

COMUNICATO STAMPA

14 maggio 2014

CHI FA (LA) NOTIZIA IN EUROPA?

Risultati dell'Osservatorio Europeo sulle Rappresentazioni di Genere (OERG)
Anno 2013

Per il terzo anno consecutivo l'Osservatorio di Pavia ha monitorato la rappresentanza e la rappresentazione delle donne nei principali notiziari pubblici e privati di 5 paesi europei: Francia, Germania, Inghilterra, Italia e Spagna, registrando qualche progresso, ma ancora poco significativo.

Come nel 2012, a far notizia nei TG europei sono soprattutto gli uomini: 3689 su 5410 soggetti rilevati. Le donne sono circa un terzo delle persone di cui si parla e/o intervistate: il 32%, in crescita di 3 punti percentuali rispetto al 2012.

A registrare un aumento significativo sono i TG inglesi e tedeschi che passano rispettivamente dal 23% e 22% al 30%. I notiziari di Francia e Spagna, già sopra la media negli anni precedenti, rimangono sostanzialmente stabili con il 33% e il 36% di visibilità femminile nelle notizie. I notiziari italiani continuano a essere i più sbilanciati, registrando una percentuale femminile del 25% (un punto in più rispetto al 2012), a fronte di una quota di giornaliste superiore al 50%.

In tutti i casi, a far notizia sono soprattutto le donne giovani. Fra gli under 18, le donne ottengono una rappresentanza pari al 52%, nella fascia fra i 19 e i 34 anni registrano una presenza del 43%. Viceversa fra gli over 50 la proporzione è di una donna ogni quattro uomini: il 23% nella fascia 50-64 e il 26% fra gli over 64.

Le donne sono pressoché invisibili nelle notizie sportive, solo l'11%, e poco presenti nell'informazione politica, con una rappresentanza del 23%, un valore medio fra il 29% dei notiziari spagnoli e le percentuali significativamente più basse degli altri notiziari: il 17% dei notiziari inglesi, il 18% di quelli francesi, il 20% di quelli italiani e il 21% di quelli tedeschi.

Nonostante un significativo aumento delle donne protagoniste delle notizie, che passano da una quota del 20% del 2012 al 28% del 2013, tutte le testate giornalistiche continuano a evidenziare una forte dicotomia fra ruoli comuni e anonimi, maggiormente rappresentati dalle donne, e ruoli autorevoli, prestigiosi, correlati all'esercizio di una specifica professione, perlopiù rappresentati dagli uomini: le donne sono il 51% fra le persone interpellate come voce dell'opinione popolare, il 45% dei narratori di esperienze personali e il 42% dei testimoni di eventi; mentre sono soltanto il 21% sia fra gli esperti/opinionisti sia fra i portavoce di associazioni, enti, istituzioni, partiti.

I professionisti che popolano più spesso i TG europei sono prevalentemente politici o imprenditori/dirigenti di sesso maschile: fra i 1113 politici registrati le donne sono solo il 19% e fra i 347 imprenditori/dirigenti/economisti il 13%.

Le donne ottengono viceversa una rappresentanza elevata fra le numerose persone oggetto o fonte di notizia per via della loro posizione sociale (per esempio, sono il 49% degli 823 “abitanti di paese” registrati) oppure fra le persone di cui non viene citata né una professione né una posizione sociale (in tutto 523), perché irrilevante ai fini delle notizie, nel 52% dei casi di sesso femminile. Ciò può accadere quando le donne sono interpellate come fonti di opinione popolare, oppure quando sono newsmaker in quanto vittime: entrambi casi molto frequenti.

Le donne che hanno fatto notizia come vittime nei TG monitorati nel 2013 sono 159, ben il 9% del campione (contro il 4% degli uomini): 17% (vs il 7% degli uomini) nei TG inglesi, 16% (vs il 7% degli uomini) in quelli italiani, 12% (vs il 3% degli uomini) nei TG francesi, 7% (vs il 4% degli uomini) in quelli tedeschi e 3% (vs l'1% degli uomini) nei notiziari spagnoli.

Sul fronte del chi fa o dà le notizie, donne e uomini registrano condizioni prossime fra loro in quasi tutti i TG, tranne in quelli della tedesca Ard e delle inglesi BBC 1 e ITV1, che continuano a essere sotto questo profilo molto maschili.

Nel 48% dei casi i TG sono condotti da donne. Anche le giornaliste corrispondenti e/o autrici di servizi sono numerose: mediamente il 51%, con discostamenti significativi fra paesi e, in taluni casi, fra emittenti pubbliche e private. Le notizie dei TG spagnoli sono a cura di giornaliste nel 61% dei casi, quelli italiani nel 54% dei casi, quelli francesi nel 47% dei casi, quelli tedeschi e inglesi rispettivamente nel 36% e 27% dei casi. Mentre nel caso di Spagna, Italia e Francia le giornaliste sono numerose sia nei TG pubblici che in quelli privati, per Germania e Inghilterra si registrano significative differenze fra la TV pubblica e quella privata: solo il 19% sono le giornaliste di Ard, contro il 49% di RTL; solo il 24% le giornaliste di BBC1 vs il 31% delle colleghe di ITV1.

Nota metodologica

I risultati della ricerca si basano sul III 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 1 e ITV 1, Rai 1 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.

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).