

**Genere e identità di genere, orientamento sessuale ed affettivo,
età e generazioni, (dis)abilità, etnia**

DIVERSITY MEDIA AWARDS 2019 DIVERSITÀ & INCLUSIONE NEI MEDIA ITALIANI

***Nomination e report annuale sulla rappresentazione della diversità nei media italiani, condotta da
Diversity con Osservatorio di Pavia e un pool di docenti delle principali università italiane***

Milano, 16 aprile 2019 - Giungono alla quarta edizione i **Diversity Media Awards**, l'iniziativa ideata e promossa da **Diversity**, no-profit fondata e presieduta da Francesca Vecchioni, che ogni anno presenta il **Diversity Media Report**: l'unica ricerca in Italia che rileva e premia i contenuti mediali e i personaggi che **valorizzano i temi della diversità nell'informazione** (a cura dell'Osservatorio di Pavia) e nell'**intrattenimento** (a cura del comitato scientifico Diversity).

Nati nel 2016 come riconoscimento dedicato alla rappresentazione nei media di persone e temi LGBT+, da quest'anno i **Diversity Media Awards** si estendono alla rappresentazione della diversità nelle aree **genere e identità di genere, orientamento sessuale ed affettivo, etnia, età e generazioni, (dis)abilità**. Un lavoro di ricerca e valutazione che coinvolge Diversity tutto l'anno e che trova la sintesi nella serata di gala con *charity dinner* del **28 maggio 2019** all'Alcatraz di **Milano** - diffusa in **diretta streaming** (TRULive) - durante la quale saranno consegnati i riconoscimenti ai vincitori e alle vincitrici.

*"Chi fa comunicazione - dichiara **Francesca Vecchioni** - ha una grandissima responsabilità perché contribuisce a costruire il nostro immaginario collettivo. Saper rappresentare e dar voce a tutte le persone serve a ridurre la distanza tra noi e gli altri ed è il presupposto essenziale per la crescita e il benessere di tutta la società. Una rappresentazione inclusiva, non solo rispetta la reale composizione sociale, ma fa emergere le differenze promuovendo la conoscenza e contribuendo così a ridurre i pregiudizi".*

Dall'analisi di quest'anno emerge come **la rappresentazione della diversità cambi notevolmente** se si considerano i **prodotti di intrattenimento** (serie TV, film, programmi radio e tv, pubblicità e prodotti digitali) o **l'informazione** (principali Tg).

Dalle notizie dei maggiori Tg italiani del 2018, spiccano come temi più visibili **età e generazioni, etnia, genere e identità di genere**, l'informazione dimentica, invece, di parlare di **(dis)abilità** e **orientamento sessuale e affettivo**.

Molto diverso ciò che accade nei prodotti **d'intrattenimento**, dove a farla da padrone sono i temi di **genere e identità di genere** e **(dis)abilità** mentre è **l'etnia** la grande assente.

Queste le evidenze emerse dalla Ricerca.

Diversity Media Report / Informazione

Su **49.536** notizie analizzate dall'**Osservatorio di Pavia**, con il coordinamento di **Monia Azzalini**, Responsabile genere e media, **5.355** pari al **10,8% del totale, riguardano l'età**, focalizzandosi per la quasi totalità su **bambine/i e giovani (84,5%)** molto meno su **anziani (16,3%)**. Nella maggioranza delle notizie appaiono come protagonisti di episodi di **criminalità o violenza (43,3%)** o di **cronaca** (incidenti, scomparse, **13,9%**), e, nel caso di giovani e giovanissimi/e, nella doppia veste di responsabili o vittime di atti di bullismo, aggressioni a insegnanti, associazione in "baby gang".

Anche i **temi di genere e identità di genere** sono frequentemente citati (**4.043** notizie pari all'**8,2%**), centrali soprattutto in notizie di **criminalità (62,6%)**: nel **39,6%** dei casi **violenze contro le donne** come molestie, stupri, femminicidio.

L'orientamento sessuale e affettivo – per quanto pochissimo rappresentato (**121** notizie pari allo **0,2%**) - è raramente una connotazione identitaria di persone al centro di episodi di **criminalità (14,9%)** e più

frequentemente un **tema sociale (54,5%)**, in particolare un tema di famiglia (**29,8%**), più specificatamente di **genitorialità**, al centro anche del dibattito politico. Un risultato quest'ultimo certamente positivo poiché indica - come già emerso lo scorso anno - una continua, seppure sottile, linea di attenzione dell'informazione italiana sulla questione che costituisce il più ampio vuoto normativo della legge sulle unioni civili.

Diversity Media Report / Intrattenimento

Nei prodotti di intrattenimento la diversità è stata raccontata in maniera molto differente rispetto all'informazione. **Il tema prevalente del 2018 è il genere** con una particolare attenzione alla **consapevolezza femminile** e alle **relazioni famigliari**.

Le donne non vengono più raccontate ma si raccontano sia nei programmi Tv (**La TV delle Ragazze, Love me Gender**) che nelle serie TV (**L'Amica Geniale, La fantastica signora Maisel, The Handmaid's Tale, Élite, Le terrificanti avventure di Sabrina**) e, anche se meno, sono presenti come voci narranti e percorsi esemplari di consapevolezza sia al cinema che nelle campagne pubblicitarie (**Zen sul ghiaccio sottile**, la campagna **Domani è una figata di Sorgenia**).

Le tematiche trattate però ruotano intorno ai rapporti personali/affettivi e faticano ad evolversi verso una rappresentazione sociale inclusiva che consideri maggiormente temi come il lavoro, il gender gap, le competenze. E gli **uomini**? In realtà sono molto presenti, proprio in funzione di questo sguardo femminile infatti il genere maschile si ritrova nelle **relazioni affettive e famigliari (C'è Posta per te, È arrivata la felicità, Butterfly)**, anche con l'inserimento di riflessioni legate al **tema dell'età** e del **confronto generazionale (Ella & John, Non ho l'età, In viaggio con Adele, Siamo fatti per cambiare di Ikea)**. Gli uomini sono raccontati nella loro **affettività** anche quando si affronta il tema dell'orientamento sessuale (**Euforia, Puoi baciare lo sposo, This is Us**) senza più paura di parlare d'amore.

I temi **disagio mentale e (dis)abilità** emergono con l'evidente impegno al superamento dello stigma soprattutto al cinema, offrendo spazio alla riflessione e permettendo di delineare i personaggi oltre la disabilità, e senza pietismo (**In viaggio con Adele, Ella & John, Be Kind, Ballando con le Stelle**).

Infine il tema **più trascurato** dall'intrattenimento è quello **etnico**, che ritroviamo non stereotipato in pochissimi prodotti televisivi italiani (**Programma Italia, Nero a metà**), e in alcune campagne pubblicitarie (**Normal di RTL 102.5, Brilliance for all di Swarovski**) evidenziando come nel nostro paese ci sia ancora molta strada da fare per arrivare a raccontare i temi e le persone oltre i pregiudizi.

I **Diversity Media Awards** saranno consegnati nel corso di uno **show con charity dinner** condotto da **Fabio Canino**, anche direttore artistico, e **Melissa Greta Marchetto**. L'edizione dei **Diversity Media Awards 2019** sceglie di essere una **human rapsody**, un racconto composito e armonico della realtà che si costruisce col contributo di storie e personaggi eterogenei, esponenti del mondo della società civile, dello spettacolo, della comunicazione, della cultura, dello sport, delle imprese, delle istituzioni.

Sul palco - ad aprire lo show e ad accompagnarlo in vari momenti - **l'Ensemble ambrosiano**, un coro di 80 elementi, perfettamente rappresentativo dell'idea di diversità e inclusione che l'evento vuole diffondere. Inviata speciale di questa edizione **Federica Cacciola**, alias **Martina Dell'Ombra**, che porterà il suo punto di vista ironico e pungente sui temi della diversità.

È aperto il voting online delle nomination. Da oggi fino al **26 maggio** chiunque potrà votare su www.diversitylab.it nelle seguenti categorie: **Miglior Film, Miglior Serie TV Italiana, Miglior Serie TV Straniera, Miglior Programma TV, Miglior Programma Radio, Miglior Campagna Pubblicitaria, Personaggio dell'anno, Influencer dell'anno, Miglior prodotto digitale**.

Durante la serata saranno attribuiti anche i riconoscimenti all'informazione: **Miglior TG, Miglior Articolo Stampa Quotidiani, Miglior Articolo Stampa Periodici, Miglior Articolo Stampa Web**.

Come già lo scorso anno, **Diversity** metterà a disposizione di chiunque il segnale e la serata sarà diffusa in diretta streaming **TRULive** (Trasmissione a Rete Unificata) da tutti coloro che decideranno di trasmetterla dai propri canali digitali: media, aziende, organizzazioni, singole persone, comunità.

Diversity Media Awards è un progetto di ricerca e comunicazione con un'evidente finalità sociale, e quest'anno **Diversity** ha deciso di lanciare un **crowdfunding** attraverso la piattaforma online *Produzioni dal Basso*, in modo da offrire a tutte e tutti l'opportunità di contribuire attivamente al progetto sostenendolo. Chiunque può partecipare cliccando su

www.produzionidalbasso.com/projects/diversity-media-awards-un-premio-per-l-inclusione

Dal 2013, anno della fondazione, **Diversity** è impegnata in un'opera di disseminazione della cultura D&I, favorendo una visione del mondo che consideri la molteplicità e le differenze come valori e risorse preziose per le persone e le organizzazioni. I **DMA** assumono, dunque, una doppia valenza: da una parte promuovono la mappatura delle "buone pratiche" e degli esempi di una rispettosa rappresentazione delle persone e dei temi D&I nei media; dall'altra contribuiscono a tracciare linee guida, a generare un cambiamento verso l'inclusione, a fare la differenza.

Molte le istituzioni, le aziende e i partner che hanno scelto e scelgono di essere a fianco di Diversity. Dai patrocini di **Commissione Europea, Ambasciata del Canada, Comitato Interministeriale Per I Diritti Umani** e la collaborazione con **l'Osservatorio di Pavia** al supporto di **Google, Eidoo, Carrefour, Jack Daniel's, Lierac, PHD, YAM 112003, Esther Burton e Carpeneta**.

La serata finale è, inoltre, un'opportunità per i brand sensibili alle tematiche dell'inclusione di sostenere il progetto, partecipando all'iniziativa.

COMITATO SCIENTIFICO

Roberto Baiocco - *Università Sapienza di Roma*

Sandro Castaldo - *Università Commerciale Luigi Bocconi di Milano*

Fabio Corbisiero - *Università Federico II di Napoli*

Fiorenza Deriu - *Università Sapienza di Roma*

Luca Rollè - *Università degli Studi di Torino*

Alexander Schuster - *Università degli Studi di Trento*

Paolo Valerio - *Università Federico II di Napoli*

Nicla Vassallo - *Università degli Studi di Genova*

Tiziana Vettor - *Università degli Studi di Milano Bicocca*

Informazioni stampa

MONGINI COMUNICAZIONE

Giulia Maiocchi

gmaiocchi@monginicomunicazione.com | +39 345 0116893 Tutti i materiali stampa sono disponibili online su www.diversitylab.it