

COMUNICATO STAMPA
8 maggio 2013

CHI FA (LA) NOTIZIA IN EUROPA?

Risultati dell'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere (OERG)
Anno 2012

Le giornaliste sugli schermi delle TV europee sono diventate piuttosto numerose, ma solo in Spagna comincia a intravedersi l'atteso effetto della 'massa critica'.

Nelle notizie dei TG europei le donne continuano in un modo o nell'altro a essere 'mal ridotte'.

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

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

In tutti i casi, a far notizia sono soprattutto le donne giovani. Fra gli under 18, le donne ottengono una rappresentanza pari al 45%, nella fascia fra i 19 e i 34 anni registrano una presenza del 44%. Viceversa fra gli over 50 sono meno di una ogni quattro uomini: il 19% nella fascia 50-64 e il 17% fra gli over 64.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Nota metodologica

I risultati della ricerca si basano sul II anno di monitoraggio dell'OERG, l'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere, avviato il 17 gennaio 2011 dall' di Pavia, sul modello del *Global Media Monitoring Project*.

La ricerca ha considerato i dati relativi ai TG trasmessi in prima serata dalle due principali TV (la prima TV pubblica e la prima TV privata per rilevanza nel sistema media di ogni paese e per ascolti) di Francia, Germania, Inghilterra, Italia e Spagna: France 2 e TF 1, Ard e RTL, BBC One e ITV 1, Rai Uno e Canale 5, TVE e Telecinco.

Per ogni testata giornalistica sono state analizzate 12 edizioni campione, una al mese, ruotando di volta in volta il giorno della settimana.

La ricerca ha indagato: chi fa notizia nei TG (persone di cui si parla e/o intervistate), chi dà e fa le notizie nei TG (conduttrici e conduttori, giornalisti e giornaliste autrici di servizi e/o corrispondenti), come sono fatte le notizie dei TG, in una prospettiva di genere.

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

L'OERG (OSSERVATORIO EUROPEO SULLE RAPPRESENTAZIONI DI GENERE)

Il 17 gennaio 2011 l'**Osservatorio di Pavia** ha avviato l'**Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere**, femminile e maschile, in TV: un monitoraggio permanente sulla visibilità delle donne e degli uomini in 15 testate giornalistiche di Italia, Francia, Germania, Inghilterra e Spagna.

Nato sul modello del *Global Media Monitoring Project*, questo monitoraggio ha rilevato la quota di donne presenti nell'informazione dei telegiornali, come persone capaci di fare notizia e come giornaliste, nonché il loro ruolo e le loro caratteristiche socio-demografiche.

Dentro le notizie, ha individuato stereotipi, ma anche la capacità di sfidarli, così come notizie *gender oriented*, capaci di portare nell'informazione quotidiana questioni e prospettive di genere.

La dimensione del campione ha consentito di confrontare il *gender setting* dei notiziari italiani con quello dei principali telegiornali europei, pubblici e privati, in una prospettiva più ampia e anche più efficace, dal punto di vista euristico, rispetto alle ricerche e ai monitoraggi realizzati finora in Italia.

Il modello del GMMP: il *Global Media Monitoring Project* è il più vasto studio a livello internazionale sulla rappresentazione di genere nell'informazione di tutto il mondo e anche un'iniziativa volta a promuovere un cambiamento nella rappresentazione mediatica dell'universo femminile. Nato nel 1995, in occasione della IV Conferenza Mondiale sulle Donne a Pechino, il progetto si collega direttamente agli obiettivi J1 e J2 della Piattaforma di Azione approvata in quell'occasione dall'ONU: 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; promuovere una rappresentazione bilanciata e non stereotipata delle donne nei media. Il progetto è stato promosso, sin dalla sua nascita, dalla *World Association for Christian Communication* (WACC), in collaborazione con *Media Monitoring Africa*, da quest'anno con il sostegno e il patrocinio di UNIFEM. In Italia, hanno coordinato il GMMP nazionale 2010 Monia Azzalini (Osservatorio di Pavia) e Claudia Padovani (Università di Padova). Info: www.whomakesthenews.org.

Obiettivi: rilevazione e analisi delle rappresentazioni di genere, femminile e maschile, nei notiziari delle principali TV pubbliche e private di 5 paesi europei (Francia, Germania, Inghilterra, Italia e Spagna), con particolare attenzione a tre aspetti:

1. chi fa notizia (le persone di cui si parla o che vengono intervistate);
2. chi dà e chi fa le notizie (giornaliste e giornalisti "visibili" da una prospettiva di analisi dell'offerta televisiva, loro ruoli e caratteristiche);
3. come si caratterizzano le notizie rispetto a
 - 3.1 la copertura di politiche e/o normative di genere,
 - 3.2 la messa in evidenza di questioni di uguaglianza/disuguaglianza di genere,
 - 3.3 la focalizzazione su soggetti o questioni femminili,
 - 3.4 gli stereotipi di genere.

Campione di analisi: TG trasmessi in prima serata da Rai Uno, Rai Due, Rai Tre, Rete 4, Canale 5, Italia 1, La7 (per l'Italia), TF1 e France 2 (per la Francia), Ard e RTL (per la Germania), BBC 1 e ITV (per l'Inghilterra), TVE e Telecinco (per la Spagna). Per il confronto europeo sono stati esclusi i TG di Rai Due, Rai Tre, Rete 4, Italia 1, La7.

Ogni mese è stata scelta una giornata campione, per un totale di 12 giornate all'anno.

Metodologia: analisi quantitativa e qualitativa, secondo la griglia di analisi del GMMP, con l'approfondimento di eventuali notizie e/o servizi ritenuti utili casi di studio.

Sede: l'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere è attivato presso la C.A.R.E.S. srl – Osservatorio di Pavia Media Research, Via Roma, 10 – 27100 Pavia, Italia. www.osservatorio.it

Responsabile: Monia Azzalini (mazzalini@osservatorio.it).