

PARITÀ DI GENERE

Media ancora maschili

La situazione migliora ma lentamente. E la pandemia ha portato a qualche passo indietro.

Red

67 anni: tanto bisognerà aspettare, al ritmo attuale rilevato dal Global Media Monitoring Project, perché nei media tradizionali si raggiunga la parità di genere. In poche parole: la situazione, rispetto all'ultimo rapporto del 2015 – lo studio viene effettuato ogni cinque anni dal 1995 – è migliorata, ma troppo lentamente e con alcuni preoccupanti passi indietro legati alla pandemia.

Realizzata dalla World Association for Christian Communication, la ricerca esamina la copertura mediatica da una prospettiva di genere: per il rapporto 2020 sono stati presi in considerazione oltre 30mila contenuti pubblicati sui giornali, trasmessi alla radio e alla televisione e diffusi online su web e Twitter dalle testate, analizzando se l'autore è un uomo o una donna, l'argomento, se sono menzionate donne e con quale ruolo.

2020, l'anno della pandemia

Il 2020 è stato l'anno della pandemia: circa un quarto dei contenuti pubblicati o trasmessi aveva come tema il coronavirus. Per una maggiore continuità con le precedenti edizioni dello studio, il rapporto ha tuttavia evitato di introdurre una nuova categoria di argomenti, distribuendo le notizie sulla pandemia tra quelle esistenti (scienza e salute, società, crimine e violenza, cultura spettacoli e sport, economia, politica). E restando all'interno di questa griglia non mancano le sorprese: mentre il tema scienza e salute ha avuto un importante balzo in termini di visibilità – i contenuti sono quasi raddoppiati – e di importanza, la voce delle donne è calata, passando dal 35 per cento del 2015 al 30 del 2020. L'impressione è che quando un tema diventa importante, il punto di vista femminile diventa automaticamente meno interessante. Passo indietro anche per le notizie legate al crimine e violenza, inclusa la violenza di genere che viene raccontata prevalentemente dal punto di vista dell'uomo, circostanza che “segnala un grave deficit di responsabilità dei media nei confronti delle donne”, si legge nel rapporto. Questo è particolarmente vero per la carta stampata. Dal 70 al 90 per cento dei contenuti su molestie e violenze sessuali rafforza o comunque non mette in discussione gli stereotipi di genere. Nonostante si registri un importante aumento di donne interpellate in qualità di esperte – dal 19 al

24 per cento negli ultimi cinque anni –, in generale la presenza delle donne rispecchia i pregiudizi di genere che vedono le donne più “adatte” a temi quali la socialità e la cura. Da notare che su dieci persone citate senza specificare il lavoro, quasi sette sono donne.

Miglioramento per quanto riguarda la produzione di contenuti: le giornaliste sono complessivamente il 40 per cento, con interessanti differenze tra i vari media – con radio e giornali più indietro delle controparti digitali e della televisione – e tra i temi, con poche donne a occuparsi di politica e criminalità.

Ticino indietro rispetto al resto della Svizzera

Il Global Media Monitoring Project ha coinvolto 116 gruppi di lavoro in tutto il mondo. Partner per la Svizzera, la Conferenza svizzera delle/dei delegate/i alla parità (Csp) che ha presentato il rapporto nazionale i cui dati non si discostano molto da quelli globali.

Le donne rappresentano solo il 28 per cento delle persone menzionate nella copertura mediatica svizzera, con un leggero miglioramento rispetto al 2015. In particolare le donne sono sottorappresentate in settori come l'economia (25%) e la politica (23%), mentre sono più facilmente presenti in contenuti le-

gati alla cultura e all'intrattenimento (38%). Le donne sono perlopiù sentite in qualità di testimoni oculari o di opinioniste: se serve l'opinione di una persona esperta, nell'80 per cento dei casi questa sarà un uomo.

Per quanto riguarda le redazioni radiofoniche e televisive, le donne sono circa il 40 per cento ma sono più spesso moderatrici (53-54 per cento) che reporter (35-37 per cento).

Nel rapporto emergono inoltre differenze tra le regioni linguistiche: il Ticino è il fanalino di coda con una quota di donne del 21,5 per cento, contro il 29,1 della Svizzera tedesca e il 27,8 della Svizzera francese. Dati in linea con lo studio effettuato dalla Supsi

sulle trasmissioni Rsi diffuse tra ottobre e dicembre 2019 che ha registrato il 35,3 per cento di conduzioni femminili e il 36,6 per cento di ospiti all'interno dei programmi.

La Csp ha commentato con preoccupazione questi risultati: i progressi sono lenti e non riducono “il trattamento stereotipato di uomini e donne nei prodotti e servizi mediatici”. Per questo sono state formulate alcune raccomandazioni, sia in relazione alla sensibilizzazione e formazione del personale dei media che per intervenire a livello della politica del personale dei mezzi di informazione, “con l'obiettivo di favorire una produzione mediatica più diversificata, vicina alla realtà e meno discriminante”.