'epidemia mediamente pari al 39,18%, che varia dal 29,51% per l'Emilia Romagna al 40,32% per i notiziari della Sardegna, al 44,44% per quelli dell'Alto Adige.

Per il resto, le notizie nell'agenda dell'informazione analizzata hanno una propria specificità territoriale, con una forte aderenza agli eventi che riguardano il loro bacino di utenza – la provincia o la regione di riferimento – e una maggiore distanza da ciò che fa notizia a livello nazionale o internazionale, anche se non mancano *news* nazionali ed estere, in particolare nei TG dell'Alto Adige. In considerazione della specificità territoriale dell'informazione monitorata si riportano di seguito le principali notizie nell'agenda dei notiziari per ciascuna area geografica.

#### Alto Adige: l'agenda dell'informazione del 29 settembre 2020

- Covid-19: andamento dei contagi
- Covid-19: le preoccupazioni per l'arrivo dell'influenza stagionale e della probabile carenza di vaccini
- Covid-19: a Silandro, tutti gli studenti a lezioni in presenza tutti i giorni. Il no dalla direzione scolastica provinciale
- Bolzano, riapertura delle scuole: le misure intraprese per evitare la chiusura delle scuole a causa del Covid-19. Le misure disciplinari previste per chi non rispetta le norme
- Bolzano, l'affollamento sui mezzi pubblici nelle ore di apertura e chiusura delle scuole
- Asili nido, nuove norme in materia di pagamento delle rette: pagherà la regione quando il bambino non frequenta a causa del Covid-19
- Bolzano, scontro fra i due candidati sindaco al ballottaggio domenica
- Merano: SVP divisa al ballottaggio per l'elezione del sindaco della città
- Condanna ridotta per Ester Quici per omicidio preterintenzionale del compagno
- Omicidio di Lecce, fermato l'ex coinquilino della coppia, Daniele De Santis
- Un imprenditore impedisce all'agenzia delle entrate di prelevare due auto di lusso pignorategli
- Economia dell'Eurozona: i dati della ripresa economica
- Brexit: il punto sui negoziati
- Armenia: proseguono da tre giorni i combattimenti con l'Azerbaijan
- Celebrazioni di San Michele, patrono della polizia
- Gardena, lo sport non si ferma davanti al coronavirus: gli atleti di biathlon si allenano sull'erba dopo aver sospeso l'allenamento su neve durante l'inverno
- Presentato il libro di Silvia Golino e Elizabeth Hoelzl "Via Castel Firmiano Zero" sul tema dell'accoglienza di un gruppo di cittadini rom in fuga dalla guerra in Ex Jugoslavia

#### Emilia Romagna: l'agenda dell'informazione del 29 settembre 2020

- Covid-19: andamento dei contagi

- Covid-19: Bologna, ordinanza comunale per obbligo di mascherina all'aperto e misure anti movida a Bologna
- Covid-19: focolaio dopo una festa Erasmus a Bologna, contagiati molti studenti
- Piano regionale per la qualità dell'aria: le misure anti smog e le limitazioni alla circolazione in regione
- Bologna, studente 21enne ungherese aggredito e rapinato da 4 coetanei
- Bologna, 91enne denunciato per adescamento di una bambina 13enne; denunciata anche la madre per abbandono di minore
- Sesto Imolese, anziano ustionato dalla falciatrice dopo un malore
- Celebrazioni di San Michele, patrono della polizia
- Celebrazioni in memoria dell'eccidio di Marzabotto
- Bologna, le cerimonie per la beatificazione di Padre Olinto Marella

### **Sardegna: l'agenda dell'informazione del 29 settembre 2020**

- Covid-19: bilancio dei contagi e situazione negli ospedali locali
- Covid-19: regole per limitare i rischi contagio a scuola e guida pratica per i genitori
- Covid-19: ordinanza del ministero della salute per il via ai test rapidi nelle scuole
- Covid-19: le ordinanze dei comuni su restrizioni e chiusure delle attività e delle scuole per limitare i contagi
- Covid-19: polemiche delle opposizioni in Regione per la gestione dell'emergenza sanitaria
- Elezioni amministrative
- Vertenza ARAS Sardegna, la protesta dei lavoratori del settore allevamento e caseario, le conseguenze sull'economia sarda
- Nuoro, emergenza per carenza infermieri negli ospedali
- Sassari, disagi per la sospensione di circolazione della metropolitana di superficie in viale Italia e nei pressi dell'ospedale locale
- Statale 131, disagi al traffico per il cantiere di 10 chilometri ancora da chiudere, lavori sospesi per covid e sanificazione
- Flussio, incidente mortale, pensionato fuori strada
- Fondi regionali a sostegno di corsi di formazione e orientamento lavorativo per disoccupati
- Cagliari, i 400 anni dell'Università, mostra e celebrazioni
- Cagliari, riemerge un gioiello di epoca romana tra gli scavi della via Appia cagliaritana, rinominata la "tomba dei pesci"
- Cagliari, targa commemorativa intitolata a Mariano Delogu
- Alghero: città blindata per le scene della fiction Rai "Il Cacciatore"
- Sport, calcio, i nuovi giovani acquisti del Cagliari.

## TEMI E ARGOMENTI IN AGENDA

L'agenda dell'informazione del 29 settembre 2020 è stata ricostruita – come previsto dalla metodologia del GMMP – anche a partire dalla classificazione delle notizie secondo categorie tematiche predefinite, un'operazione che comporta la perdita di informazioni specifiche, ma è l'unico modo possibile per una comparazione, misurabile, fra agende diverse, nella fattispecie dell'informazione delle 3 diverse aree considerate. Ed è anche una pratica di ricerca funzionale a comprendere i meccanismi che possono favorire o sfavorire una rappresentazione di genere bilanciata, come vedremo nel capitolo successivo.

Ogni area tematica fa infatti riferimento anzitutto a uno spaccato della realtà sociale in cui il progresso delle pari opportunità può essere più o meno avanzato, secondo indicatori forniti da numerose statistiche. Per esempio, il *Global Gender Index* del World Economic Forum fornisce dati sull'uguaglianza di genere per quasi tutti i paesi del mondo, in relazioni a quattro aree: l'istruzione, il mercato del lavoro, le istituzioni politiche e la salute, rispetto a ciascuna delle quali la condizione femminile italiana evidenzia differenze significative, registrando *score* elevati per il grado di istruzione (*score*: 0,997) e le condizioni di salute e sicurezza (0,969), più bassi invece per la partecipazione e l'opportunità economica (0,595) e per l'*empowerment* politico (0,267)<sup>16</sup>. Ogni area tematica dell'informazione è poi correlata a formati testuali e criteri di *newsmaking* propri, e che impattano sulla rappresentazione delle donne. Per esempio, le notizie di Politica e Governo coprono una sfera tradizionalmente appannaggio degli uomini, in cui tuttavia l'*empowerment* femminile sta crescendo. Al contempo, l'informazione politica ha sue proprie caratteristiche, studiate e approfondite anche in una prospettiva di genere che evidenzia, per esempio, una propensione a marginalizzare e sminuire le donne politiche<sup>17</sup>.

La metodologia del GMMP 2020 prevede una classificazione delle notizie secondo 58 categorie tematiche (argomenti) a loro volta raggruppate in 7 macro-categorie (aree tematiche): Politica e Governo; Economia; Scienza e Salute; Società e Giustizia; Criminalità e Violenza; Questioni di genere; Celebrità, arti, media e sport, più la categoria residuale Altro.

Sulla base di questa classificazione, la maggior parte delle notizie del 29 settembre 2020 nel complesso risulta prevalentemente concentrata su questioni di Scienza e Salute (Grafico 1). Un risultato ragionevolmente atteso, in considerazione della pandemia Covid-19 che ha monopolizzato l'agenda dell'informazione, in modo peraltro trasversale rispetto a diverse aree tematiche, come vedremo meglio in seguito: in particolare Economia, che si colloca al secondo posto dell'agenda, e Società e Giustizia, categoria che include l'informazione sull'educazione e l'istruzione a tutti i livelli, ovvero il mondo della scuola e dell'Università, che a settembre ha ricevuto un'elevata attenzione per via di un inizio d'anno scolastico e accademico reso difficoltoso dalle norme di sicurezza per la prevenzione del coronavirus.

Dal Grafico 1 non emerge un risultato interessante, che riguarda l'assenza di una categoria tematica la cui frequenza è risultata nulla. Si tratta della categoria Genere, introdotta per la prima volta nella VI edizione del GMMP per verificare in modo specifico l'attenzione verso tre argomenti specifici: 1. le molestie sessuali contro le donne, 2. altre forme di violenza di genere, come il femminicidio o la tratta di donne e 3. le disuguaglianze fra donne e uomini (di reddito, salariali, occupazionali, etc.). Nell'agenda dei TG campione del *GLocal 2020* è presente una sola notizia che riguarda un caso di molestia nei confronti di una tredicenne, che è stata classificata sotto l'argomento "abuso di bambini, violenza contro i bambini", in considerazione del

---

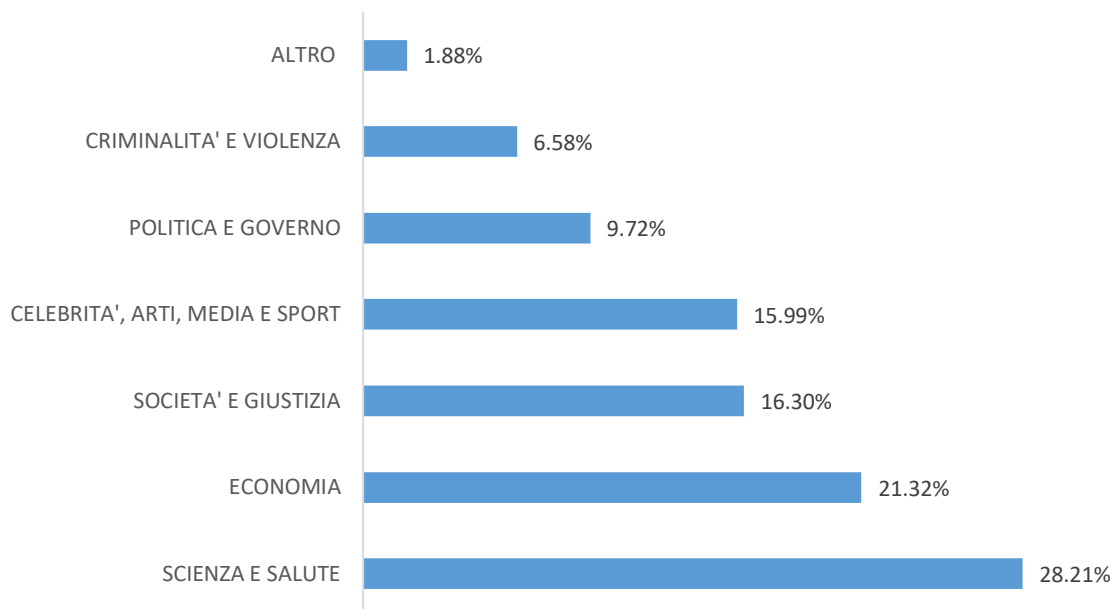
<sup>16</sup> World Economic Forum, *Global Gender Gap Report 2020*, Ginevra 2019; [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf); ; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>17</sup> Cfr. per esempio Campus, Donatella, *L'immagine della donna leader*, Bononia University Press, Bologna 2011; Capecchi, Saveria, "Donne politiche sulla scena dei media", in *Problemi dell'informazione*, n.3/2015, pp. 527-548 (numero monografico a cura di Milly Buonanno).



taglio del servizio concentrato più che altro sul rapporto generazionale fra l'abusante, un anziano di 91 anni, e la bambina, e sul fatto che la madre della vittima sia stata denunciata per abbandono di minore.

Grafico 1. Distribuzione delle notizie totali per area tematica della notizia (N=319)



La Tabella 2 riporta i dati per località provincia/regione e per argomento specifico della notizia sulla base del sistema di classificazione del GMMP, che consente di valutare in modo più chiaro e approfondito l'agenda dell'informazione del 29 settembre.

Tutti i notiziari registrano come primo argomento delle notizie Medicina, igiene, salute, con proporzioni però differenti. I TG alto-atesini dedicano un'attenzione sopra la media a questioni politiche e di governo, ragionevolmente in vista di alcuni appuntamenti elettorali, fra cui il turno di ballottaggio per l'elezione del sindaco di Bolzano, e a questioni di Criminalità e Giustizia, fra cui la sentenza di riduzione della condanna per Ester Quici, una donna condannata per l'omicidio preterintenzionale del compagno. Sopra la media anche l'attenzione dei TG emiliano-romagnoli per la cronaca nera, per la copertura di una serie di casi di violenza che si sono verificati sul territorio, in particolare l'aggressione di uno studente 21enne ungherese da parte di 4 coetanei e la vicenda di una doppia denuncia che ha riguardato un pensionato di 91 anni, per adescamento di una tredicenne, ma anche la madre della bambina, denunciata per abbandono di minore. La Sardegna si distingue invece per un'attenzione sopra la media verso il mondo del lavoro, con notizie, come si evince dall'agenda, che riguardano la vertenza ARAS, ma anche i fondi regionali per la formazione professionale.

Tabella 2. Distribuzione delle notizie per argomento della notizia e per regione del TG

| ARGOMENTO NOTIZIA   | ALTO ADIGE     | EMILIA ROMAGNA | SARDEGNA       | TOT.           |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Medicina, igiene, salute                                    | 16,67%         | 26,23%         | 20,97%         | 21,00%         |
| Arte, tempo libero, cinema, teatro, libri                   | 2,78%          | 8,20%          | 10,22%         | 8,15%          |
| Sport   | 6,94%          | 8,20%          | 7,53%          | 7,52%          |
| Trasporti, traffico, strade                                 | 4,17%          | 4,92%          | 9,68%          | 7,52%          |
| Lavoro  | 1,39%          | 1,64%          | 10,75%         | 6,90%          |
| Educazione, cura dei bambini, istruzione, università        | 8,33%          |                | 6,99%          | 5,96%          |
| Politiche interne e di governo                              | 9,72%          |                | 4,84%          | 5,02%          |
| Scienza, tecnologia, ricerca                                |                |                | 7,53%          | 4,39%          |
| Disastro, incidente, carestia, alluvione                    | 2,78%          | 3,28%          | 5,38%          | 4,39%          |
| Crimine violento, omicidio, rapimento, aggressione          | 8,33%          | 8,20%          |                | 3,45%          |
| Religione, cultura, tradizione, controversie                | 6,94%          | 4,92%          | 1,08%          | 3,13%          |
| Altre questioni politiche e di governo                      |                | 1,64%          | 2,69%          | 1,88%          |
| Crisi economiche, salvataggi aziendali da parte dello Stato | 4,17%          |                | 1,61%          | 1,88%          |
| Economia rurale, agricoltura                                |                | 3,28%          | 1,61%          | 1,57%          |
| Povertà, alloggi, assistenza sociale                        | 4,17%          | 1,64%          | 0,54%          | 1,57%          |
| Migrazioni, rifugiati, xenofobia, conflitti etnici          | 4,17%          | 3,28%          |                | 1,57%          |
| Politica estera e internazionale                            | 4,17%          | 1,64%          |                | 1,25%          |
| Altre questioni di lavoro (sciopero, sindacati, etc.)       | 4,17%          |                | 0,54%          | 1,25%          |
| Ambiente, inquinamento, turismo                             | 1,39%          | 1,64%          | 1,08%          | 1,25%          |
| Abuso di bambini, violenza sessuale contro i bambini        |                | 6,56%          |                | 1,25%          |
| Difesa, ordine pubblico, sicurezza                          | 1,39%          | 1,64%          | 1,08%          | 1,25%          |
| Cambiamenti climatici, riscaldamento globale                |                | 1,64%          | 1,08%          | 0,94%          |
| Crimine non violento (corruzione, furto, droghe)            | 2,78%          |                |                | 0,63%          |
| Cambiamenti nelle relazioni di genere                       |                |                | 1,08%          | 0,63%          |
| Altre notizie di criminalità e violenza                     |                | 3,28%          |                | 0,63%          |
| Guerra, terrorismo, violenza di stato                       | 2,78%          |                |                | 0,63%          |
| Donne politiche, donne candidate alle elezioni              | 1,39%          |                |                | 0,31%          |
| Sistema giuridico, giudiziario, legge                       |                |                | 0,54%          | 0,31%          |
| Altre epidemie, virus, contagi (NON COVID)                  |                | 1,64%          |                | 0,31%          |
| Politiche economiche, strategie, modelli economici          |                |                | 0,54%          | 0,31%          |
| Media, ritratti di donne/uomini                             |                | 1,64%          |                | 0,31%          |
| Altre questioni di economia e lavoro                        | 1,39%          |                |                | 0,31%          |
| Altre questioni di scienza e di salute                      |                | 1,64%          |                | 0,31%          |
| Diritti umani, delle donne, delle minoranze                 |                | 1,64%          |                | 0,31%          |
| Altro argomento   |                | 1,64%          | 2,69%          | 1,88%          |
| <b>Totale (%)</b>   | <b>100,00%</b> | <b>100,00%</b> | <b>100,00%</b> | <b>100,00%</b> |
| <b>Totale (N)</b>   | <b>72</b>      | <b>61</b>      | <b>186</b>     | <b>319</b>     |

#### L'EMERGENZA COVID-19 NEI TG LOCALI

Come già anticipato, l'informazione locale del 29 settembre 2020 è correlata nel 39,18% delle notizie totali all'epidemia da coronavirus, con percentuali variabili dal 29,51% per l'Emilia Romagna al 40,32% per i notiziari sardi, al 44,44% di quelli alto-atesini. Questa correlazione non è attestata soltanto per notizie di Scienza e Salute, la categoria più strettamente correlata a un'emergenza che riguarda la salute pubblica, chiede l'intervento di adeguate politiche sanitarie e chiama in causa il mondo della ricerca medico-scientifica e farmacologica; ma anche per tutte le altre tematiche delle notizie, poiché la pandemia ha provocato un'emergenza impattante su molte sfere della vita pubblica e privata. Come risulta dalla tabella seguente, l'impatto del Covid-19 sull'agenda dei notiziari monitorati ha interessato in maniera più o meno estesa tutte le categorie tematiche: in particolare l'Economia nei TG alto-atesini e sardi.

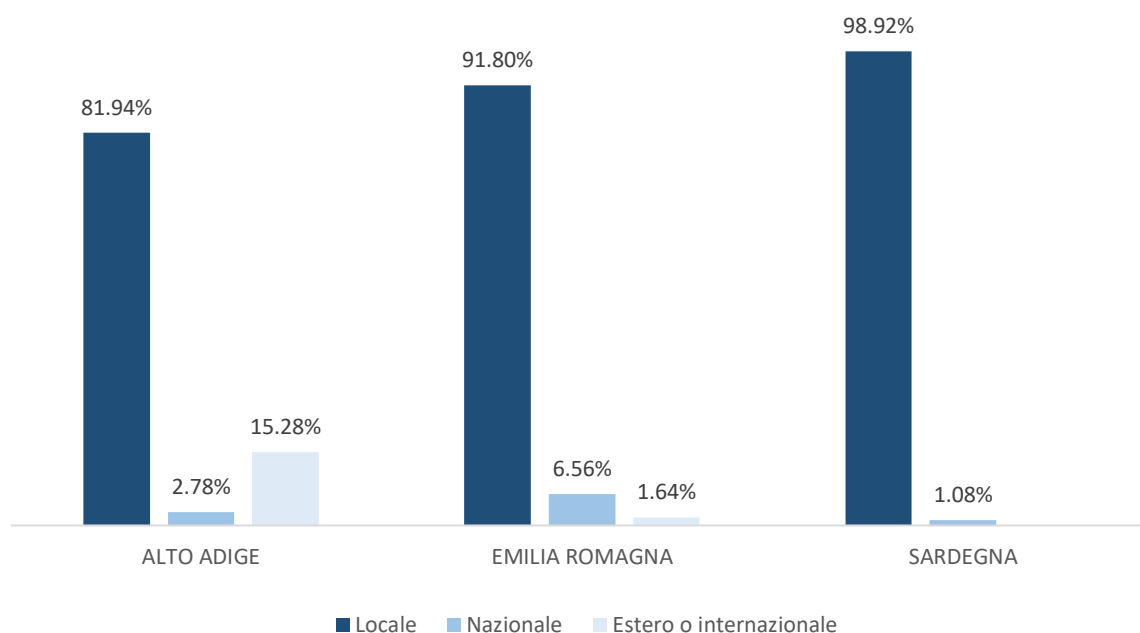
Tabella 3. Notizie correlate al Covid-19 per area tematica della notizia e regione del TG

| TEMA                            | ALTO ADIGE    | EMILIA ROMAGNA | SARDEGNA      | TOTALE         |
|---------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| CELEBRITA', ARTI, MEDIA E SPORT | 9,4%          | 0,0%           | 1,3%          | 3,20%          |
| ECONOMIA                        | 31,3%         | 5,6%           | 24,0%         | 23,20%         |
| POLITICA E GOVERNO              | 6,3%          | 5,6%           | 0,0%          | 2,40%          |
| SCIENZA' E SALUTE               | 34,4%         | 83,3%          | 64,0%         | 59,20%         |
| SOCIETA E GIUSTIZIA             | 18,8%         | 5,6%           | 10,7%         | 12,00%         |
| <b>Totale (%)</b>               | <b>100,0%</b> | <b>100,0%</b>  | <b>100,0%</b> | <b>100,00%</b> |
| <b>Totale (N)</b>               | <b>32</b>     | <b>18</b>      | <b>75</b>     | <b>125</b>     |

### 1.3. IL CONTESTO DELL'INFORMAZIONE

La distribuzione delle notizie per contesto di riferimento evidenzia come tutti i notiziari siano prevalentemente concentrati su notizie di ambito locale, ma in misura diversa (Grafico 2). I Tg alto-atesini dedicano all'informazione del territorio l'81,94% dell'agenda, che lascia uno spazio rilevante anche alle questioni estere o internazionali e uno spazio più ridotto a quelle nazionali. I notiziari dell'Emilia Romagna dedicano gran parte della loro informazione al territorio regionale, una piccola quota agli avvenimenti nazionali e una quota residuale a quelli di interesse estero o internazionale. Infine, i TG sardi si caratterizzano per un'attenzione quasi esclusivamente riservata all'informazione locale.

Grafico 2. Distribuzione delle notizie per contesto della notizia e regione del TG<sup>18</sup>



A livello di media complessiva, l'informazione locale copre il 93,73% delle 319 notizie campione, quella estera o internazionale il 3,76% e quella nazionale il 2,51%.

<sup>18</sup> Base dati: contesto Locale N=299; contesto Nazionale N=8; contesto Estero o internazionale N= 12.

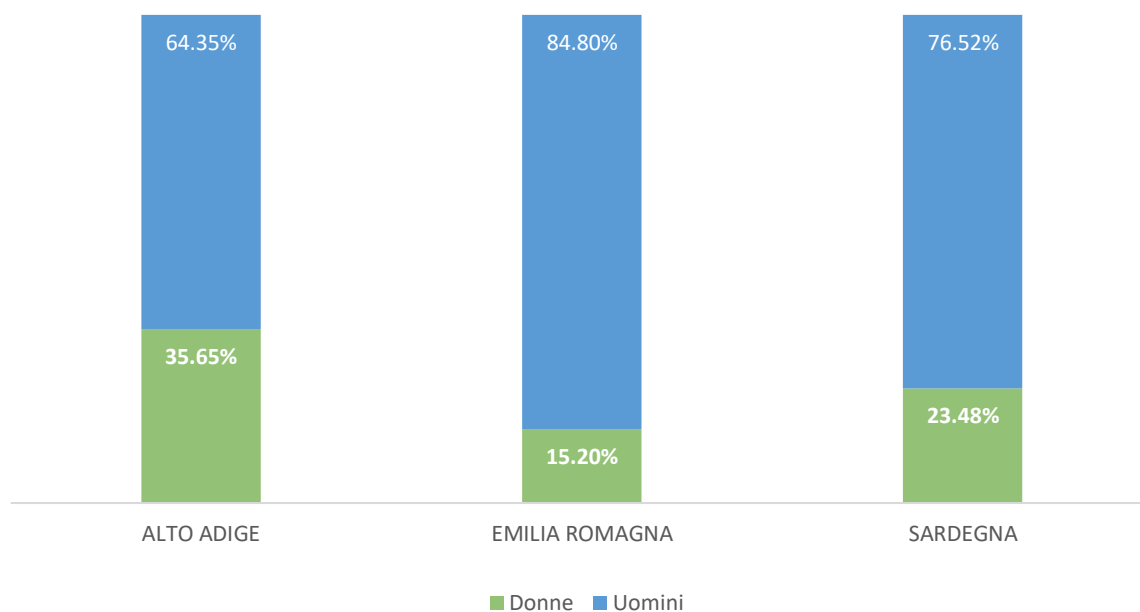
## 2. OGGETTI E FONTI DELL'INFORMAZIONE: CHI FA NOTIZIA

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

L'informazione locale monitorata il 29 settembre 2020 mostra un volto dai tratti prevalentemente maschili. Le donne registrano una percentuale pari soltanto al 24,06%: una quota in crescita di più di 5 punti percentuali rispetto alla precedente edizione del *GLocal* (18,7%)<sup>19</sup>, ma ancora minoritaria, sia rispetto agli uomini – che costituiscono il restante 75,94% delle 636 persone presenti come oggetto di notizia o intervistate nei TG monitorati – sia rispetto all'incidenza femminile sulla popolazione italiana<sup>20</sup>, che secondo i più recenti dati ISTAT è pari al 51,3%<sup>21</sup>.

Si tratta tuttavia di una percentuale media che livella tre valori diversi, a seconda dell'afferenza territoriale dei TG. La percentuale di donne nelle notizie dei TG dell'Alto Adige è infatti molto più elevata della media e pari al 35,65%, mentre quella dei notiziari dell'Emilia Romagna è molto più bassa, pari soltanto al 15,20%, e quella dei TG della Sardegna si attesta al 23,48%, un dato in linea con la media complessiva, rispetto alla quale, occorre notare, i TG sardi incidono più degli altri, essendo più numerosi e più "popolati": 20 su 33 TG analizzati sono infatti trasmessi dalle emittenti sarde e 396 persone nelle notizie sul totale di 636 sono persone di cui si parla o intervistate nei TG della Sardegna.

Grafico 3. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per regione del TG<sup>22</sup>



<sup>19</sup> Il confronto con i dati del 2015 è puramente indicativo, perché le emittenti TV monitorate sono diverse, cfr. Azzalini, Monia; Valva, Serena, *cit.*

<sup>20</sup> Il confronto fra la popolazione rappresentata dai notiziari e la popolazione italiana è indicativa, poiché i TG monitorati, ancorché locali, non parlano esclusivamente di cittadini e cittadine italiane.

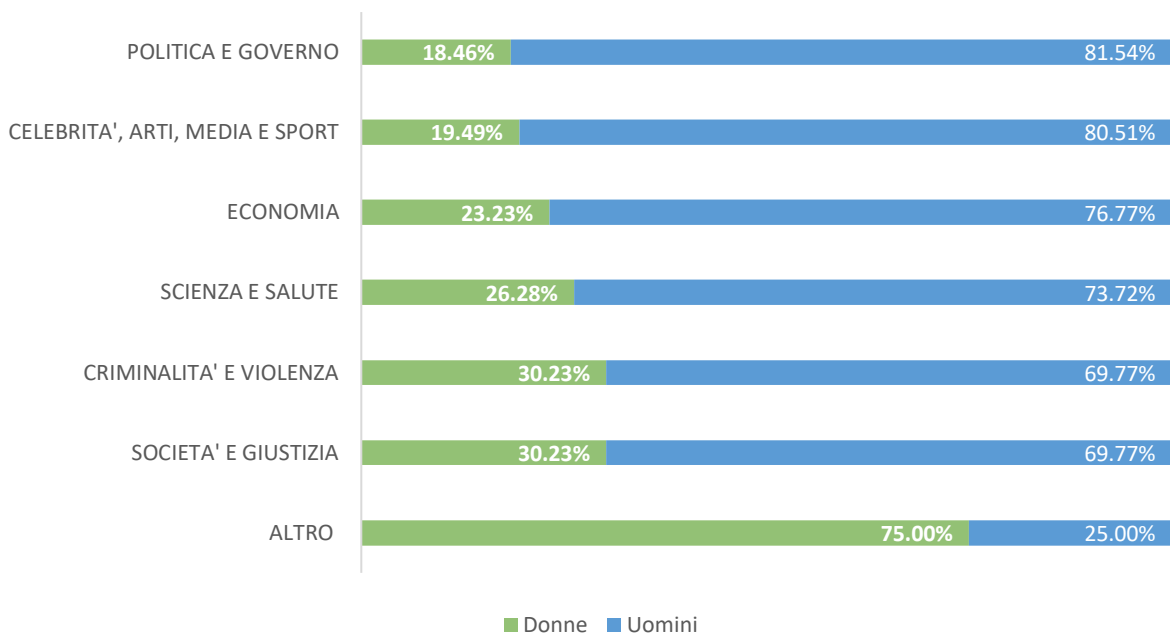
<sup>21</sup> Dati ISTAT all'11/2020; fonte: <https://www.istat.it/it/archivio/249124>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>22</sup> Base dati: Alto Adige N=115; Emilia Romagna N=125; Sardegna N= 396.

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

Disaggregando i dati per genere delle persone – di cui si parla o intervistate – per area tematica della notizia, emergono asimmetrie di genere in linea con le tendenze emerse da precedenti monitoraggi di ambito locale, nazionale o internazionale<sup>23</sup>. Trascurando la voce Altro, che conta soltanto 4 occorrenze, le donne sono incluse con percentuali sopra la media complessiva nelle notizie di Società e Giustizia, Criminalità e Violenza, Scienza e Salute; mentre registrano percentuali sotto la media totale nelle notizie di Economia, Celebrità, arti, media e sport e Politica e Governo.

Grafico 4. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per area tematica della notizia<sup>24</sup>



Come anticipato nel capitolo precedente, la visibilità delle donne per area tematica delle notizie è parzialmente correlata al grado di inclusione femminile nelle sfere sociali a cui la tematica fa riferimento.

La presenza di donne nelle notizie di Scienza e Salute in misura superiore alla media può essere ragionevolmente spiegata alla luce del *Global Gender Gap Index* che per le donne italiane registra condizioni di salute e sicurezza elevate, che sono evidentemente il risultato di un'elevata attenzione delle politiche sanitarie nazionali per la salute delle donne, attenzione che si riverbera nei contenuti dei media, come dimostrano tutte le diverse edizioni del GMMP Italia e del *GLocal*. A questo occorre aggiungere che, secondo dati nazionali recenti, le donne nella professione medica, pur restando in minoranza (44%), stanno

<sup>23</sup> Cfr. WACC, *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2015*, WACC, London; Toronto 2015.

[http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/global/gmmp\\_global\\_report\\_en.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf); WACC, *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2010*, WACC, London; Toronto 2010, [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/global/gmmp\\_global\\_report\\_en.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/global/gmmp_global_report_en.pdf);

Azzalini, Monia; Padovani, Claudia, *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2015. National Report, Italy*, Creative Commons 2015. [https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/national/Italy.pdf](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Italy.pdf); Azzalini, Monia; Padovani, Claudia, *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2010. National Report, Italy*, Creative Commons 2010, [https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2010/national/Italy.pdf](https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/who-makes-the-news/Imported/reports_2010/national/Italy.pdf); ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>24</sup> Base dati: Politica e Governo N=130; Celebrità, arti, media e sport N=118; Economia N=99; Scienza e Salute N=156; Criminalità e Violenza N=43; Società e Giustizia N=86; Altro N=4.

aumentando progressivamente, tanto che sotto i 40 anni sono in prevalenza, raggiungendo quasi il 60%, secondo le statistiche della Federazione nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e Odontoiatri<sup>25</sup>.

Anche la percentuale di presenza femminile nelle notizie di Società e Giustizia può essere spiegata sulla base degli indicatori di genere del World Economic Forum, insieme ad alcuni dati sul contesto del nostro paese, tenendo presente che questa categoria copre nella maggior parte dei casi notizie pertinenti l'istruzione (42 su 86; Tabella 2). In Italia, le donne non solo hanno un elevato grado di istruzione, come indicato dal *Global Gender Gap Index*, ma sono anche la maggioranza del corpo docente: l'83% (su 730mila insegnanti) secondo un recente rapporto dell'OCSE<sup>26</sup>.

Infine, il dato sulla visibilità delle donne nelle notizie di Criminalità e Violenza può trovare una spiegazione nel fatto che se è vero che nella maggior parte dei casi i criminali sono uomini (che costituiscono il 95,6% della popolazione carceraria italiana<sup>27</sup>), le donne superano facilmente la soglia della notiziabilità come vittime, essendo "tradizionalmente", culturalmente e stereotipicamente percepite come il "sesso debole", come vedremo più oltre in questo rapporto.

I dati di contesto che spiegano, o possono aiutare a comprendere, le aree tematiche dell'informazione che favoriscono l'inclusione femminile possono essere utili anche a comprendere gli spazi di marginalizzazione.

La scarsa presenza delle donne nelle notizie di Politica e Governo, che risulta la più esclusivamente maschile, in linea con una tendenza tipicamente osservata nelle diverse edizioni del GMMP e anche del *GLocal*, si spiega facilmente con il *Global Gender Gap Index* che per l'*empowerment* politico delle donne italiane registra uno *score* molto basso (0,267).

L'Economia si conferma un'area tematica che dà poco spazio alle donne, ma in misura un po' più contenuta rispetto alla categoria Politica e Governo, insieme alla quale copre le cosiddette *hard news*. E anche questo risultato può essere compreso alla luce del *Global Gender Gap Index* che per la partecipazione economica delle donne e le opportunità nel mercato del lavoro italiano ha un valore basso (0,595) anche se non tanto quanto l'*empowerment* politico.

La categoria Celebrità, arti, media e sport registra una quota femminile insolitamente bassa, particolarmente critica in considerazione del fatto che è la terza categoria più popolosa, concentrando il 18,55% delle persone di cui si parla o intervistate (Tabella 4), e la quarta per concentrazione delle notizie (come illustrato nel Grafico 1). Questo risultato tuttavia si spiega chiaramente con i dati illustrati nella tabella seguente che riporta la distribuzione di donne e uomini per argomento di ciascuna macro categoria tematica ed evidenzia come la bassa percentuale femminile nelle notizie di "terza pagina" sia ascrivibile alla loro marginalizzazione nelle notizie di sport, che coprono più della metà dell'informazione aggregata nella categoria Celebrità, arti, media e sport; viceversa le notizie afferenti alle arti e alla cultura risultano più inclusive.

---

<sup>25</sup> Fonte: [https://www.ansa.it/canale\\_saluteebenessere/notizie/sanita/2020/03/04/8-marzo-sorpasse-delle-donne-medico-tra-under-65-sono-piu-degli-uomini\\_b5830225-24ac-4e48-9cb6-bcc1f8ba9581.html](https://www.ansa.it/canale_saluteebenessere/notizie/sanita/2020/03/04/8-marzo-sorpasse-delle-donne-medico-tra-under-65-sono-piu-degli-uomini_b5830225-24ac-4e48-9cb6-bcc1f8ba9581.html); ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>26</sup> [https://www.oecd-ilibrary.org/education/gender-imbalances-in-the-teaching-profession\\_54f0ef95-en#](https://www.oecd-ilibrary.org/education/gender-imbalances-in-the-teaching-profession_54f0ef95-en#); ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>27</sup> Elaborazioni dell'Osservatorio di Pavia su dati ISTAT; fonte dati: <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=6185#>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

Tabella 4. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per area tematica e argomento della notizia

| TEMA NOTIZIA   | DONNE         | UOMINI        | TOT. (N)   | TOT. (%)       |
|--|---------------|---------------|------------|----------------|
| <b>CRIMINALITA' e VIOLENZA</b>   | <b>30,23%</b> | <b>69,77%</b> | <b>43</b>  | <b>6,76%</b>   |
| Abuso di bambini, violenza sessuale contro i bambini                   | 58,33%        | 41,67%        | 12         | 1,89%          |
| Altre notizie di criminalità e violenza                                | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| Crimine non violento (corruzione, furto, droghe)                       | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 0,31%          |
| Crimine violento, omicidio, rapimento, aggressione                     | 21,43%        | 78,57%        | 28         | 4,40%          |
| <b>SOCIETA' e GIUSTIZIA</b>  | <b>30,23%</b> | <b>69,77%</b> | <b>86</b>  | <b>13,52%</b>  |
| Cambiamenti nelle relazioni di genere (in ambito extra-familiare)      | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 0,31%          |
| Diritti umani, diritti delle donne, diritti delle minoranze            | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| Disastro, incidente, carestia, alluvione                               | 12,50%        | 87,50%        | 16         | 2,52%          |
| Educazione, cura dei bambini, istruzione, università, alfabetizzazione | 47,62%        | 52,38%        | 42         | 6,60%          |
| Migrazioni, rifugiati, xenofobia, conflitti etnici                     | 50,00%        | 50,00%        | 8          | 1,26%          |
| Religione, cultura, tradizione, controversie                           | 0,00%         | 100,00%       | 17         | 2,67%          |
| <b>SCIENZA E SALUTE</b>  | <b>26,28%</b> | <b>73,72%</b> | <b>156</b> | <b>24,53%</b>  |
| Altre epidemie, virus, contagi (NON COVID)                             | 0,00%         | 100,00%       | 3          | 0,47%          |
| Ambiente, inquinamento, turismo  | 63,64%        | 36,36%        | 11         | 1,73%          |
| Medicina, igiene, salute   | 25,78%        | 74,22%        | 128        | 20,13%         |
| Scienza, tecnologia, ricerca   | 7,14%         | 92,86%        | 14         | 2,20%          |
| <b>ECONOMIA</b>  | <b>23,23%</b> | <b>76,77%</b> | <b>99</b>  | <b>15,57%</b>  |
| Altre questioni di lavoro (sciopero, sindacati, etc.)                  | 100,00%       | 0,00%         | 4          | 0,63%          |
| Crisi economiche, salvataggi aziendali da parte dello Stato            | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| Economia rurale, agricoltura   | 20,00%        | 80,00%        | 5          | 0,79%          |
| Lavoro   | 20,69%        | 79,31%        | 29         | 4,56%          |
| Povertà, alloggi, assistenza sociale                                   | 25,00%        | 75,00%        | 4          | 0,63%          |
| Trasporti, traffico, strade  | 19,64%        | 80,36%        | 56         | 8,81%          |
| <b>CELEBRITA', ARTI, MEDIA E SPORT</b>                                 | <b>19,49%</b> | <b>80,51%</b> | <b>118</b> | <b>18,55%</b>  |
| Arte, tempo libero, cinema, teatro, libri                              | 38,78%        | 61,22%        | 49         | 7,70%          |
| Media (inclusi Internet e social networks), ritratti di donne/uomini   | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| Sport  | 5,88%         | 94,12%        | 68         | 10,69%         |
| <b>POLITICA E GOVERNO</b>  | <b>18,46%</b> | <b>81,54%</b> | <b>130</b> | <b>20,44%</b>  |
| Politiche interne e di governo   | 17,92%        | 82,08%        | 106        | 16,67%         |
| Altre questioni politiche e di governo                                 | 31,25%        | 68,75%        | 16         | 2,52%          |
| Difesa, ordine pubblico, sicurezza                                     | 0,00%         | 100,00%       | 5          | 0,79%          |
| Donne politiche, donne candidate alle elezioni                         | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| Politica estera e internazionale                                       | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 0,31%          |
| <b>ALTRO</b>   | <b>75,00%</b> | <b>25,00%</b> | <b>4</b>   | <b>0,63%</b>   |
| <b>Totale</b>  | <b>24,06%</b> | <b>75,94%</b> | <b>636</b> | <b>100,00%</b> |

Come visto nel capitolo precedente, nella presentazione dei dati sulle notizie classificate per argomento e per località (Alto Adige, Emilia Romagna, Sardegna), l'informazione delle tre aree territoriali presenta una composizione differente, che impatta anche sulla rappresentanza di genere, e che può continuare a essere letta con la chiave interpretativa sopra proposta: i criteri di *newmaking* concorrono a favorire o sfavorire la visibilità femminile.

L'attenzione dedicata dai notiziari dell'Alto Adige alle questioni di Politica e Governo, sfavorisce la visibilità femminile, che in questa area tematica è pari al 14,81%, ma è ampiamente bilanciata dall'elevata presenza di donne nelle notizie di Economia (57,14%), Società e Giustizia (44%) e Scienza e Salute (43,75%). L'elevata attenzione dei TG dell'Emilia Romagna al mondo dello sport, interamente rappresentato dagli uomini, sfavorisce l'inclusione femminile, che nella macro categoria Celebrità, arti, media e sport registra una

percentuale del 5,13%. Anche la scarsa attenzione per questioni di Società e Giustizia, che nel complesso includono soltanto 19 persone, tutte di sesso maschile, spiega la bassa rappresentanza di donne in tutti i tipi di notizia dei TG emiliano-romagnoli, che attestano percentuali femminili sopra la media soltanto nelle notizie di Criminalità e Violenza (32%) e Scienza e Salute (25%). Infine, nei TG della Sardegna a favorire l'inclusione femminile è l'attenzione dedicata ai temi dell'educazione e dell'istruzione che include numerose persone di sesso femminile e che alza la percentuale delle donne nella categoria Società e Giustizia (31,25%).



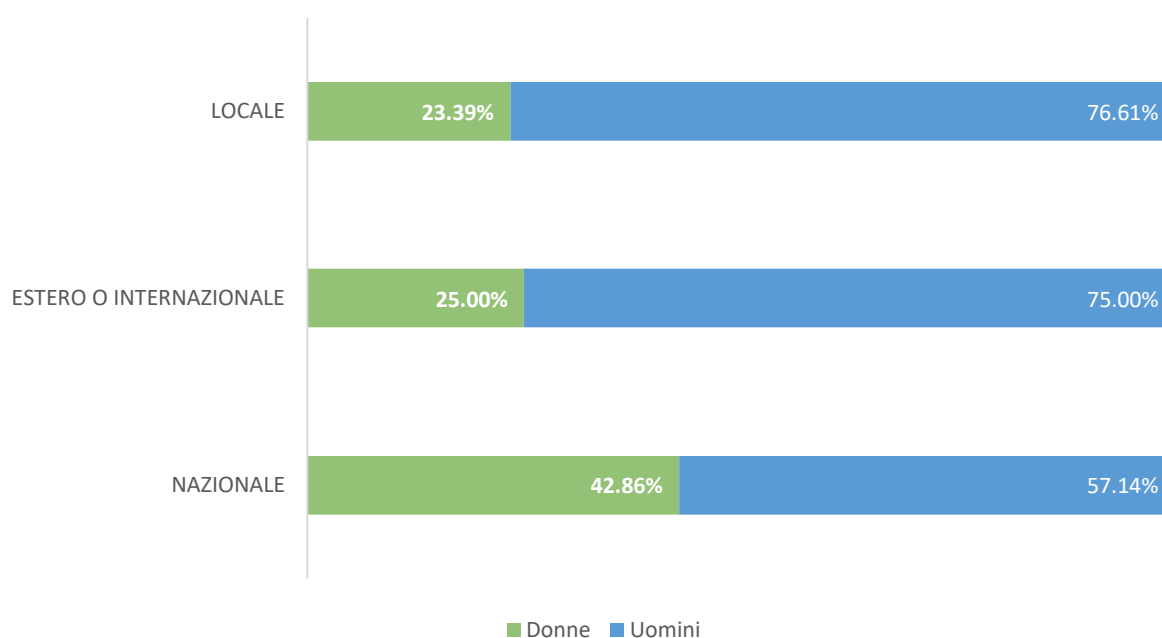
Tabella 5. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per area tematica, argomento della notizia e per regione del TG

| Argomento per Area tematica  | ALTO ADIGE    |               |            | EMILIA ROMAGNA |                |            | SARDEGNA       |               |            |
|--|---------------|---------------|------------|----------------|----------------|------------|----------------|---------------|------------|
|  | Donne         | Uomini        | Tot. (N)   | Donne          | Uomini         | Tot. (N)   | Donne          | Uomini        | Tot. (N)   |
| <b>CELEBRITA', ARTI, MEDIA E SPORT</b>                                 | <b>40,00%</b> | <b>60,00%</b> | <b>15</b>  | <b>5,13%</b>   | <b>94,87%</b>  | <b>39</b>  | <b>23,44%</b>  | <b>76,56%</b> | <b>64</b>  |
| Arte, tempo libero, cinema, teatro, libri                              | 50,00%        | 50,00%        | 4          | 22,22%         | 77,78%         | 9          | 41,67%         | 58,33%        | 36         |
| Media (inclusi Internet e social networks), ritratti di donne/uomini   |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 1          |                |               |            |
| Sport  | 36,36%        | 63,64%        | 11         | 0,00%          | 100,00%        | 29         | 0,00%          | 100,00%       | 28         |
| <b>CRIMINALITA' e VIOLENZA</b>   | <b>27,78%</b> | <b>72,22%</b> | <b>18</b>  | <b>32,00%</b>  | <b>68,00%</b>  | <b>25</b>  |                |               |            |
| Abuso di bambini, violenza sessuale contro i bambini                   |               |               |            | 58,33%         | 41,67%         | 12         |                |               |            |
| Altre notizie di criminalità e violenza                                |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 1          |                |               |            |
| Crimine non violento (corruzione, furto, droghe)                       | 0,00%         | 100,00%       | 2          |                |                |            |                |               |            |
| Crimine violento, omicidio, rapimento, aggressione                     | 31,25%        | 68,75%        | 16         | 8,33%          | 91,67%         | 12         |                |               |            |
| <b>SOCIETA' e GIUSTIZIA</b>  | <b>44,00%</b> | <b>56,00%</b> | <b>25</b>  | <b>0,00%</b>   | <b>100,00%</b> | <b>13</b>  | <b>31,25%</b>  | <b>68,75%</b> | <b>48</b>  |
| Cambiamenti nelle relazioni di genere (in ambito extra-familiare)      |               |               |            |                |                |            | 0,00%          | 100,00%       | 2          |
| Diritti umani, diritti delle donne, diritti delle minoranze            |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 1          |                |               |            |
| Disastro, incidente, carestia, alluvione                               | 0,00%         | 100,00%       | 3          | 0,00%          | 100,00%        | 2          | 18,18%         | 81,82%        | 11         |
| Educazione, cura dei bambini, istruzione, università, alfabetizzazione | 63,64%        | 36,36%        | 11         |                |                |            | 41,94%         | 58,06%        | 31         |
| Migrazioni, rifugiati, xenofobia, conflitti etnici                     | 100,00%       | 0,00%         | 4          | 0,00%          | 100,00%        | 4          |                |               |            |
| Religione, cultura, tradizione, controversie                           | 0,00%         | 100,00%       | 7          | 0,00%          | 100,00%        | 6          | 0,00%          | 100,00%       | 4          |
| <b>ECONOMIA</b>  | <b>57,14%</b> | <b>42,86%</b> | <b>14</b>  | <b>15,79%</b>  | <b>84,21%</b>  | <b>19</b>  | <b>18,18%</b>  | <b>81,82%</b> | <b>66</b>  |
| Altre questioni di lavoro (sciopero, sindacati, etc)                   | 100,00%       | 0,00%         | 4          |                |                |            |                |               |            |
| Crisi economiche, salvataggi aziendali da parte dello Stato            |               |               |            |                |                |            | 0,00%          | 100,00%       | 1          |
| Economia rurale, agricoltura   |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 4          | 100,00%        | 0,00%         | 1          |
| Lavoro   |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 1          | 21,43%         | 78,57%        | 28         |
| Povertà, alloggi, assistenza sociale                                   |               |               |            | 33,33%         | 66,67%         | 3          | 0,00%          | 100,00%       | 1          |
| Trasporti, traffico, strade  | 40,00%        | 60,00%        | 10         | 18,18%         | 81,82%         | 11         | 14,29%         | 85,71%        | 35         |
| <b>POLITICA E GOVERNO</b>  | <b>14,81%</b> | <b>85,19%</b> | <b>27</b>  | <b>0,00%</b>   | <b>100,00%</b> | <b>4</b>   | <b>20,20%</b>  | <b>79,80%</b> | <b>99</b>  |
| Politiche interne e di governo   | 18,18%        | 81,82%        | 22         |                |                |            | 17,86%         | 82,14%        | 84         |
| Altre questioni di politiche e di governo                              |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 1          | 33,33%         | 66,67%        | 15         |
| Difesa, ordine pubblico, sicurezza                                     | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 0,00%          | 100,00%        | 3          |                |               |            |
| Donne politiche, donne candidate alle elezioni                         | 0,00%         | 100,00%       | 1          |                |                |            |                |               |            |
| Politica estera e internazionale                                       | 0,00%         | 100,00%       | 2          |                |                |            |                |               |            |
| <b>SCIENZA E SALUTE</b>  | <b>43,75%</b> | <b>56,25%</b> | <b>16</b>  | <b>25,00%</b>  | <b>75,00%</b>  | <b>24</b>  | <b>24,14%</b>  | <b>75,86%</b> | <b>116</b> |
| Altre epidemie, virus, contagi (NON COVID)                             |               |               |            | 0,00%          | 100,00%        | 3          |                |               |            |
| Ambiente, inquinamento, turismo  | 57,14%        | 42,86%        | 7          |                |                |            | 75,00%         | 25,00%        | 4          |
| Medicina, igiene, salute   | 33,33%        | 66,67%        | 9          | 28,57%         | 71,43%         | 21         | 24,49%         | 75,51%        | 98         |
| Scienza, tecnologia, ricerca   |               |               |            |                |                |            | 7,14%          | 92,86%        | 14         |
| <b>ALTRO</b>   |               |               |            | <b>0,00%</b>   | <b>100,00%</b> | <b>1</b>   | <b>100,00%</b> | <b>0,00%</b>  | <b>3</b>   |
| <b>Totale</b>  | <b>35,65%</b> | <b>64,35%</b> | <b>115</b> | <b>15,20%</b>  | <b>84,80%</b>  | <b>125</b> | <b>23,48%</b>  | <b>76,52%</b> | <b>396</b> |

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

Considerando il contesto di riferimento dell'informazione, le notizie locali, che nel complesso prevalgono, costituendo il 93,73% delle 319 notizie analizzate, e includono il maggior numero di persone (607, pari al 95,44% del campione), incidendo in maniera rilevante sul campione, registrano una presenza femminile in linea con il dato medio e pari al 23,39%. Leggermente superiore alla media è la visibilità delle donne nelle *news* di ambito nazionale e estero o internazionale (25%); sensibilmente più inclusiva, invece, la quota di donne nelle notizie di rilievo nazionale (42,86%), che tuttavia incidono poco sull'agenda complessiva, riguardando soltanto il 2,51% delle notizie e coinvolgendo a titolo di fonti (persone di cui si parla o intervistate) soltanto il 3,30% del campione complessivo.

Grafico 5. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per contesto della notizia<sup>28</sup>



Anche in questo caso i risultati per area geografica attestano frequenze diverse: i TG dell'Alto Adige registrano una maggiore inclusione femminile nelle notizie locali, così come quelli della Sardegna, i notiziari dell'Emilia Romagna, invece, si caratterizzano per una bassa presenza femminile proprio nell'informazione locale che è anche quella più popolata, con 115 presenze totali.

Tabella 6 Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per contesto della notizia e regione del TG

| Contesto              | ALTO ADIGE    |               |            | EMILIA ROMAGNA |               |            | SARDEGNA      |               |            |
|-----------------------|---------------|---------------|------------|----------------|---------------|------------|---------------|---------------|------------|
|                       | Donne         | Uomini        | Tot. (N)   | Donne          | Uomini        | Tot. (N)   | Donne         | Uomini        | Tot. (N)   |
| Estero/internazionale | 28,57%        | 71,43%        | 7          | 0,00%          | 100,0%        | 1          |               |               |            |
| Locale                | 37,76%        | 62,24%        | 98         | 10,43%         | 89,57%        | 115        | 23,60%        | 76,40%        | 394        |
| Nazionale             | 20,00%        | 80,00%        | 10         | 77,78%         | 22,22%        | 9          | 0,00%         | 100,0%        | 2          |
| <b>Totale</b>         | <b>35,65%</b> | <b>64,35%</b> | <b>115</b> | <b>15,20%</b>  | <b>84,80%</b> | <b>125</b> | <b>23,48%</b> | <b>76,52%</b> | <b>396</b> |

<sup>28</sup> Base dati: contesto Nazionale N=21; contesto Estero o internazionale N=8; contesto Locale N=607.

## 2.4. LE FUNZIONI NARRATIVE DI CHI FA NOTIZIA

Il grado di inclusione/esclusione 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 cosa e chi fa o non fa notizia, e i criteri di selezione delle fonti, sulla base dei quali una redazione decide a chi dare la parola per spiegare o commentare un evento (per esempio un incidente stradale) o una situazione (per esempio una crisi economica o politica) a vario titolo: di opinione personale o popolare, di testimone o portavoce, di esperta/o o opinionista.

Come spiegato più sopra, 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 ad appannaggio maschile (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 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 di politica o economia, 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/disuguaglianze 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 di notizia (subject); portavoce di associazione, azienda, ente, istituzione, partito; esperta o opinionista; testimone di esperienza personale; testimone oculare; voce dell'opinione popolare.

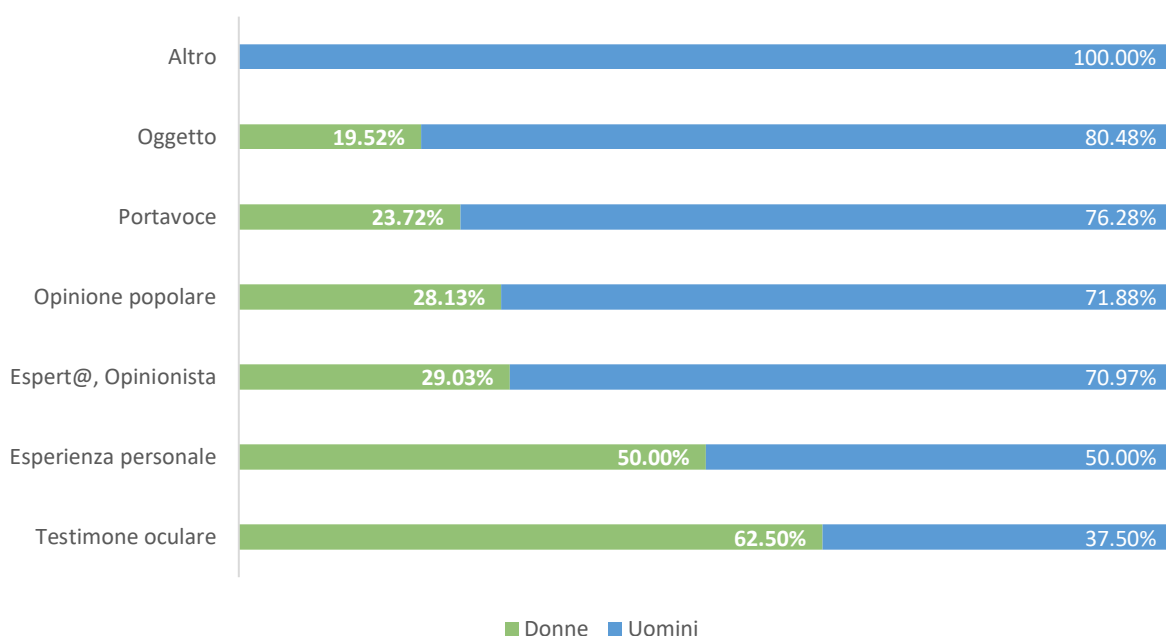
La selezione degli "oggetti" delle notizie è in genere vincolata dalle scelte d'agenda: scegliere di parlare di una decisione governativa, implicherà l'opzione di dar voce a chi fa parte del governo entro una scelta limitata ai suoi membri. Anche la selezione dei/le portavoce è in genere limitata dalla 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 di mantenere un equilibrio anche di genere nelle loro scelte.

Come risulta evidente dal grafico seguente (Grafico 6), le donne risultano sfavorite, con una percentuale inferiore alla media complessiva (che, lo ricordiamo, è pari al 24,06%), come oggetto di notizia (19,52%) e come portavoce (23,72%), entrambe funzioni che scontano evidentemente una scarsa rappresentanza femminile rispettivamente nella realtà sociale riflessa dagli argomenti nell'agenda dei TG e nelle associazioni, aziende, enti, istituzioni interpellate per mezzo di un/a portavoce. Risultano invece favorite in tutte le altre funzioni. La loro ampia inclusione come testimoni oculari (una figura però molto poco ricorrente, che registra soltanto 8 casi) e di esperienza personale, così come fra le voci dell'opinione popolare è un risultato in linea con tutte le precedenti edizioni del

GMMP e del *GLocal* che registrano questa tendenza, sottolineando come le donne sono interpellate dai media preferibilmente come persone comuni, a cui non è chiesta una specifica competenza o professionalità per rilasciare un'intervista. La percentuale femminile fra gli esperti, che raggiunge quasi il 30%, è un risultato sorprendentemente positivo. Tutte le precedenti edizioni del GMMP e del *GLocal* hanno infatti registrato una presenza femminile tra gli esperti sempre 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, avesse un volto dai tratti prettamente maschili.

Grafico 6. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per funzione nella notizia<sup>29</sup>



I dati disaggregati per regione mettono in evidenza, da un lato, come i risultati dei TG sardi, che sono i più numerosi e i più "popolati" del campione, incidono in misura rilevante sul risultato complessivo, dall'altro, come i profili locali sono parzialmente differenti. Fra i risultati più degni di nota meritano di essere sottolineate l'alta rappresentanza femminile fra i portavoce dei notiziari alto-atesini e l'elevata percentuale di esperte nei TG sardi. Viceversa, la totale assenza di esperte nell'informazione emiliano-romagnola è un risultato critico. Per quanto occorra considerare che la base dati è molto bassa (N=10), rimane il fatto che il risultato attesta che a essere interpellati come esperti nei TG monitorati sono solo uomini.

<sup>29</sup> Base dati: Testimone oculare N=8; Esperienza personale N=26; Espert@ o opinionista N=62; Opinione popolare N=32; Portavoce N= 215; Oggetto N= 292; Altro N=1.

Tabella 7 Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per funzione nella notizia e per regione del TG

| Funzione             | ALTO ADIGE    |               |            | EMILIA ROMAGNA |               |            | SARDEGNA      |               |            |
|----------------------|---------------|---------------|------------|----------------|---------------|------------|---------------|---------------|------------|
|                      | Donne         | Uomini        | Tot (N)    | Donne          | Uomini        | Tot (N)    | Donne         | Uomini        | Tot (N)    |
| Oggetto              | 30,51%        | 69,49%        | 59         | 15,63%         | 84,38%        | 64         | 17,16%        | 82,84%        | 169        |
| Portavoce            | 52,17%        | 47,83%        | 23         | 11,11%         | 88,89%        | 45         | 23,13%        | 76,87%        | 147        |
| Espert@, opinionista | 8,33%         | 91,67%        | 12         | 0,00%          | 100,00%       | 10         | 42,50%        | 57,50%        | 40         |
| Esperienza personale | 66,67%        | 33,33%        | 6          | 80,00%         | 20,00%        | 5          | 33,33%        | 66,67%        | 15         |
| Testimone oculare    | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 0,00%          | 100,00%       | 1          | 100,00%       | 0,00%         | 5          |
| Opinione popolare    | 50,00%        | 50,00%        | 12         |                |               |            | 15,00%        | 85,00%        | 20         |
| Altro                | 0,00%         | 100,00%       | 1          |                |               |            |               |               |            |
| <b>Totale</b>        | <b>35,65%</b> | <b>64,35%</b> | <b>115</b> | <b>15,20%</b>  | <b>84,80%</b> | <b>125</b> | <b>23,48%</b> | <b>76,52%</b> | <b>396</b> |

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

I risultati sulla funzione possono essere meglio compresi considerando anche i risultati sulla distribuzione di genere nelle professioni/posizioni sociali delle persone nelle notizie. Come risulta evidente dalla tabella seguente (Tabella 8), le donne costituiscono i due terzi delle persone dalla professione o posizione sociale non esplicitata ovvero non dichiarata e non riportata dal sottopancia, evidentemente perché irrilevante per la notizia, tipicamente nel caso di persone interpellate come voci dell'opinione popolare o testimoni. In linea con i risultati di tutte le edizioni del GMMP e del *GLocal*, le donne registrano percentuali sopra la media (24,06%) come rappresentanti di diverse posizioni sociali: *bambin@* o *adolescente*, *casaling@* o *genitore/trice*, *abitante di un paese* e *studente*; e di alcune categorie professionali dove effettivamente la partecipazione delle donne è elevata, come quelle afferenti al mondo dell'educazione, istruzione e ricerca (accademiche, insegnanti, ricercatrici) e della sanità (mediche e infermiere). Infine, le donne registrano anche una presenza sopra la media fra i sindacalisti o lavoratori di ONG, onlus o associazioni, fra gli imprenditori (sebbene la base dati, pari a 10, sia bassa) e fra le celebrità, artisti, scrittori, cantanti, etc. Rimangono minoritarie invece nelle categorie che incidono maggiormente sul risultato complessivo: quella afferente al mondo della politica, che con 245 presenze copre il 38,52% del campione, e quella afferente al mondo dello sport, che con 70 presenze copre l'11,01% del campione. Sono entrambe categorie non esclusivamente professionali, ma che includono persone con ruoli rilevanti sia nella società, sia nell'agenda dell'informazione, dove, come già detto più sopra, la politica e lo sport hanno uno spazio importante. Infine, occorre segnalare come risultato negativo, la totale assenza femminile in rappresentanza di alcune professioni, come quelle dell'artigianato, del commercio, del lavoro operaio, quelle religiose e delle forze dell'ordine.

Tabella 8. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per professione/posizione sociale

| PROFESSIONE/POSIZIONE SOCIALE                      | DONNE         | UOMINI        | TOT. N     | TOT. %         |
|--|---------------|---------------|------------|----------------|
| Professionista dei media (giornalista, regista...) | 100,00%       | 0,00%         | 9          | 1,42%          |
| Bambin@ o adolescente                              | 75,00%        | 25,00%        | 4          | 0,63%          |
| Non esplicitata                                    | 66,67%        | 33,33%        | 15         | 2,36%          |
| Casaling@, genitore/trice                          | 66,67%        | 33,33%        | 6          | 0,94%          |
| Accademic@, insegnante, ricercatore/trice...       | 57,69%        | 42,31%        | 26         | 4,09%          |
| Dipendente pubblic@, funzionari@, diplomatic@ ...  | 57,14%        | 42,86%        | 21         | 3,30%          |
| Abitante di un paese                               | 50,00%        | 50,00%        | 14         | 2,20%          |
| Sindacalista, attivista, lavoratore/trice ONG...   | 36,84%        | 63,16%        | 19         | 2,99%          |
| Criminale, indagat@, sospettat@ di reato...        | 33,33%        | 66,67%        | 12         | 1,89%          |
| Medic@, dentista, specialista                      | 32,00%        | 68,00%        | 25         | 3,93%          |
| Imprenditore/trice, manager, economista...         | 30,00%        | 70,00%        | 10         | 1,57%          |
| Infermiera/e, assistente sociale, psicologo        | 28,57%        | 71,43%        | 7          | 1,10%          |
| Studente, alliev@, scolar@...                      | 27,27%        | 72,73%        | 22         | 3,46%          |
| Celebrità, artista, scrittore/trice...             | 26,67%        | 73,33%        | 30         | 4,72%          |
| Politic@, ministr@, governante ...                 | 19,59%        | 80,41%        | 245        | 38,52%         |
| Ingegnere/a, tecnico, informatico...               | 10,00%        | 90,00%        | 10         | 1,57%          |
| Pensionat@   | 7,41%         | 92,59%        | 27         | 4,25%          |
| Atleta, allenatore/trice, sportiv@...              | 5,71%         | 94,29%        | 70         | 11,01%         |
| Artigian@, commerciante, operai@                   | 0,00%         | 100,00%       | 19         | 2,99%          |
| Prete, suora, rabbino, imam...                     | 0,00%         | 100,00%       | 18         | 2,83%          |
| Forza dell'ordine, militare, guardia ...           | 0,00%         | 100,00%       | 11         | 1,73%          |
| Avvocat@, giudice, espert@ legale...               | 0,00%         | 100,00%       | 7          | 1,10%          |
| Agricoltore/trice, forestale, pescatore/trice...   | 0,00%         | 100,00%       | 5          | 0,79%          |
| Impiegat@ o lavoratore/trice nei servizi           | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 0,31%          |
| Re, regina, monarca ....                           | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| Altro  | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,16%          |
| <b>Totale</b>                                      | <b>24,06%</b> | <b>75,94%</b> | <b>636</b> | <b>100,00%</b> |

I dati per regione confermano alcune evidenze emerse anche dai risultati analizzati in precedenza. La prevalenza di notizie politiche e sportive nei notiziari dell'Emilia Romagna sfavorisce l'inclusione femminile in due ambiti ancora prevalentemente appannaggio maschile: le due categorie dei/le rappresentanti del mondo politico e dei/le rappresentanti del mondo sportivo, che sono le più frequenti nell'informazione emiliano-romagnola, attestano infatti la totale assenza di donne.

Tabella 9. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per professione/posizione sociale e regione del TG

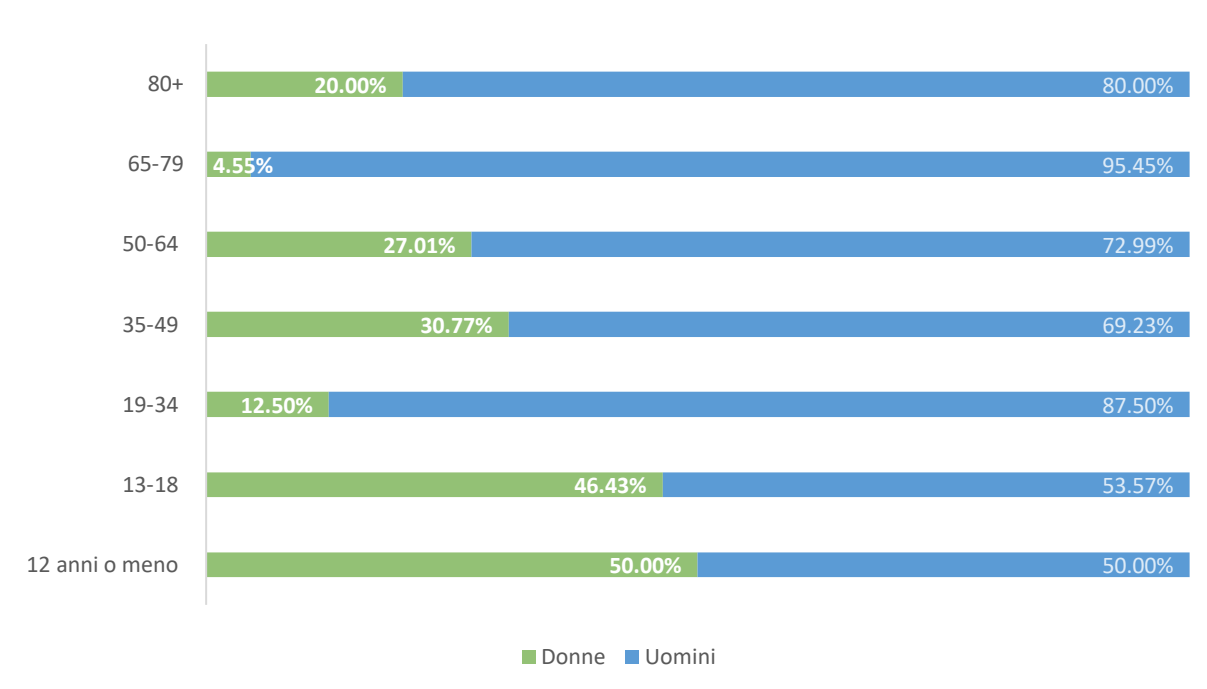
| PROFESSIONE/POSIZIONE SOCIALE                      | ALTO ADIGE    |               |            | EMILIA ROMAGNA |               |            | SARDEGNA      |               |            |
|--|---------------|---------------|------------|----------------|---------------|------------|---------------|---------------|------------|
|  | Donne         | Uomini        | Tot. (N)   | Donne          | Uomini        | Tot. (N)   | Donne         | Uomini        | Tot. (N)   |
| Politico, ministro, governante ...                 | 17,24%        | 82,76%        | 29         | 0,00%          | 100,00%       | 21         | 22,05%        | 77,95%        | 195        |
| Atleta, allenatore/trice, sportivo...              | 30,77%        | 69,23%        | 13         | 0,00%          | 100,00%       | 29         | 0,00%         | 100,00%       | 28         |
| Celebrità, artista, scrittore/trice...             | 50,00%        | 50,00%        | 4          | 60,00%         | 40,00%        | 5          | 14,29%        | 85,71%        | 21         |
| Pensionato   | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,00%          | 100,00%       | 7          | 10,53%        | 89,47%        | 19         |
| Accademico, maestro, insegnante...                 | 66,67%        | 33,33%        | 3          |                |               |            | 56,52%        | 43,48%        | 23         |
| Medico, dentista, specialista                      | 25,00%        | 75,00%        | 4          | 28,57%         | 71,43%        | 7          | 35,71%        | 64,29%        | 14         |
| Studente/essa, allievo, scolaro...                 | 33,33%        | 66,67%        | 6          | 0,00%          | 100,00%       | 2          | 28,57%        | 71,43%        | 14         |
| Dipendente pubblico, funzionario, diplomatico ...  | 80,00%        | 20,00%        | 5          |                |               |            | 50,00%        | 50,00%        | 16         |
| Sindacalista, attivista, lavoratore/trice ONG...   | 100,00%       | 0,00%         | 5          | 0,00%          | 100,00%       | 1          | 15,38%        | 84,62%        | 13         |
| Artigiano, commerciante, operaio                   | 0,00%         | 100,00%       | 3          | 0,00%          | 100,00%       | 1          | 0,00%         | 100,00%       | 15         |
| Prete, suora, rabbino, imam...                     | 0,00%         | 100,00%       | 5          | 0,00%          | 100,00%       | 11         | 0,00%         | 100,00%       | 2          |
| Non esplicitata                                    | 0,00%         | 100,00%       | 2          | 60,00%         | 40,00%        | 5          | 87,50%        | 12,50%        | 8          |
| Abitante di un paese                               | 46,15%        | 53,85%        | 13         | 100,00%        | 0,00%         | 1          |               |               |            |
| Criminale, indagato, sospettato di reato...        | 60,00%        | 40,00%        | 5          | 14,29%         | 85,71%        | 7          |               |               |            |
| Forza dell'ordine, militare, guardia ...           | 0,00%         | 100,00%       | 6          | 0,00%          | 100,00%       | 5          |               |               |            |
| Imprenditore/trice, manager, economista...         | 60,00%        | 40,00%        | 5          | 0,00%          | 100,00%       | 3          | 0,00%         | 100,00%       | 2          |
| Ingegnere/a, tecnico, informatico...               |               |               |            | 0,00%          | 100,00%       | 3          | 14,29%        | 85,71%        | 7          |
| Professionista dei media (giornalista, regista...) | 100,00%       | 0,00%         | 4          | 100,00%        | 0,00%         | 1          | 100,00%       | 0,00%         | 4          |
| Infermiere, assistente sociale, psicologo          |               |               |            | 100,00%        | 0,00%         | 2          | 0,00%         | 100,00%       | 5          |
| Avvocato, giudice, esperto legale...               |               |               |            |                |               |            | 0,00%         | 100,00%       | 7          |
| Casalinga, genitore                                | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 100,00%        | 0,00%         | 3          | 50,00%        | 50,00%        | 2          |
| Agricoltore/trice, forestale, pescatore/trice...   | 0,00%         | 100,00%       | 1          | 0,00%          | 100,00%       | 4          |               |               |            |
| Bambino o adolescente                              |               |               |            | 75,00%         | 25,00%        | 4          |               |               |            |
| Impiegato o lavoratore/trice nei servizi           |               |               |            | 0,00%          | 100,00%       | 2          |               |               |            |
| Re, regina, monarca ....                           |               |               |            |                |               |            | 0,00%         | 100,00%       | 1          |
| Altro  |               |               |            | 0,00%          | 100,00%       | 1          |               |               |            |
| <b>Totale</b>                                      | <b>35,65%</b> | <b>64,35%</b> | <b>115</b> | <b>15,20%</b>  | <b>84,80%</b> | <b>125</b> | <b>23,48%</b> | <b>76,52%</b> | <b>396</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 oltre alla professione/posizione sociale si è anche rilevata l'età, dichiarata 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 dal grafico, a seconda della fascia di età, gli equilibri di genere variano: fra i minori, sotto i 18 anni, si registra una parità quasi perfetta; mentre fra gli anziani (65 o più) prevalgono nettamente gli uomini, così come nella fascia dei giovani adulti di età compresa fra i 19 e i 34 anni. Le fasce centrali (35-49 anni e 50-64 anni), che nel complesso sono le più frequenti, registrano uno squilibrio di genere a favore degli uomini, ma in proporzioni leggermente inferiori allo squilibrio complessivo (75,96% uomini vs. 24,06% donne). Fatta eccezione per la fascia 19-34, che nelle diverse edizioni del GMMP e del *GLocal* attesta frequenze femminili maggiori, per il resto, i risultati di questa edizione del *GLocal* sono in linea con la tendenza a sotto-rappresentare soprattutto le donne anziane.

Grafico 7. Distribuzione di genere delle persone nelle notizie per fascia d'età<sup>30</sup>



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

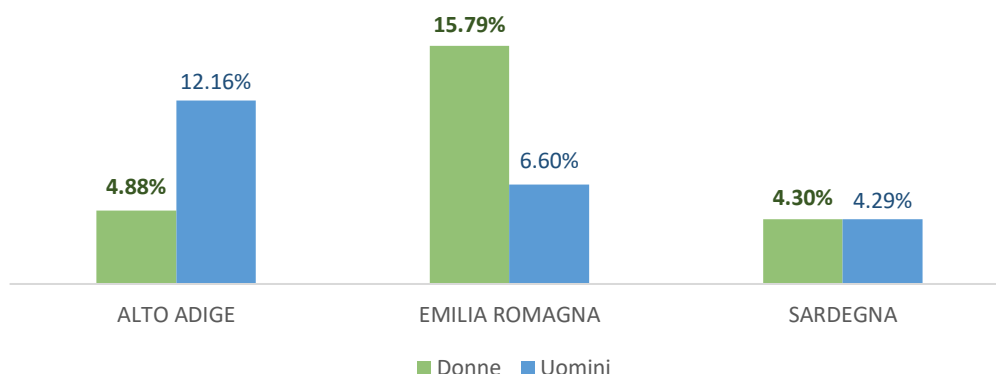
Le due domande di ricerca che indagano quante donne e quante uomini superano la soglia di notiziabilità in qualità di vittime o sopravvissute/i a crimini, violenze, incidenti, eventi catastrofici, povertà, malattia, etc. sono tradizionalmente indagate nelle ricerche sui contenuti dei media, perché se le notizie sulle donne vittime o sopravvissute, da un lato, possono essere in linea con la *mission* dell'informazione di denunciare crimini e violenze, o situazioni di povertà o malattia, dall'altro un'eccessiva esposizione mediatica

<sup>30</sup> Base dati: 12 anni o meno N= 2; 13-18 anni N=28; 19-34 anni N=64; 35-49 anni N=182; 50-64 anni N=137; 65-79 anni N=44; 80 anni o più N=10.



delle donne come vittime, non controbilanciata da altrettanta visibilità delle donne come soggetti di cittadinanza attiva, rischia di coltivare lo stereotipo del “sesso debole”. Le diverse edizioni del GMMP e del *GLocal* negli anni hanno registrato una percentuale di vittime fra le donne nelle notizie superiore a quella degli uomini. Questa edizione del *GLocal* attesta invece una percentuale relativa di donne vittime e/o sopravvissute pari al 5,88%, che, arrotondata all’unità, è uguale a quella maschile, del 6,00%. Un risultato positivo perché evita il rischio che l’informazione coltivi lo stereotipo delle donne come “sesso debole”.

**Grafico 8. Donne e Uomini presentati come vittime e/o sopravvissuti/e nelle notizie per regione del TG<sup>31</sup>**



A incidere su questo risultato positivo sono i dati delle emittenti sarde, che attestano una percentuale relativa di donne e uomini vittime e/o sopravvissute equilibrata, e quelli alto-atesini, che attestano una quota di vittime e/o sopravvissuti più alta fra gli uomini che fra le donne. I notiziari emiliano-romagnoli hanno invece un profilo più tradizionale: sebbene le donne nel complesso facciano molto meno notizia degli uomini, quando fanno notizia hanno una probabilità maggiore degli uomini di farla in quanto vittime o sopravvissute.

## 2.8. RELAZIONI FAMILIARI: GENERI A CONFRONTO

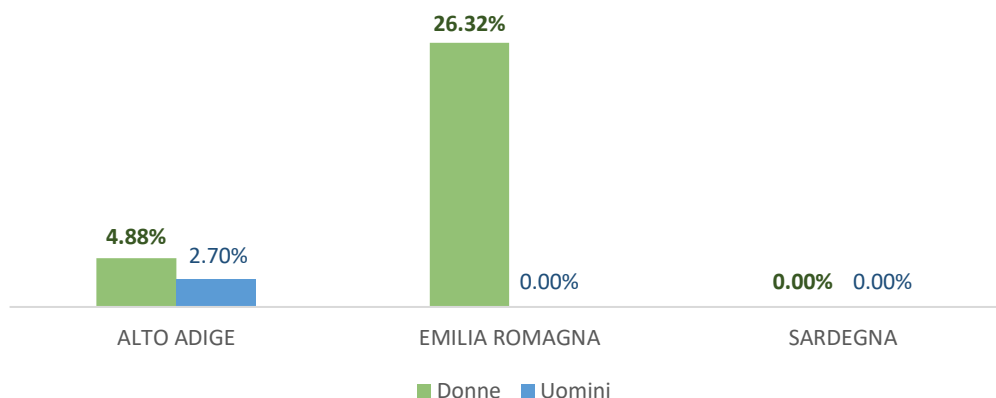
L’ultima domanda di ricerca sulle persone che fanno notizia o sono intervistate nei notiziari tradizionalmente presente nel GMMP e nel *GLocal* è se esse sono presentate sulla base di relazioni familiari o affettive, per esempio come mogli/mariti di-, figlie/figli di-, fidanzate/fidanzati di-. Si tratta di una variabile che permette di evidenziare eventuali stereotipi di genere rinforzati in modo indiretto. Presentare una persona sulla base di relazioni familiari o affettive, significa infatti anzitutto collocarla simbolicamente entro la sfera privata, storicamente un dominio femminile, vs. la sfera pubblica, storicamente appannaggio maschile. Inoltre, significa indirettamente privarla di un’identità di genere propria subordinandola all’identità dell’altro genere, con il risultato che il valore del genere di appartenenza viene sminuito e quella del genere opposto viene rinforzato. Per esempio, presentare un’attrice come la moglie di- un (magari più famoso) regista ne sminuisce la sua identità individuale. Le diverse edizioni del GMMP e del *GLocal* hanno dimostrato una maggiore propensione a presentare le donne sulla base di relazioni affettive o familiari rispetto agli uomini.

Questa edizione del *GLocal* conferma nel complesso questa tendenza, sebbene in misura contenuta, registrando una percentuale di donne presentate sulla base di relazioni familiari o affettive pari al 4,58% vs. lo 0,41% degli uomini, con differenze importanti a seconda della località dei notiziari. Si tratta infatti di una tendenza ben evidente nell’informazione dell’Emilia Romagna – con il 26,32% di donne presentate come mogli, madri, fidanzate di- vs. lo 0% degli uomini –, meno marcata nei TG dell’Alto Adige e totalmente assente

<sup>31</sup> Base dati: Alto Adige Donne N=41, Uomini N=74; Emilia Romagna Donne N=19, Uomini N=106; Sardegna Donne N=93, Uomini N=303.

nei TG della Sardegna, dove questa modalità di presentazione non è stata rilevata né per le donne né per gli uomini.

Grafico 9 Donne e Uomini presentati sulla base di relazioni familiari nelle notizie per regione del TG<sup>32</sup>



## 2.9. DOMANDE SPECIALI: TITOLI E CARICHE UTILIZZATE PER PRESENTARE DONNE E UOMINI

La VI edizione del GMMP ha previsto un set di nuove domande di ricerca (3 in tutto) liberamente formulabili da ogni paese aderente al progetto. L'Italia ha scelto di focalizzarsi sull'uso della lingua italiana nella presentazione di donne e uomini nelle notizie, una questione che negli ultimi anni sta dimostrando un crescente interesse nel discorso pubblico e culturale del nostro paese.

Introdotta a fine anni Ottanta dal volume di Alma Sabatini, *Il sessismo nella lingua italiana* (1987), promosso dalla Commissione nazionale per la realizzazione della parità tra uomo e donna, con l'obiettivo di rimuovere gli stereotipi culturali ostacolanti il progresso delle pari opportunità, la riflessione sul rapporto tra uso della lingua e uguaglianza di genere è stata a lungo trascurata, o meglio circoscritta all'ambito accademico e al pensiero femminista. La questione è tornata nell'agenda politica nell'ultimo decennio, in seguito a sollecitazioni della società civile e all'impegno personale dell'onorevole Laura Boldrini che, da presidente della Camera, l'8 marzo 2015, esortò deputate e deputati a richiamare, nei loro interventi, le cariche e i ruoli istituzionali "correttamente, secondo il genere proprio della persona cui essi si riferiscono"<sup>33</sup>. In quello stesso anno, l'Ordine dei giornalisti italiani pubblicò un *Manuale per una corretta rappresentazione delle donne nell'informazione*<sup>34</sup>, contenente delle "Riflessioni sulla lingua" a cura della linguista Stefania Cavagnoli<sup>35</sup>. Appena l'anno prima, l'associazione di giornaliste GiULiA, impegnata a tutto campo nella sfida agli stereotipi di genere nei media, stampò un opuscolo<sup>36</sup> dedicato all'uso della lingua italiana e in particolare alla criticità di numerosi usi linguistici attestati, fra cui l'uso di titoli maschili per nominare le donne. Usare un nome di professione o carica politica al maschile quando si fa riferimento a una donna implica infatti, da un lato, nascondere la sua identità di genere, dall'altro, trasmettere l'idea che una carica o una professione perde di prestigio o autorevolezza se nominata al femminile. Diversi studi hanno infatti dimostrato che sono soprattutto i titoli apicali a incontrare una resistenza culturale a una corretta declinazione al femminile, come prevede la struttura grammaticale dell'italiano, che è una lingua dal genere marcato, femminile e maschile (il neutro

<sup>32</sup> *Idem*.

<sup>33</sup> <https://twitter.com/lauraboldrini/status/573436739773153280>; ultimo accesso 18 dicembre 2020.

<sup>34</sup> Celotti, Gega, *Tutt'altro genere d'informazione. Manuale per una corretta rappresentazione delle donne nell'informazione*, Gruppo di Lavoro Pari Opportunità del Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti, Roma 2015.

<sup>35</sup> *Ibidem*, pp. 119-136.

<sup>36</sup> Robustelli, Cecilia, *Donne, grammatica e media*, stampato da Associazione Gi.U.Li.A., Roma 2014.

nell'italiano non c'è), in cui il genere grammaticale di un nome è di norma coerente con il genere del/la referente: "il mio amico" può fare riferimento a un bambino, a un ragazzo, a un uomo, ma non a una bambina, o a una ragazza, o a una donna, per indicare userò più propriamente "la mia amica"<sup>37</sup>.

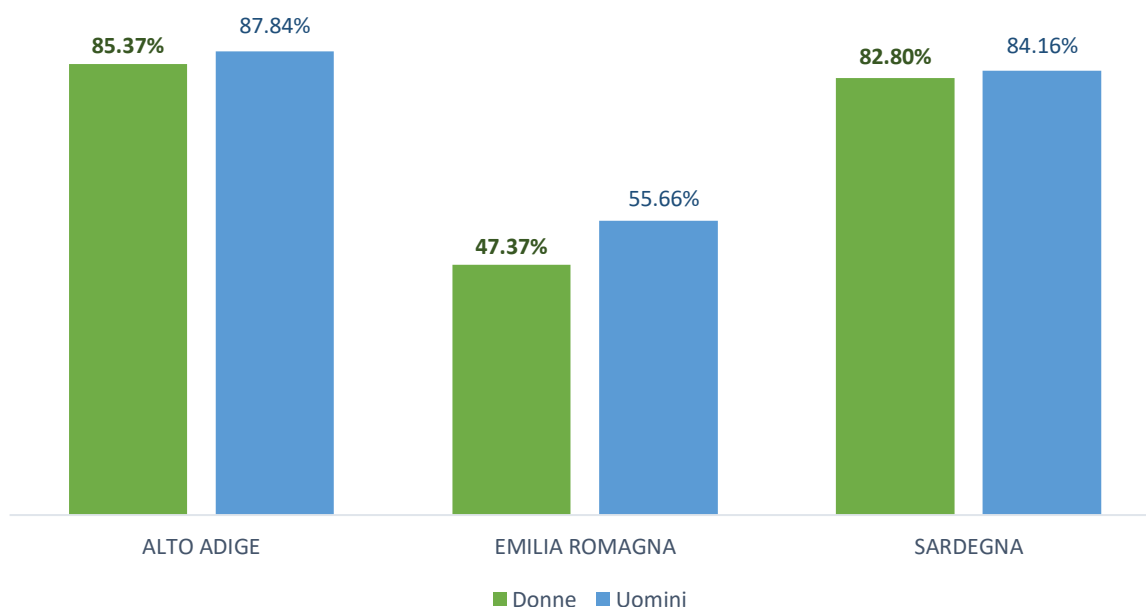
Le tre domande di ricerca sull'uso del linguaggio sono state costruite in modo da verificare: 1 se la persona era presentata 1. con nome e cognome, 2. con titolo professionale o politico, e 3. se, nel caso di risposta affermativa alle domande 1 e 2, il genere grammaticale del titolo era coerente con il genere della persona referente (genere reso trasparente dal nome).

I risultati complessivi dimostrano che nelle notizie campione del *GLocal* 2020 le donne sono presentate con nome e cognome nel 79,08% dei casi, una proporzione uguale a quella degli uomini (78,47%); con titolo professionale o politico nel 71,24% dei casi, allo stesso modo degli uomini, che attestano una percentuale del 71,22%; e nell'85,98% dei casi in cui sono presentate per nome, cognome e titolo (107 su un totale di 153), quest'ultimo è coerente con il loro genere, mentre è declinato al maschile nel restante 14,02% dei casi.

I dati disaggregati per area geografica di afferenza dei notiziari evidenziano però differenze importanti.

Come risulta evidente dai grafici seguenti, i notiziari dell'Alto Adige e della Sardegna presentano le donne per nome e cognome con una frequenza elevata, che è superiore all'80% e prossima a quella degli uomini. Al contrario i notiziari dell'Emilia Romagna attestano una minor frequenza di persone presentate per nome e cognome, specialmente se donne (47,37% vs. 55,66% degli uomini). Sia i notiziari alto-atesini che quelli sardi presentano le donne con un titolo professionale o politico con frequenza elevata, superiore al 70%, e simile a quelle degli uomini; mentre i TG emiliano-romagnoli ricorrono meno ai titoli professionali, soprattutto per le donne.

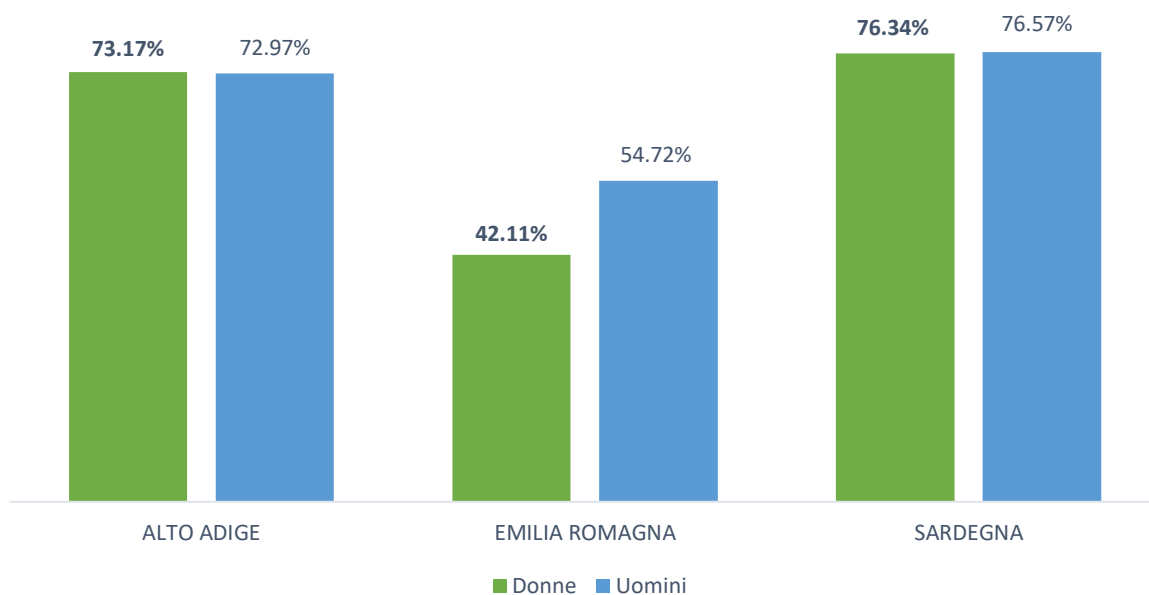
Grafico 10. Donne e Uomini presentate/i con nome e cognome per regione del TG<sup>38</sup>



<sup>37</sup> Per una introduzione alla questione si veda Azzalini, Monia; Giusti, Giuliana, "Lingua e genere fra grammatica e cultura", in *Economia della cultura*, n. 4, dicembre 2019 (doi: 10.1446/96649).

<sup>38</sup> Base dati: Alto Adige Donne N=41, Uomini N=74; Emilia Romagna Donne N=19, Uomini N=106; Sardegna Donne N=93, Uomini N=303.

Grafico 11. Donne e Uomini presentate/i con titolo professionale o politico per regione<sup>39</sup>



Per quanto riguarda il grado di coerenza di genere fra nome e titolo professionale, nei casi in cui entrambi sono presenti – nel 71,30% dei casi nei TG alto-atesini, nel 51,20% in quelli emiliano-romagnoli e nel 73,48% in quelli sardi – è massimo, pari al 100% per le donne citate nei TG dell’Alto Adige e dell’Emilia Romagna, e pari al 78,57% per quelle citate nei TG della Sardegna. Si tratta di un risultato molto positivo, che merita però di essere precisato con una nota metodologica: in molti casi i titoli erano presentati attraverso un sottopancia, senza costruzioni sintattiche (per esempio: “Presidente dell’associazione...”), favorendo così una lettura ambivalente dei molti nomi ambigenere che, come “presidente”, rendono trasparente il genere semantico solo attraverso la sintassi: “la presidente” nel caso di una donna, “il presidente” nel caso di un uomo.

<sup>39</sup> *Idem.*

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

#### 3.1. CHI CONDUCE I TG

Il GMMP non è solo un monitoraggio sull'accesso delle donne nell'agenda dell'informazione, ma anche sulla visibilità e il ruolo delle giornaliste. Trattandosi di un'attività di monitoraggio sui contenuti dell'informazione e non sulle strutture aziendali, i risultati presentati di seguito non sono statistiche sulla composizione delle redazioni, ma danno conto della visibilità delle giornaliste, come presentatrici in studio, autrici di servizi, o inviate, in rapporto alla visibilità dei colleghi maschi.

A livello di conduzione, il *GLocal 2020* registra una prevalenza media di conduttori maschi: 16 su 26<sup>40</sup>, le conduttrici (10 su 26 conduttori totali) sono poco più di un terzo. I notiziari dell'Alto Adige si attestano sul dato medio complessivo, con 3 conduttrici su 8 conduttori totali; quelli dell'Emilia Romagna registrano invece una proporzione inversa, nei due terzi dei casi sono le donne a condurre i TG (precisamente 4 conduttrici su 6 conduttori totali); i notiziari della Sardegna infine sono condotti da una giornalista in un caso su quattro (3 conduttrici su 12 conduttori totali).

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

Se consideriamo, come prevede la metodologia del GMMP il genere di chi presenta le notizie, che si tratti di conduttrici/ori o giornaliste/i autori/trici di servizi, interviste o inviate/i sul posto, su 488 notizie, il 33,61% è presentato da una giornalista donna, un dato medio fra la percentuale di notizie presentate da studio, il 35,86% di 251 totali, e quelle presentate nei servizi, il 31,22% su 237 totali.

Disaggregando i dati per area geografica, emergono alcune differenze interessanti: le notizie dei TG alto-atesini presentate da donne alla conduzione del TG sono quasi la metà rispetto a quelle presentate dai colleghi maschi, che prevalgono come autori o inviati nei servizi in esterna o registrati. Nei TG emiliano-romagnoli più della metà delle notizie è presentata in studio da una giornalista donna (dato in linea con la prevalenza numerica delle conduttrici nei TG monitorati), ma solo un quarto di quelle approfondite nei servizi è a cura di una giornalista. Nei TG sardi, infine, le notizie presentate da donne sono soltanto una su quattro, mentre quelle approfondite in servizi sono poco meno di un terzo, come illustrato nella tabella seguente.

Tabella 10. Distribuzione delle notizie presentate da studio e nei servizi per genere del/la giornalista e regione del TG

| NOTIZIE per ruolo giornalistico                            | ALTO ADIGE    |               |            | EMILIA ROMAGNA |               |            | SARDEGNA      |               |            |
|--|---------------|---------------|------------|----------------|---------------|------------|---------------|---------------|------------|
|  | Donne         | Uomini        | Tot. N     | Donne          | Uomini        | Tot. N     | Donne         | Uomini        | Tot. N     |
| Notizie presentate da studio (conduttrici e conduttori)    | 46,55%        | 53,45%        | 58         | 50,91%         | 49,09%        | 55         | 25,36%        | 74,64%        | 138        |
| Notizie presentate nei servizi (giornaliste e giornalisti) | 32,61%        | 67,39%        | 46         | 25,53%         | 74,47%        | 47         | 32,64%        | 67,36%        | 144        |
| <b>Totale</b>  | <b>40,38%</b> | <b>59,62%</b> | <b>104</b> | <b>39,22%</b>  | <b>60,78%</b> | <b>102</b> | <b>29,08%</b> | <b>70,92%</b> | <b>282</b> |

<sup>40</sup> Il numero totale di conduttori e conduttrici dei TG non corrisponde al numero totale di notiziari monitorati (33) perché 8 notiziari sono stati trasmessi nel formato che in gergo si chiama "rullo" e che si caratterizza per il susseguirsi di servizi montati uno dopo l'altro senza la conduzione da studio e 1 notiziario era a doppia conduzione.

### 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, e sebbene possa essere pertinente la stessa persona con più di una esposizione mediatica, poiché specie nelle piccole redazioni locali sono sempre i/le pochi/e giornalisti/e che presentano diverse notizie, il risultato può essere indicativo sia della composizione di una redazione sia della visibilità ottenuta da giornaliste e giornalisti rappresentanti diverse classi generazionali e può fornire elementi per valutare se l'età, in particolare la giovane età, favorisca 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* 2020 è che in quasi la metà dei casi, il 47,95%, chi presenta le notizie non è visibile, in misura un po' più accentuata per gli uomini che per le donne: su un totale di 324 notizie presentate da giornalisti maschi nel 49,38% non è stato possibile stabilire l'età vs. il 45,12% dei casi femminili. Si tratta di un risultato interessante se correlato alla presenza femminile complessiva: le notizie presentate dalla donne sono meno di quelle presentate dagli uomini (il 33,61%), ma le donne sono visibili in volto un po' più degli uomini (54,88% vs. 50,62%). In particolare, occorre sottolineare, risultano praticamente invisibili i giornalisti e le giornaliste dei servizi (98,73%).

Le giornaliste che ottengono una visibilità in video appartengono tutte alla fascia di età compresa fra i 35 e i 49 anni, mentre i giornalisti maschi che appartengono a questa generazione sono il 45,12% vs. il 54,88% di giornalisti di fascia 50-64 anni. Un risultato che conferma il vantaggio accordato alle giornaliste dalla giovane età.

L'asimmetria di genere intergenerazionale riguarda tutti i notiziari, ma in misura particolarmente marcata quelli dell'Emilia Romagna dove il gap fra giovani giornaliste (il 96,55% dei giornalisti in fascia 35-49 anni) e più adulti colleghi maschi (il 100% dei giornalisti di fascia 50-64) è particolarmente marcato.

Tabella 11. Distribuzione dei giornalisti per genere, fascia di età e regione del TG

| Età   | ALTO ADIGE |         |        | EMILIA ROMAGNA |         |        | SARDEGNA |         |        |
|-------|------------|---------|--------|----------------|---------|--------|----------|---------|--------|
|       | Donne      | Uomini  | Tot. N | Donne          | Uomini  | Tot. N | Donne    | Uomini  | Tot. N |
| 35-49 | 47,37%     | 52,63%  | 57     | 96,55%         | 3,45%   | 29     | 44,87%   | 55,13%  | 78     |
| 50-64 | 0,00%      | 100,00% | 2      | 0,00%          | 100,00% | 27     | 0,00%    | 100,00% | 61     |

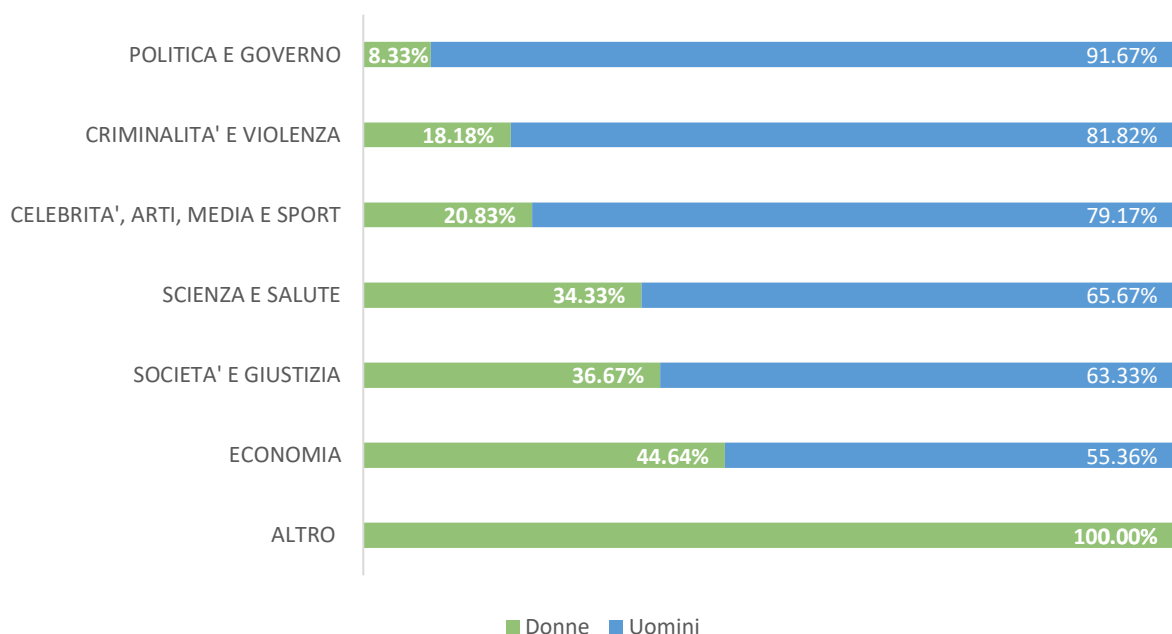
### 3.4. GLI ARGOMENTI DELLE NOTIZIE A CURA DI GIORNALISTE E GIORNALISTI

Per quanto riguarda le tematiche delle notizie presentate da giornaliste e giornalisti consideriamo soltanto l'informazione coperta dai servizi, trascurando le notizie presentate in studio che in genere sono anticipazioni, come si dice in gergo "lanci" di servizi, o brevi da studio, in entrambi i casi presentati sempre dalla stessa persona, cioè chi conduce il TG.

Come illustrato dal grafico seguente, la distribuzione delle notizie fra giornaliste e giornalisti per area tematica presenta elevate asimmetrie che accentuano lo squilibrio complessivo di 31,22% notizie coperte da donne vs. il 68,78% di notizie coperte da uomini, su un totale di 237 servizi. Le notizie di politica sono coperte nella maggior parte dei casi da giornalisti maschi, così come quelle di Criminalità e Violenza, Celebrità, arti,

media e sport. Un maggiore equilibrio fra i generi si osserva nelle notizie di Scienza e Salute, che è il tema dominante nei notiziari monitorati, con una copertura del 28,21%; in quelle di Società e Giustizia, che è il terzo tema più coperto con il 16,30% di notizie e in quelle di Economia, il secondo tema più frequente dell'informazione del 29 settembre, con una copertura del 21,32%.

**Grafico 12 Distribuzione delle notizie per area tematica del servizio e genere del/la giornalista<sup>41</sup>**



Qualche differenza emerge dai dati per area geografica dei TG: per esempio il tema più frequente in agenda, Scienza e Salute, è presentato in servizi a cura di una giornalista soprattutto nei TG sardi, che attestano un numero di servizi molto più numerosi degli altri TG (45 vs. i 6 dell'Alto Adige e i 16 dell'Emilia Romagna) e incidono sul campione complessivo. Per il resto i risultati vanno valutati con cautela perché la disaggregazione dei dati riporta valori percentuali su basi molto ridotte in termini numerici complessivi.

<sup>41</sup> Base dati: Altro N= 1; Economia N=56; Società e Giustizia N=30; Scienza e Salute N=67; Celebrità, arti, media e sport N=48; Criminalità e Violenza N=11; Politica e Governo N=24.

Tabella 12. Distribuzione delle notizie per area tematica e argomento del servizio, genere del/la giornalista e regione del TG

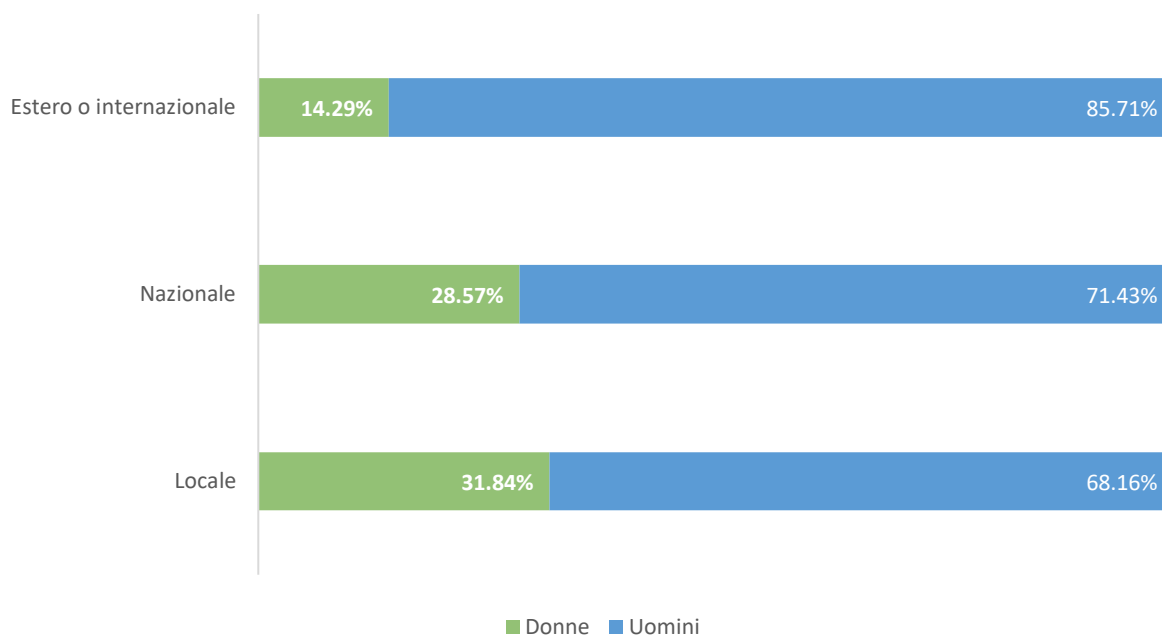
| TEMA- Argomento   | ALTO ADIGE    |                |           | EMILIA ROMAGNA |                |           | SARDEGNA      |                |            |
|---|---------------|----------------|-----------|----------------|----------------|-----------|---------------|----------------|------------|
|   | Donne         | Uomini         | Tot. N    | Donne          | Uomini         | Tot. N    | Donne         | Uomini         | Tot. N     |
| <b>ECONOMIA</b>   | <b>54,55%</b> | <b>45,45%</b>  | <b>11</b> | <b>71,43%</b>  | <b>28,57%</b>  | <b>7</b>  | <b>36,84%</b> | <b>63,16%</b>  | <b>38</b>  |
| Trasporti, traffico, strade                                 | 66,67%        | 33,33%         | 3         | 66,67%         | 33,33%         | 3         | 20,00%        | 80,00%         | 15         |
| Lavoro  | 0,00%         | 100,00%        | 1         | 0,00%          | 100,00%        | 1         | 38,89%        | 61,11%         | 18         |
| Economia rurale, agricoltura                                |               |                |           | 100,00%        | 0,00%          | 2         | 100,00%       | 0,00%          | 3          |
| Povertà, alloggi, assistenza sociale                        | 66,67%        | 33,33%         | 3         | 100,00%        | 0,00%          | 1         |               |                |            |
| Altre questioni di lavoro (sciopero, sindacati, etc)        | 33,33%        | 66,67%         | 3         |                |                |           |               |                |            |
| Altre questioni di economia e lavoro                        | 100,00%       | 0,00%          | 1         |                |                |           |               |                |            |
| Crisi economiche, salvataggi aziendali da parte             |               |                |           |                |                |           | 0,00%         | 100,00%        | 1          |
| Politiche economiche, strategie, modelli economici          |               |                |           |                |                |           | 100,00%       | 0,00%          | 1          |
| <b>CRIMINALITA' e VIOLENZA</b>                              | <b>20,00%</b> | <b>80,00%</b>  | <b>5</b>  | <b>16,67%</b>  | <b>83,33%</b>  | <b>6</b>  |               |                |            |
| Crimine violento, omicidio, rapimento, aggressione          | 33,33%        | 66,67%         | 3         | 33,33%         | 66,67%         | 3         |               |                |            |
| Abuso di bambini, violenza sessuale contro i bambini        |               |                |           | 0,00%          | 100,00%        | 2         |               |                |            |
| Guerra, terrorismo, violenza di stato                       | 0,00%         | 100,00%        | 2         |                |                |           |               |                |            |
| Altre notizie di criminalità e violenza                     |               |                |           | 0,00%          | 100,00%        | 1         |               |                |            |
| <b>SCIENZA E SALUTE</b>                                     | <b>33,33%</b> | <b>66,67%</b>  | <b>6</b>  | <b>6,25%</b>   | <b>93,75%</b>  | <b>16</b> | <b>44,44%</b> | <b>55,56%</b>  | <b>45</b>  |
| Medicina, igiene, salute                                    | 33,33%        | 66,67%         | 6         | 7,69%          | 92,31%         | 13        | 35,29%        | 64,71%         | 34         |
| Scienza, tecnologia, ricerca                                |               |                |           |                |                |           | 71,43%        | 28,57%         | 7          |
| Ambiente, inquinamento, turismo                             |               |                |           | 0,00%          | 100,00%        | 1         | 50,00%        | 50,00%         | 2          |
| Cambiamenti climatici, riscaldamento globale                |               |                |           | 0,00%          | 100,00%        | 1         | 100,00%       | 0,00%          | 2          |
| Altre epidemie, virus, contagi (NON COVID)                  |               |                |           | 0,00%          | 100,00%        | 1         |               |                |            |
| <b>SOCIETA' e GIUSTIZIA</b>                                 | <b>44,44%</b> | <b>55,56%</b>  | <b>9</b>  | <b>16,67%</b>  | <b>83,33%</b>  | <b>6</b>  | <b>40,00%</b> | <b>60,00%</b>  | <b>15</b>  |
| Educazione, cura dei bambini, istruzione, università        | 50,00%        | 50,00%         | 4         |                |                |           | 45,45%        | 54,55%         | 11         |
| Religione, cultura, tradizione, controversie                | 100,00%       | 0,00%          | 2         | 0,00%          | 100,00%        | 3         | 0,00%         | 100,00%        | 1          |
| Disastro, incidente, carestia, alluvione                    | 0,00%         | 100,00%        | 1         |                |                |           | 33,33%        | 66,67%         | 3          |
| Migrazioni, rifugiati, xenofobia, conflitti etnici          | 0,00%         | 100,00%        | 2         | 0,00%          | 100,00%        | 2         |               |                |            |
| Diritti umani, diritti delle donne, diritti delle minoranze |               |                |           | 100,00%        | 0,00%          | 1         |               |                |            |
| <b>CELEBRITA', ARTI, MEDIA E SPORT</b>                      | <b>0,00%</b>  | <b>100,00%</b> | <b>5</b>  | <b>30,00%</b>  | <b>70,00%</b>  | <b>10</b> | <b>21,21%</b> | <b>78,79%</b>  | <b>33</b>  |
| Arte, tempo libero, cinema, teatro, libri                   | 0,00%         | 100,00%        | 2         | 40,00%         | 60,00%         | 5         | 31,58%        | 68,42%         | 19         |
| Sport   | 0,00%         | 100,00%        | 3         | 20,00%         | 80,00%         | 5         | 7,14%         | 92,86%         | 14         |
| <b>POLITICA E GOVERNO</b>                                   | <b>20,00%</b> | <b>80,00%</b>  | <b>10</b> | <b>0,00%</b>   | <b>100,00%</b> | <b>1</b>  | <b>0,00%</b>  | <b>100,00%</b> | <b>13</b>  |
| Politiche interne e di governo                              | 33,33%        | 66,67%         | 6         |                |                |           | 0,00%         | 100,00%        | 8          |
| Altre questioni politiche e di governo                      |               |                |           |                |                |           | 0,00%         | 100,00%        | 5          |
| Difesa, ordine pubblico, sicurezza                          | 0,00%         | 100,00%        | 1         | 0,00%          | 100,00%        | 1         |               |                |            |
| Politica estera e internazionale                            | 0,00%         | 100,00%        | 2         |                |                |           |               |                |            |
| Donne politiche, donne candidate alle elezioni              | 0,00%         | 100,00%        | 1         |                |                |           |               |                |            |
| <b>ALTRO</b>  |               |                |           | <b>100,00%</b> | <b>0,00%</b>   | <b>1</b>  |               |                |            |
| <b>Totale</b>   | <b>32,61%</b> | <b>67,39%</b>  | <b>46</b> | <b>25,53%</b>  | <b>74,47%</b>  | <b>47</b> | <b>32,64%</b> | <b>67,36%</b>  | <b>144</b> |



### 3.5. L'AMBITO DI COPERTURA DELLE NOTIZIE DI GIORNALISTE E GIORNALISTI

Per quanto riguarda il contesto delle notizie, le giornaliste coprono prevalentemente l'informazione locale, che nel complesso è quella che registra il più elevato numero di servizi (223).

Grafico 13. Distribuzione delle notizie per contesto di copertura del servizio e genere del/la giornalista <sup>42</sup>



<sup>42</sup> Base dati: contesto Locale N=223, contesto Nazionale N=7; contesto Estero o Internazionale N=7.

## 4. PRATICHE GIORNALISTICHE

La terza parte dell'analisi del GMMP è focalizzata su tre indicatori che permettono di valutare quanto l'informazione monitorata sia orientata in modo specifico verso la promozione dell'uguaglianza di genere. I tre indicatori sono costruiti a partire dalle seguenti domande di ricerca:

- la notizia fa riferimento a politiche, norme legislative o altre azioni che, su scala locale, nazionale, internazionale sono volte a promuovere le pari opportunità e più in generale i diritti umani, fra cui i diritti delle donne?
- La notizia riguarda una donna o un gruppo di donne o le donne come gruppo sociale?
- La notizia mette chiaramente in evidenza problemi di disuguaglianza fra donne e uomini?
- La notizia sfida gli stereotipi di genere?

### 4.1. RIFERIMENTI A POLITICHE PER L'UGUAGLIANZA E A PROBLEMI DI DISUGUAGLIANZA DI GENERE

Sulla base di questi indicatori, i risultati ottenuti nel *GLocal* 2020 dimostrano una scarsa propensione dell'informazione locale a farsi promotrice dell'uguaglianza di genere: su 319 notizie solo 2 presentano politiche o norme a favore dell'uguaglianza di genere e per i diritti umani e soltanto 2 mettono in evidenza problemi di disuguaglianza fra donne e uomini, e sono tutte trasmesse da notiziari sardi.

Grafico 14. Notizie che fanno riferimento a politiche per l'uguaglianza di genere e i diritti umani per regione del TG<sup>43</sup>

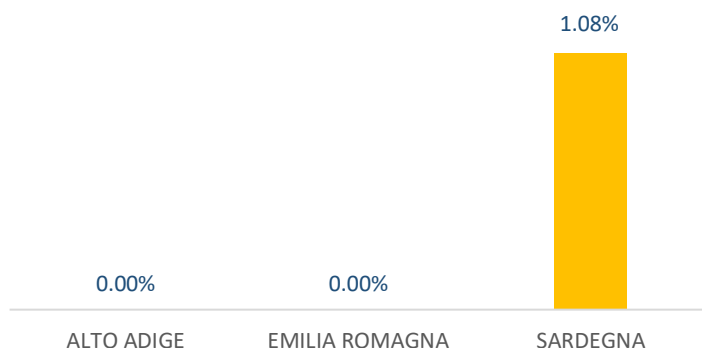
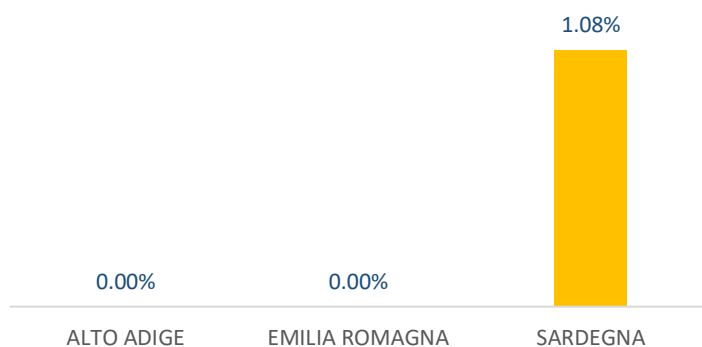


Grafico 15. Notizie che mettono in evidenza disuguaglianze di genere per regione del TG<sup>44</sup>



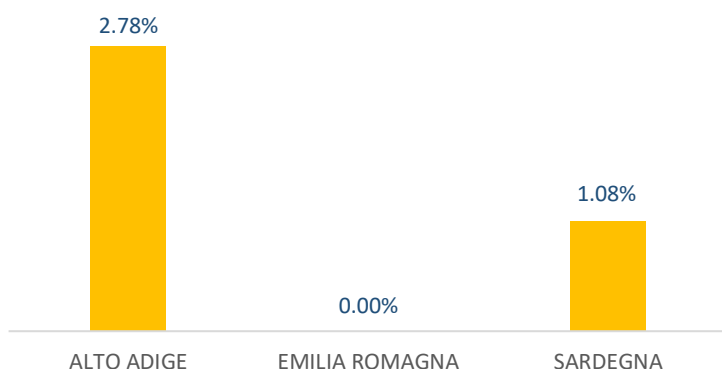
<sup>43</sup> Base dati: Alto Adige N=72; Emilia Romagna N=61; Sardegna N=319.

<sup>44</sup> *Idem.*

## 4.2. SFIDA AGLI STEREOTIPI

La sfida aperta agli stereotipi di genere, ovvero tutti quei pregiudizi sociali che riguardano le attitudini o i comportamenti ritenuti appropriati per le donne, e per gli uomini, in una determinata società, è risultata presente soltanto in 4 notizie, 2 nei notiziari sardi e 2 in quelli alto-atesini.

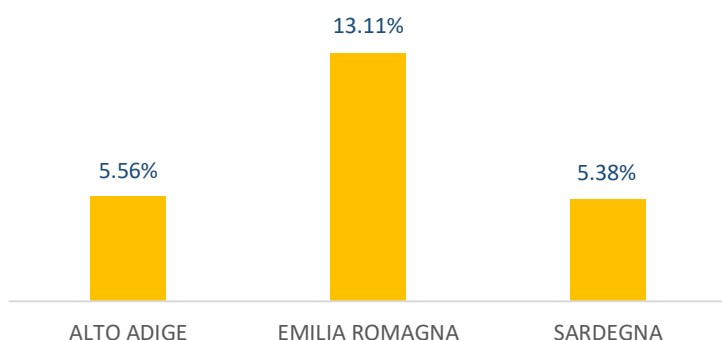
Grafico 16. Notizie che sfidano gli stereotipi di genere per regione del TG<sup>45</sup>



## 4.3. CENTRALITÀ FEMMINILE

Infine, per quanto riguarda la centralità femminile, le notizie focalizzate su una donna o un gruppo di donne sono nel complesso il 6,90% (sul totale N=319), una percentuale superiore al 3% registrato nella precedente edizione del *GLocal*, ma ancora bassa, indicativa di una scarsa attenzione dell'informazione locale a farsi promotrice attiva della visibilità femminile e delle questioni di genere.

Grafico 17. Notizie a centralità femminile per regione del TG<sup>46</sup>



I dati per area geografica territoriale attestano una maggiore centralità femminile nei notiziari dell'Emilia Romagna, ascrivibile tuttavia nel 62,5% dei casi a notizie di criminalità: un risultato che, indipendentemente dal fatto che la centralità sia accordata a donne vittime o carnefici, mostra chiaramente una rappresentazione femminile totalmente sbilanciata, in quanto concentrata nella cronaca nera.

Anche i notiziari dell'Alto Adige evidenziano questa criticità, con il 100% di notizie a centralità femminile nella categoria Criminalità e Violenza. Un maggiore equilibrio si osserva nei TG della Sardegna, dove le donne sono meno spesso centrali, ma lo sono in notizie di diverso genere: Scienza e Salute (60%), Società e Giustizia (20%), Celebrità, arti, media e sport (10%), Economia (10%).

<sup>45</sup> *Idem.*

<sup>46</sup> *Idem.*

## 5. CASI DI STUDIO

Come anticipato nel primo capitolo (par. “Campione e metodologia di analisi”), l’approccio di ricerca del GMMP non è solo di tipo quantitativo, ma anche qualitativo. L’analisi qualitativa è finalizzata a indagare le pratiche giornalistiche in una prospettiva di genere, secondo uno schema standard, denominato GEM, sulla base del quale le notizie che si presentano come casi esemplari di buone vs. cattive pratiche giornalistiche sono classificate come notizie 1. che sfidano gli stereotipi, 2. che presentano un equilibrio nelle fonti o 3. che hanno una specificità di genere, ovvero trattano questioni pertinenti le pari opportunità uomo-donna che rinforzano stereotipi palesi o sottili, o viceversa notizie 1. che rinforzano stereotipi palesi, 2. che veicolano stereotipi sottili o 3. notizie che mancano l’occasione di dare visibilità alla dimensione di genere.

Nel corso del *GLocal 2020* sono state individuate 5 notizie meritevoli di essere segnalate e analizzate da un punto di vista qualitativo. In 4 casi su 5 si tratta di buone pratiche giornalistiche, in un 1 caso si tratta di una cattiva pratica (un’occasione mancata di dare visibilità a una prospettiva di genere), in nessun caso si sono riscontrati esempi di rafforzamento degli stereotipi di genere.

### 5.1. CASO DI STUDIO 1. OCCASIONE MANCATA/GENERE NASCOSTO

**Titolo/ Notizia:** “Ripercussioni del coronavirus sulla disoccupazione”

**Emittente TV/TG:** Rai/TGR Bolzano (edizione delle ore 24:10)

**Contenuto:** la notizia, trasmessa nell’edizione notturna del notiziario regionale Rai, presenta i dati relativi all’aumento della disoccupazione in Alto Adige come ripercussione del coronavirus.

**Analisi:** la breve notizia sull’aumento della disoccupazione in Alto Adige a causa del Covid-19 presenta il numero di disoccupati/e nel mese di agosto 2020, a confronto con lo stesso mese dell’anno precedente (2019), e il mese di maggio dello stesso anno, periodo in cui la disoccupazione ha raggiunto la quota più elevata, a causa della partenza ritardata della stagione turistica. Le immagini ritraggono persone anonime per la strada mentre camminano, evocando il tipico via vai delle località turistiche. A queste si aggiungono un giovane uomo con un grembiule da cameriere che rientra in un locale, due giovani donne dietro al banco di un bar, alle prese con la macchina del caffè, e una donna che apparecchia la tavola di un ristorante. Le donne vengono dunque ritratte in qualità di lavoratrici, in un settore che le vede altamente partecipi. Tuttavia la notizia non parla del diverso impatto del coronavirus sulla disoccupazione femminile e riferisce soltanto dati aggregati per genere, senza distinzione fra disoccupazione femminile e maschile, perdendo così l’occasione di gettare lo sguardo su una questione cruciale come l’impatto della pandemia sulla condizione lavorativa delle donne.

### 5.2. CASO DI STUDIO 2. SFIDA AGLI STEREOTIPI DI GENERE

**Titolo/ Notizia:** “I sintomi dell’influenza nei bambini e il rischio di confusione con il coronavirus”

**Emittente TV/TG:** ORF Südtirol heute 18:30

**Contenuto:** la notizia approfondisce un tema nell’agenda di molti TG del 29 settembre, ovvero la somiglianza dei sintomi del coronavirus con quelli dell’influenza, a cui sono soggetti soprattutto i bambini.

**Analisi:** per affrontare il problema della possibile sovrapposizione sintomatologica fra coronavirus e influenza nei bambini, il servizio utilizza in modo innovativo la selezione delle fonti, in particolare assegnando a un uomo, intervistato in qualità di padre, il ruolo (sociale) di responsabile della cura dei figli e la funzione narrativa di testimone di un’esperienza personale, e a due donne, una medica e l’altra sindacalista, il ruolo

(sociale) di cittadine attive rispettivamente in ambito medico-sanitario e scolastico-lavorativo e la funzione narrativa rispettivamente di esperta e di portavoce. In questo modo, viene rovesciata l'assegnazione stereotipata dei ruoli di genere tipicamente ricorrente nei servizi che mettono in campo fonti diverse con funzioni diverse – tipicamente una donna con una posizione sociale (e non professionale) come narratrice di esperienza personale o testimone o *vox populi* e un professionista maschio, esperto o portavoce.

### 5.3. CASO DI STUDIO 3. SFIDA AGLI STEREOTIPI DI GENERE

**Titolo/ Notizia:** “Primo incontro all'Euract di Bolzano per l'elaborazione del nuovo piano sociale dedicato ad anziani e assistenza”

**Emittente TV/TG:** Rai TGR Bolzano (edizione delle 00:10)

**Contenuto:** la notizia è il reportage del primo degli incontri organizzati all'Euract di Bolzano per la presentazione del nuovo piano sociale provinciale.

**Analisi della notizia:** la notizia rende conto del primo incontro tenutosi all'Euract di Bolzano per presentare il nuovo piano sociale provinciale dedicato ad “anziani e assistenza” e annuncia i futuri incontri dedicati alla tutela dei minori, alle donne e alla famiglia. Le immagini del servizio ritraggono a lungo Michela Trentini, dirigente dell'ente provinciale e direttrice della ripartizione politiche sociali della Provincia, come relatrice sul palco, proponendo così l'immagine di una donna cittadina attiva, in un ruolo fra l'altro apicale, vs. l'immagine della donna nel ruolo sociale di *caregiver*, tipicamente stereotipata in servizi a tema “anziani e assistenza”.

### 5.4. CASO DI STUDIO 4. SPECIFICITÀ DI GENERE/GENERE CONSAPEVOLE

**Titolo/ Notizia:** “Donne con la cinepresa”

**Emittente TV/TG:** Rai TGR Sardegna (edizione delle 19:30)

**Contenuto:** la notizia annuncia l'apertura della rassegna *Elles Tournent. Donne con la macchina da presa*, dedicata alla storia delle donne pioniere del cinema, anticipandone l'inaugurazione prevista per il 2 ottobre alla Cineteca sarda di Cagliari.

**Analisi della notizia:** la notizia è rilevante come scelta di dare visibilità a un evento culturale che è specificamente dedicato al ruolo delle donne nella storia del cinema, in particolare degli anni 10 e 20 del secolo scorso. Questa scelta si sostanzia infatti in una breve notizia sul ruolo delle donne nel cinema muto e, al contempo, dà visibilità al ruolo delle donne esperte di cinema, menzionandole come relatrici degli incontri programmati in rassegna. Come spiega la portavoce della Cineteca sarda intervistata, Marina Mulas, la rassegna *Elles Tournent. Donne con la macchina da presa* è realizzato con la finalità di riscoprire figure fondamentali nel campo della regia, della sceneggiatura e del montaggio del cinema muto e che con l'avvento del sonoro sono state quasi dimenticate. Come spiega la giornalista autrice del servizio, la rassegna oltre alla proiezioni cinematografiche, prevede *masterclass* di regia, sceneggiatura e animazione, nonché incontri con studiose e docenti universitarie (correttamente nominate al femminile), per conoscere la storia e i racconti delle donne.

### 5.5. CASO DI STUDIO 5. SPECIFICITÀ DI GENERE/GENERE CONSAPEVOLE

**Titolo/ Notizia:** “Il progetto europeo dell'Università di Cagliari *Supera*, per il superamento delle disuguaglianze di genere”

**Emittente TV/TG:** Sardegna 1 (TG edizione delle 13:00 e delle 19:00)

**Contenuto:** rubrica di approfondimento del notiziario quotidiano, proposta sia nell'edizione delle 13:00 che in quella delle 19:00, con la partecipazione in studio del coordinatore del progetto europeo dell'Università di Cagliari *Supera*.

**Analisi della notizia:** la notizia è rilevante come scelta di approfondimento dedicata a un progetto per il raggiungimento dell'uguaglianza di genere, ancorché entro un ambito specifico che è quello accademico. All'ospite viene dato adeguato spazio per spiegare il percorso intrapreso all'Università di Cagliari per superare le disuguaglianze di genere interne all'Ateneo: un piano che prevede un pacchetto di azioni che riguardano tutto il personale da quello tecnico-amministrativo, agli/le studenti e docenti, con diverse aree di intervento per rimuovere gli ostacoli alla piena realizzazione delle parità uomo-donna, nei percorsi di carriera, nella ricerca, nella didattica, nella leadership; le iniziative per la rimozione di stereotipi sessisti e per la prevenzione e il contrasto alle molestie sessuali. Lo spazio di approfondimento è dedicato a un progetto specifico, ma dà ampio spazio alle diverse tematiche che riguardano le pari opportunità in modo trasversale a tanti ambiti lavorativi e non, mettendo in evidenza come la persistenza delle disuguaglianze di genere sia un tema molto attuale, che necessita di azioni concrete per essere affrontato.

## SOMMARIO E CONCLUSIONI

In conclusione, il *GLocal* 2020 evidenzia che l'informazione locale, guardata a una prospettiva di genere, presenta zone di luce e zone d'ombra. Per quanto riguarda le persone di cui si parla o che sono intervistate nelle notizie, le donne, con una percentuale di presenza del 24,06%, rimangono marginali, in particolare nelle cosiddette *hard news* di Politica e Governo (18,46%) e di Economia (23,23%), e anche in quelle afferenti alla categoria Celebrità, arti, media e sport (19,49%), che aggrega però due macro-ambiti con caratteristiche differenti: da un lato l'arte e la cultura che favoriscono la visibilità femminile (38,78%), dall'altro lo sport, più esclusivamente maschile (donne 5,88% vs. uomini 94,12%).

Persistono poi alcune asimmetrie di genere nelle funzioni narrative: come evidenziato da tutte le diverse edizioni del GMMP e del *GLocal*, si registrano maggiori equilibri fra i testimoni oculari (donne 62,50%), che sono però molto pochi (8 in tutto) e i narratori di esperienza personale (donne 50%); maggiori squilibri, invece, fra gli "oggetti" della notizia (donne 19,52%) e i portavoce (donne 23,72%), le due funzioni, fra l'altro, più frequenti. Fra gli esperti, le donne sono in minoranza, ma raggiungono una percentuale del 29,03% che è superiore a tutte le precedenti edizioni del GMMP e del *GLocal* attestanti valori inferiori al 20%.

Un risultato positivo, quest'ultimo, soprattutto se letto contestualmente ai dati sulle vittime e i sopravvissuti della cronaca nera, che registrano un'incidenza femminile uguale a quella maschile e mediamente pari al 6%, in controtendenza rispetto alle diverse edizioni del GMMP e del *GLocal*, che attestano tutte una visibilità delle donne in quanto vittime superiore a quella degli uomini. Una maggiore visibilità delle donne come portatrici dell'expertise e della professionalità, fra le fonti dell'informazione, contestuale a una minore visibilità delle donne come vittime, contribuisce infatti a veicolare un'immagine delle donne come cittadine attive, portatrici di sapere e competenza, che controbilancia e sfida lo stereotipo del "sesso debole" inevitabilmente rinforzato dalla visibilità delle donne vittime o sopravvissute di violenza, povertà, malattia, incidenti, etc.

Positivo è anche il risultato sul modo in cui le donne vengono presentate nei notiziari: sebbene più degli uomini vengano presentate sulla base di relazioni affettive e familiari (4,59% vs. 0,41%), nella maggior parte dei casi sono presentate con nome e cognome (79,08%) e con il titolo professionale (71,24%) e nella maggior parte dei casi (85,98%) quando sono presentate con nome, cognome e titolo, quest'ultimo è coerente rispetto al loro genere biologico/sociale.

Per quanto riguarda le giornaliste, i risultati dimostrano che siamo ancora lontani dall'equilibrio di genere stabilito dall'obiettivo j.2 della Piattaforma di Pechino ("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"). Alla conduzione si registra una prevalenza maschile in una proporzione di 2 su 3, simile a quella nei servizi, firmati soltanto nel 31,22% da una giornalista. Le notizie di Politica e Governo sono coperte nella maggior parte dei casi da giornalisti maschi (91,67%), così come quelle di Criminalità e Violenza (81,82%), Celebrità, arti, media e sport (79,17%). Una tendenza verso un equilibrio fra i generi si osserva nelle notizie di Scienza e Salute (il tema dominante nei notiziari monitorati, con una copertura del 28,21% dell'informazione totale), nel 34,33% dei casi presentate da giornaliste, e in quelle di Società e Giustizia (il terzo tema più frequente con una copertura del 16,30%), nel 36,67% dei casi. Una prossimità all'equilibrio di genere si registra soltanto nelle notizie di Economia (secondo tema più frequente con una copertura del 21,32%), nel 44,64% presentate da giornaliste.

L'analisi dei contenuti dei notiziari in una prospettiva di genere rileva una scarsa proattività dell'informazione locale a favore delle pari opportunità e una scarsa attenzione specifica per l'universo femminile: sono poche infatti le notizie che fanno riferimento a politiche, norme o altre azioni per l'uguaglianza di genere o che mettono in evidenza problemi di disuguaglianza o che sfidano gli stereotipi di genere e poche

le notizie focalizzate su una donna, un gruppo di donne o le donne come gruppo sociale (6,90%). Tuttavia non sono state rilevate nemmeno notizie con elementi di criticità, quali il rinforzo palese o sottile di stereotipi di genere, come dimostrano i risultati dell'analisi qualitativa dalla quale emergono prevalentemente buone pratiche giornalistiche.

Infine, una considerazione merita la comparazione fra le tre diverse realtà locali considerate. I risultati esposti nel presente rapporto di ricerca mettono in evidenza differenze rilevanti fra i notiziari trasmessi in Alto Adige, in Emilia Romagna e in Sardegna. I notiziari sardi mostrano dati in linea con i risultati complessivi, poiché 20 su 33 TG campione sono trasmessi in Sardegna e questo incide sul risultato finale. I notiziari dell'Emilia Romagna sono quelli che maggiormente si discostano dai risultati complessivi, evidenziando maggiori criticità, a vari livelli; tuttavia occorre tenere presente che le testate giornalistiche emiliano-romagnole monitorate sono soltanto due e quindi i risultati del *GLocaI* per l'Emilia Romagna non possono considerarsi rappresentativi di tutta l'informazione televisiva regionale. Lo stesso si può dire l'Alto Adige, di cui sono state monitorate tre testate giornalistiche, che non possono considerarsi rappresentative per l'intera offerta televisiva locale, sebbene si tratti delle principali emittenti locali, e comunque presentano un profilo complessivamente più in linea con i risultati complessivi, in taluni casi migliorativo.



La ricerca è stata realizzata dalle ricercatrici dell'Osservatorio di Pavia Ludovica Cassetta e Gloria Coscia. Il rapporto di ricerca è stato scritto da Monia Azzalini.

