

Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni

ORA

**UN OSSERVATORIO SUI TEMI  
DELLE **DISCRIMINAZIONI**  
NELL'INFORMAZIONE  
LOCALE DEL PIEMONTE**



Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni



**UN OSSERVATORIO SUI TEMI  
DELLE **DISCRIMINAZIONI**  
NELL'INFORMAZIONE  
LOCALE DEL PIEMONTE**



La ricerca è stata realizzata a partire da un finanziamento stabilito da un accordo ufficiale tra Il Dipartimento di Culture, Politica e Società e la Regione Piemonte del 19/11/2021 per un'attività di ricerca scientifica sul tema della rappresentazione di genere e dell'abilismo nell'informazione locale.

ISBN: 9788875902438

Progetto grafico a cura di Sabrina Gatto

Desidero esprimere un grande apprezzamento per il lavoro che l'Associazione GiULiA (Giornaliste Unite Libere Autonome), in collaborazione con l'Università degli Studi di Torino e grazie al supporto della Regione Piemonte, ha realizzato su un tema così importante come quello delle pari opportunità. La nostra è una regione che ha dato un contributo importante alla lotta nel nostro Paese per l'affermazione della libertà, dell'uguaglianza. E gli aspetti che la vostra ricerca analizza e approfondisce hanno a che fare pienamente con il tema del rispetto dei diritti.

Un'indagine utile, non solo perché ci restituisce una fotografia di quelle che - anche in una regione come il Piemonte - sono ancora le zone d'ombra di discriminazione persistenti all'interno della comunicazione che riguarda in particolare la disabilità e il ruolo della donna nella nostra società, ma anche per aiutarci a impostare l'agire e le nostre politiche future per fare in modo che questo non continui ad accadere.

Con questo spirito quindi continueremo a lavorare, anche grazie al vostro aiuto, per attuare quei correttivi ancora necessari affinché la parità sia davvero reale ed effettiva, in ogni aspetto della nostra vita e della nostra società.

**Alberto Cirio**

*Presidente della Regione Piemonte*



# INDICE

<b>Era ORA!</b> Marinella Belluati e Stefanella Campana .....	09
<b>Quanta strada resta ancORA da fare</b> Stefano Tallia .....	13
<b>AncORA stereotipi e cultura sessista nei mass media</b> Silvia Garbarino .....	15
<b>Qui e ORA. I nove mesi di ricerca dell'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni sull'informazione locale in Piemonte</b> .....	17
<b>Il disegno della ricerca</b> .....	19
Intervista a Pierluigi Ubezio .....	22
<b>La struttura dell'informazione: tanti Piemonti</b> .....	23
Intervista a Barbara Pasqua .....	33
<b>I contenuti dell'informazione</b> .....	35
Intervista a Carola Messina .....	43
Intervista a Fabrizio Vespa .....	48
<b>Le persone nelle notizie</b> .....	51
Intervista a Paola Molino .....	56
<b>Linguaggio e discriminazione</b> .....	59
Intervista a Pasquale Quaranta .....	63
Intervista a Piera Savio.....	66
<b>E poi ci sono i social</b> .....	67
<b>Al giornalismo responsabile serve ORA un cambiamento culturale</b> di Mimma Caligaris .....	73
<b>ORA. Un osservatorio condiviso per unire, capire e suggerire strade</b> di Silvia Garambois .....	77
<b>Il legame di ORA con il contesto internazionale</b> di Claudia Padovani .....	81
<b>ORA è un progetto di...</b> .....	87
<b>Il team di ORA</b> .....	89



Che ruolo hanno i media locali nel rappresentare le differenti identità presenti sul territorio? L'informazione locale adotta approcci e linguaggi corretti nel trattare le diversità oppure riproduce stereotipi e logiche escludenti che alimentano forme di discriminazione? La realtà delle donne e delle persone disabili trova una rappresentazione adeguata e attenta nell'informazione locale del Piemonte? In questo scenario è nata l'iniziativa congiunta di ORA (Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni), una proposta fortemente voluta dall'associazione GiULiA Giornaliste, gruppo del Piemonte, eseguita insieme al Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino grazie al sostegno della Regione Piemonte. Tra il 1 luglio 2021 e il 31 marzo 2022 è stata realizzata una ricerca impegnativa, unica nel suo genere, in grado di dare risposte aggiornate e scientificamente valide. Il lavoro ha interessato diciannove testate locali e i servizi del TGR Piemonte di cui sono state lette e codificate ben 9.952 notizie, tra articoli e servizi, precisamente 7.526 sul genere e 2.426 sulle disabilità. La scelta dei due macro-temi è stata l'incontro di due diverse sensibilità che in parte si intersecano. Da un lato la difesa dell'immagine corretta della donna nella sua rappresentazione mediatica e contro le discriminazioni nel giornalismo sono il fondamento dell'impegno civile di GiULiA. Dall'altro la Regione è interessata a cogliere le congiunzioni che ci possono essere con il tema dell'abilismo e le disuguaglianze. Entrambi i temi sono una *mission* della ricerca scientifica e sono anche tra quelli indicati dal Trattato per il Funzionamento dell'Unione Europea all'articolo 19 come ambiti di interesse pubblico per la riduzione delle disuguaglianze.

La scelta del periodo è stata molto ponderata. Oltre a comprendere le diverse giornate di sensibilizzazione sui temi del genere e della disabilità, occasione di discorso pubblico ormai entrata nell'agenda dei media, ha permesso di inserire anche le elezioni amministrative a Torino, Novara e altri 151 Comuni del Piemonte. Se il primo punto è importante perché rappresenta un'occasione simbolica per parlare di diversità e di inclusione, il secondo lo è altrettanto dal nostro punto di vista. È noto, infatti, che lo spazio della politica viene spesso indicato come lo scenario dove è possibile operare un cambiamento sostanziale e culturale per fare maturare opportunità di inclusione sociale. In entrambi i casi l'informazione, ma quella locale ancora di più, ha un ruolo fondamentale nel rappresentare la società reale, dove le donne sono più della metà della popolazione e non sono tuttora entrate a pieno titolo in tutti i settori della sfera pubblica e la disabilità rappresenta un tema ancora difficile da affrontare. Una ricerca su come le comunità parlano attraverso la propria informazione di prossimità delle pari opportunità è parsa, dunque, un'iniziativa utile a capire meglio il potenziale di rappresentazione di questi temi a livello locale e la presenza del criterio di intersezionalità utile a far maturare una visione avanzata del territorio.

Oltre al lavoro di ricerca e di restituzione dei risultati, l'obiettivo finale è la volontà di costituire, in merito a tali temi, un osservatorio di monitoraggio permanente dell'informazione locale. ORA vuole essere da stimolo a questo processo nel promuovere un'informazione corretta sul territorio regionale e nel diventare una "sentinella" per i media locali. Anche per questo l'auspicio che i nostri risultati diventino materiale per la formazione dei giornalisti e delle giornaliste sul territorio, attività che ci sta particolarmente a cuore. Al tempo stesso ORA è il tentativo di costruire una rete di competenze che integrano saperi e linguaggi differenti. Da un lato quelli della ricerca applicata per arrivare a risultati

accurati, dall'altro quelli dell'informazione che rappresenta il punto di mediazione cruciale tra questi e l'opinione pubblica. Infine, quelli della pubblica amministrazione che attraverso azioni come questa percepiscono le proprie comunità e predispongono per esse risorse e piani di intervento adeguati. In questo l'esperienza accademica ha potuto integrarsi con l'attività di GiULiA Giornaliste, l'associazione nazionale che dal 2012 con oltre 300 giornaliste associate e quasi mille adesioni, si batte per un'informazione corretta sulle donne. L'incontro tra queste due realtà contigue, ma spesso poco comunicanti, supportate dalla Regione, ha permesso di sperimentare una forma di dialogo non comune che ha fatto avanzare entrambi i soggetti sul piano dell'approccio ai problemi. Non è sempre stato semplice, proprio perché questi mondi seppur vicini, scontano le proprie logiche professionali e meccanismi di resistenza. Ma ce l'abbiamo fatta! Dimostrando che se si hanno obiettivi comuni, in questo caso quello di creare una società più aperta ed inclusiva, esistono modi possibili per raggiungerli. Noi crediamo in un'informazione che non marginalizzi nessuno, che sappia rendere conto dei mutamenti della società e sia capace di incidere positivamente sull'opinione pubblica. Per questo deve poter contare sulla massima attenzione da parte di tutti.

**Marinella Belluati**

*Università di Torino*

**Stefanella Campana**

*GiULiA Giornaliste*



## Quanta strada resta ancORA da fare

I temi affrontati in questa ricerca e i risultati ottenuti testimoniano quanta strada vi sia ancora da fare per ottenere un pieno superamento delle discriminazioni legate al genere e alla disabilità. Un'analisi che, mi permetto di aggiungere, non ci avrebbe probabilmente dato risultati molto diversi se avesse affrontato questioni come la nazionalità o la provenienza delle persone.

Anche se molti passi in avanti sono stati fatti negli ultimi anni sul terreno dell'affermazione dei diritti e anche se l'informazione ha avuto un ruolo fondamentale, va riconosciuto come questi temi faticino ancora ad affermarsi nella coscienza collettiva. Valga per tutti la questione dell'utilizzo del linguaggio rispettoso del genere, un tema che troppo spesso solleva ancora ironie che sono testimonianza di una pericolosa arretratezza culturale. Invece, come tutti sappiamo, la lingua è un corpo vivo che si alimenta delle trasformazioni suggerite dalla società. I vocaboli irrompono nella discussione o divengono desueti a seconda delle spinte della storia.

Non vi è dubbio che se oggi parole come "sindaca" e "assessora" sono entrate nell'uso comune è perché il movimento delle donne ha saputo affermare con forza nell'ultimo decennio il valore della diversità. Un valore che ha permesso di abbandonare anche taluni stereotipi del passato che si traducevano nell'omologazione ai ruoli maschili e alimentavano in questo modo le disuguaglianze.

Un discorso analogo può essere condotto a proposito della disabilità. Se nel tempo si è fatta strada l'idea che ciascuna persona debba essere messa nella condizione di poter esprimere il proprio talento a partire dalla propria condizione, è perché si è molto insistito su questo terreno. Valga per tutti la crescita

di attenzione verso le discipline paralimpiche che hanno conquistato piena e completa dignità nel mondo sportivo.

Nessuna conquista, però, è per sempre. Serve alimentare la cultura dell'uguaglianza e l'Ordine dei Giornalisti non smetterà di fare la propria parte, come fatto con l'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni al quale ha dato il proprio convinto sostegno fin dalla nascita.

**Stefano Tallia**

*Presidente Ordine dei Giornalisti del Piemonte*

## AncORA stereotipi e cultura sessista nei mass media

I dati, le percentuali, hanno sempre qualcosa di sconcertante o incoraggiante in sé. Per dire, solo il 6% delle strade in Italia è intitolato a una donna, ma oltre il 60% delle decisioni riguardanti gli acquisti e i consumi dipende dalle donne.

Preziosa, puntuale e interessante, la ricerca realizzata dall'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni offre molti spunti di riflessione e, auspicabilmente, di azione. Perché se i media sono lo specchio della nostra società e restituiscono quella che è la nostra realtà politica e sociale, vero è che hanno anche un ruolo potente nella costruzione e nella diffusione di valori, percezioni e norme che poi "informano", danno forma, a questa nostra realtà politica e sociale.

Ancora a fatica si sta facendo strada nel nostro Paese la valorizzazione delle presenze femminili, per quanto salutiamo proprio in questi giorni la prima donna premier in Italia, con oltre cinquant'anni di ritardo rispetto a Indira Gandhi e Golda Meir. Ma ancora forte è il condizionamento di stereotipi e cultura sessista nei mass media. L'attenzione dell'informazione verso le questioni di genere e delle pari opportunità è aumentata negli anni più recenti, ma le donne continuano ad essere marginalizzate. In Italia la metà della popolazione è femminile, eppure circa 3 notizie su 4 hanno per protagonista un uomo e per parlare di politica, economia o scienza le donne vengono assai poco interpellate in qualità di esperte.

Guardando a chi fa informazione, negli ultimi anni le giornaliste italiane sono numericamente cresciute in maniera significativa, compongono oltre il 40% della categoria professionale, ma restano penalizzate rispetto ai colleghi, sono in prevalenza freelance, con poca protezione e compensi molto bassi, e

la loro firma in prima pagina compare di rado, se non in rari casi virtuosi.

Quanto al linguaggio di giornali, social e pubblicità, è evidente la difficoltà collettiva ad esprimersi in forma appropriata, inclusiva, rispettosa in generale, e non sessista nello specifico. Su questo tema l'Ordine dei Giornalisti e delle Giornaliste da anni si impegna e vigila, con raccomandazioni, carte deontologiche e corsi di formazione.

C'è ancora molto lavoro da fare, come suggerisce l'indagine dell'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni, nell'informazione e in ogni ambito della società, per raggiungere l'uguaglianza di opportunità tra donne e uomini.

Care colleghe giornaliste, cari colleghi giornalisti, tocca rimboccarsi le maniche.

**Silvia Garbarino**

*Segretaria dell'Associazione Stampa Subalpina*

## I nove mesi di ricerca dell'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni sull'informazione locale in Piemonte<sup>1</sup>

L'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni (ORA) nasce nel 2022 da un accordo tra il Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino e la Regione Piemonte, su iniziativa di GiULIA Giornaliste del Piemonte. Il focus di ORA è centrato sull'**informazione locale piemontese**, in particolar modo sul monitoraggio e sull'analisi di questa a partire dai temi delle **pari opportunità**, specificatamente sulle questioni di **genere** e sulle **disabilità**, nel periodo che va dal 01 luglio 2021 al 31 marzo 2022.

Il monitoraggio dell'informazione iperlocale rappresenta uno strumento utile per capire come i temi delle discriminazioni vengono rappresentati nelle microcomunità e agiscono nell'azione pubblica.

La scelta di concentrarsi sul giornalismo locale è data dalla convinzione che la natura dei problemi sociali si esprima e prenda forma anche attraverso il modo con cui le comunità strutturano la propria informazione. Da questo punto di vista, l'informazione locale rappresenta una lente importante per comprendere meglio gli effetti di inclusione o di esclusione nelle politiche e nei discorsi pubblici rispetto a questioni legate ai diritti sociali e alle pari opportunità. L'idea che muove questo progetto è proprio quella di cogliere le specificità del discorso giornalistico locale, la persistenza degli stereotipi o la capacità innovativa di quel giornalismo che lavora a stretto contatto con la comunità di cui parla.

1. Marinella Belluati, Rossella Iannone, Costanza Massida e Francesca Tampono (Dipartimento di Culture, Politica e Società - Università di Torino) hanno svolto tutte le fasi della ricerca empirica. Stefanella Campana, Sara Iacomussi, Ilaria Leccardi e Elena Miglietti, (GiULIA Piemonte) hanno realizzato le interviste e curato la comunicazione del progetto. Insieme hanno condiviso e discusso tutti i passaggi.

Il lavoro di ricerca ha seguito tre **linee di indagine**:

1. il monitoraggio all'interno dell'informazione giornalistica locale piemontese della presenza e della declinazione dei temi di genere e sulla disabilità;
2. il corretto uso del linguaggio e della visibilità di soggettività femminili e disabili ai vertici;
3. la verifica di alcune dinamiche redazionali nel trattare questi temi.

La scelta del periodo coincide con diversi momenti ad alta rilevanza simbolica e potenzialmente operativa dal punto di vista giornalistico. Il primo è il **periodo elettorale** (ottobre 2021, quando si sono tenute le elezioni in oltre 150 comuni della Regione Piemonte). Si tratta di una fase in cui la visibilità e la notiziabilità di diversi argomenti potevano potenzialmente diventare occasione di dibattito pubblico, essendo la politica uno dei tanti terreni entro cui possono agire la presa in carico dei problemi e il cambiamento sociale e culturale.

Il secondo è dato da una **serie di ricorrenze** con cui si puntualizza l'attenzione contro le discriminazioni. Il **25 novembre** con la Giornata Internazionale per l'eliminazione della Violenza contro le Donne voluta dalle Nazioni Unite. Il **3 dicembre** con la celebrazione in tutto il mondo della Giornata Internazionale dedicata alle persone con disabilità, per promuoverne i diritti, il benessere e la piena dignità. E ancora, il Giorno della Memoria del **27 gennaio**, e il **1 marzo**, la Giornata Internazionale contro le discriminazioni, una ricorrenza contro l'odio in tutte le sue forme, nel mondo *off* e *online*. Infine, la Giornata Internazionale dei Diritti della Donna dell'**8 marzo**. L'evento rappresenta una dimensione simbolica importante per dare visibilità ai temi e per promuovere azioni esplicite di sensibilizzazione, a condizione che non diventi una routine professionale che ne depotenzi l'effetto.

# Il disegno della ricerca

Il bacino della ricerca è stata l'informazione locale piemontese per cui si è utilizzata la piattaforma I Giornali del Piemonte ([www.giornalidelpiemonte.it](http://www.giornalidelpiemonte.it)), che raccoglie e permette di selezionare la quasi totalità delle testate locali. Essendo molto diverso il numero di testate nei territori, si è fatta una selezione che fosse rappresentativa e bilanciata dell'offerta di ogni provincia. A questo si è aggiunto un criterio ponderato, in accordo con la rete GiULiA e la Regione Piemonte.

Al termine di questo passaggio l'elenco delle testate analizzate è stato il seguente<sup>2</sup>:

Torino	Luna Nuova, Corriere di Chieri e dintorni, Eco del Chisone, La Nuova Periferia (Settimo e Chivasso)
Cuneo	L'Unione Monregalese, Gazzetta D'Alba, Corriere di Saluzzo, La Fedeltà, Il Corriere di Alba, Langhe e Roero, La Guida

2. I criteri adottati si sono rivelati stabili a livello quantitativo perché hanno estratto un corpus provinciale di articoli bilanciato. Alessandria infatti conta 4 testate, per cui circa 437,5 articoli per testata; Torino conta 4 testate, per cui 558,5 articoli per testata; Cuneo conta 6 testate per cui 420,8 articoli per testata; VCO conta 3 testate, per cui 381,6 articoli per testata per entrambi i temi.

Alessandria	Il Piccolo, Il Monferrato, L'Ancora, La Vita Casalese
Biella	Il Biellese
Asti	La Nuova Provincia
Novara	Il Corriere di Novara
Verbano-Cusio- Ossola	Eco Risveglio (Arona, Ossola, Verbano)
Vercelli	La Sesia

A questo elenco di testate si sono aggiunte le notizie del **TGR del Piemonte** che si sono potute ottenere grazie alla Mediateca Rai.

L'informazione locale viene considerata come un ecosistema in cui i flussi, pur rimanendo distinti, sono integrati nel produrre un senso comune locale. Per cui, dopo una prima ricostruzione che ha tenuto distinte testate e province, i dati sono stati elaborati nel loro complesso.

Occorre necessariamente segnalare una serie di limiti sull'utilizzo delle piattaforme, che rendono molto complicata la raccolta dei dati, nel caso sia de' I Giornali del Piemonte, sia del *repository* della Mediateca Rai. Il portale della stampa locale ha una struttura molto rigida che andrebbe ripensata per renderla più accessibile anche alla consultazione e alla ricerca. Il sistema di interrogazione permette di estrarre la pagina intera in formato pdf rendendo difficile una ricerca specifica per articolo e il lavoro sui testi. La Mediateca Rai, invece, permette una selezione in base a criteri rigidi e fornisce come risultato soltanto un database in cui compaiono descrizioni sommarie dei servizi e non le loro trascrizioni. Si tratta in entrambi i casi di archivi digitalizzati che non si adattano alle esigenze di un contesto di ricerca e analisi sempre più complesso e sofisticato che dovrebbe essere ripensato se vuole diventare uno strumento più accessibile per tutti coloro che lo utilizzano.

Definito il campo della ricerca per estrarre le informazioni da analizzare, si è proceduto alla costruzione di due vocabolari di ricerca, uno per il tema delle pari opportunità e uno per quello della disabilità, con cui selezionare gli articoli. Di seguito le parole utilizzate, troncate in alcuni casi per estrarre tutte le desinenze e in altri legate per una ricerca specifica.

■ **Vocabolario pari opportunità:** stalking, femminicidio, gender, molestie, diversity, diversità, omotransfob, transsexual, transgender, pride, lesbian, lesbic, lgbt, lgbt, omosessual, omofob, queer, 1522, antiviolenza, sessismo, maschilism, patriarcato, maltrattament, stupr, schwa, sindaca, presidentessa, assessora, pari\_opportunità, violenza\_contro\_le\_donne, violenza\_sulle\_donne, violenza\_di\_genere, giornata\_contro\_la\_violenza, parità\_di\_genere, uguaglianza\_di\_genere, disparità\_di\_genere,

gender\_gap, gender\_pay\_gap, leadership\_femminile, empowerment\_femminile, discriminazione\_di\_genere, divario\_di\_genere, violenza\_sessuale, dirigente\_scolastica, dirigente\_sanitaria, consigliera, pro\_retrice, la\_dirigente, la\_presidente, drag\_queen.

■ **Vocabolario disabilità:** disabil, autismo, autistic, sindrome\_di\_down, sordomut, handicap, paraolimpiadi, paralimpiadi, paralimpic, abil, barrier\_architettonic.

Ogni articolo e servizio selezionato è stato poi analizzato attraverso la tecnica dell'**analisi del contenuto** utilizzando un **codebook supervisionato** dal gruppo di ricerca che si è concentrato su alcune dimensioni rilevanti:

- ◆ **Struttura della notizia:** tipo di medium, nome della testata, data, tipo di articolo o servizio, genere della firma dell'articolo o del servizio, ambito territoriale.
- ◆ **Contenuto:** argomento generale e specifico della notizia, riferimento esplicito a policy/progetti di inclusione sociale, a target generazionali e agli aspetti dell'inclusività.
- ◆ **Visibilità delle persone coinvolte nella notizia:** il genere, l'occupazione e la funzione all'interno della notizia.
- ◆ **Linguaggio:** la presentazione della persona con il corretto titolo e declinazione grammaticale, elementi nel testo di sfida o di riconferma di stereotipi.

## “Ciò che manca è la vita di redazione”

Pierluigi Ubezio, responsabile editoriale di TORADIO

«Non mi sono mai posto il problema dell'orientamento o della disabilità di un collaboratore, davvero non ci ho mai pensato, mi interessano la preparazione, le qualifiche giuste», Pierluigi Ubezio esordisce così nel descrivere il suo lavoro di responsabile dell'informazione di TORADIO, la web radio che da oltre un anno ha arricchito la proposta audio del nostro territorio. La sua è una redazione giovane, mista, agile, aperta a tutte e tutti.

Linguaggio di genere, giusta rappresentanza, inclusione, disabilità, diritti, tutti temi che animano le puntate di *Collateralmente*, il programma radiofonico che Ubezio conduce tutti i mercoledì sera e che ha visto avvicinarsi ospiti fra i più vari che quegli argomenti hanno analizzato in profondità. «Ho alcuni punti fermi che applico al mio lavoro e l'attenzione al linguaggio è qualcosa da cui non dobbiamo prescindere né io, né i miei collaboratori. Però dobbiamo essere realisti, l'oralità non si presta a pronunce che renderebbero poco comprensibili i nostri discorsi, non posso pronunciare lo schwa in radio [è un suono vocalico neutro, non arrotondato, senza accento o tono, quindi di scarsa sonorità, ndr] e abbiamo deciso di non utilizzarlo neanche negli articoli scritti per il nostro sito. Non farlo non significa scarsa sensibilità al tema, spero davvero che la questione sia superata, i contenuti che veicoliamo sono in linea con il cambiamento della nostra società».

TORADIO è una realtà territoriale che in poco più di un anno si è assestata nel gradimento del pubblico, diventando anche un modello di come fare informazione, utilizzando uno strumento che non perde mai la sua modernità. Ubezio riconosce che in ambito regionale il panorama sia alquanto desolante «le testate locali sono focalizzate sulla cronaca nera e quando attirano l'attenzione quasi esclusivamente su quei temi, resta poco spazio per altri approfondimenti. È un problema di *clickbait*, con titolacci e sensazionalismi che rendono i testi poco curati, con scarsità di contenuto». Allo stesso tempo si dice scettico sulla proposta formativa, quella che c'è e varia, tuttavia «ciò che manca è la formazione attiva, quel lavoro che costruiva l'esperienza e consentiva di professionalizzarsi sul campo, per dirla tutta, proprio quello che un tempo facevano le testate locali». Un punto di vista interessante che sottolinea la necessità di confrontarsi, dopo gli studi, con un ambiente di lavoro vero, ora «non c'è, per chi si forma, vita di redazione», quella esperienza che, forse, ci metterebbe al riparo, proprio nel raccontare la cronaca nera, da titoli in cui le vittime di femminicidio sono descritte, come sottolinea Ubezio, con la minigonna, scandagliandone la vita e le abitudini che non rispettano la memoria. Questo tipo di rispetto della persona, della vittima, della donna deve partire innanzitutto dai giornalisti, per questo «sono sempre alla ricerca di qualità nelle persone con cui collaboro, per supportare questo mestiere, non sopportare». ■

# La struttura dell'informazione: tanti Piemonti

## Il flusso dell'informazione locale

Complessivamente sono state classificate 9.952 notizie<sup>3</sup> tra articoli e servizi, precisamente **7.526 notizie sul genere e 2.426 notizie sulle disabilità**. Il numero maggiore di notizie si è concentrato ovviamente sulla carta stampata, essendo presenti 19 testate, mentre solo il 3,8% delle notizie ha riguardato servizi del TGR Piemonte, non discostandosi però troppo dal dato medio complessivo di 33 notizie al mese (FIG. 1).

Osservando il **flusso di informazione** (FIG. 2) circolante in questi nove mesi, vediamo come le curve delle notizie seguano solo inizialmente un andamento simile tra loro, con una riduzione di volume coincidente con il periodo estivo e una ripresa con il mese di settembre. Le due curve, infatti, procedono poi secondo percorsi distinti: da una parte la curva del genere è caratterizzata da un andamento

3. Al lavoro di coding hanno partecipato anche Aicha Reguig e Ilaria Picciolo nell'ambito della loro formazione magistrale.

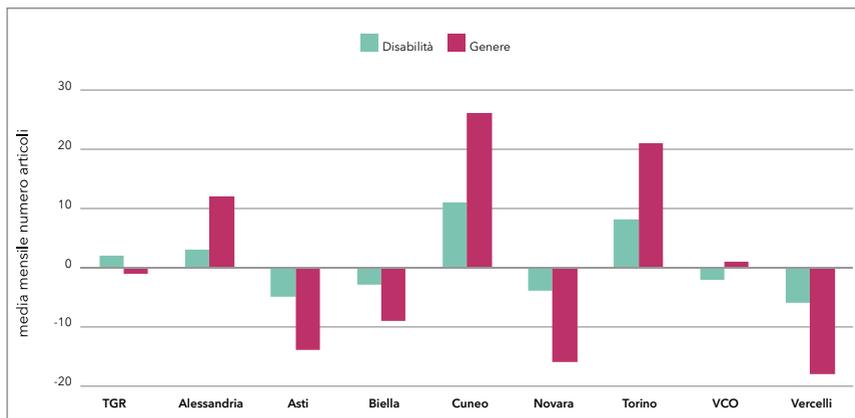


Figura 1. Scarto mensile degli articoli pubblicati rispetto alla media complessiva.

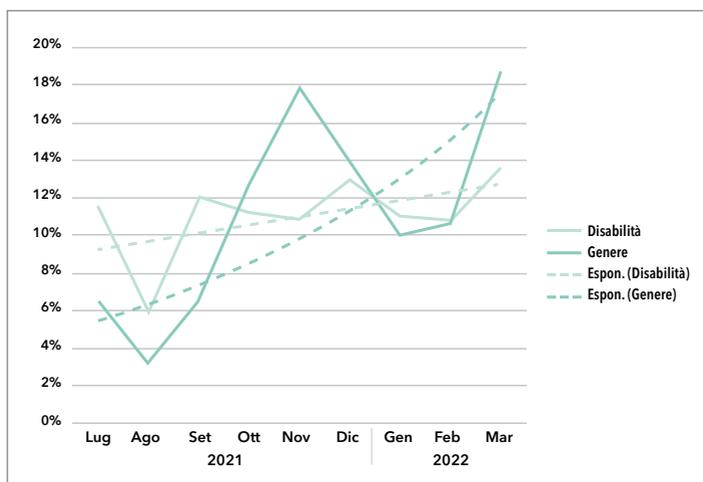


Figura 2. Il flusso delle notizie sui temi delle disabilità e del genere (% per tema).

più altalenante, laddove la curva delle disabilità è più piana. In ciò un aiuto per la lettura dei dati ci viene fornito dalle linee di tendenza. La curva delle disabilità ha una linea di tendenza crescente ma più lineare, mentre quella del genere segue una linea di tendenza esponenzialmente crescente. Ciò significa che l'andamento del tema disabilità assume più la dimensione di una costante nel discorso pubblico locale, mentre quello sul genere è più legato al ciclo degli eventi, soprattutto le ricorrenze.

## La diffusione territoriale delle notizie

In merito alla diffusione delle notizie tra le diverse **province piemontesi** (TAB. 1), complessivamente le notizie sulle pari opportunità sono in numero maggiore (76%) con però significative differenze. Il Verbano Cusio Ossola (83%) e Biella (79%) sono le province più attente al genere, mentre Novara (29%) e Cuneo (27%) sono quelle più attente alla disabilità.

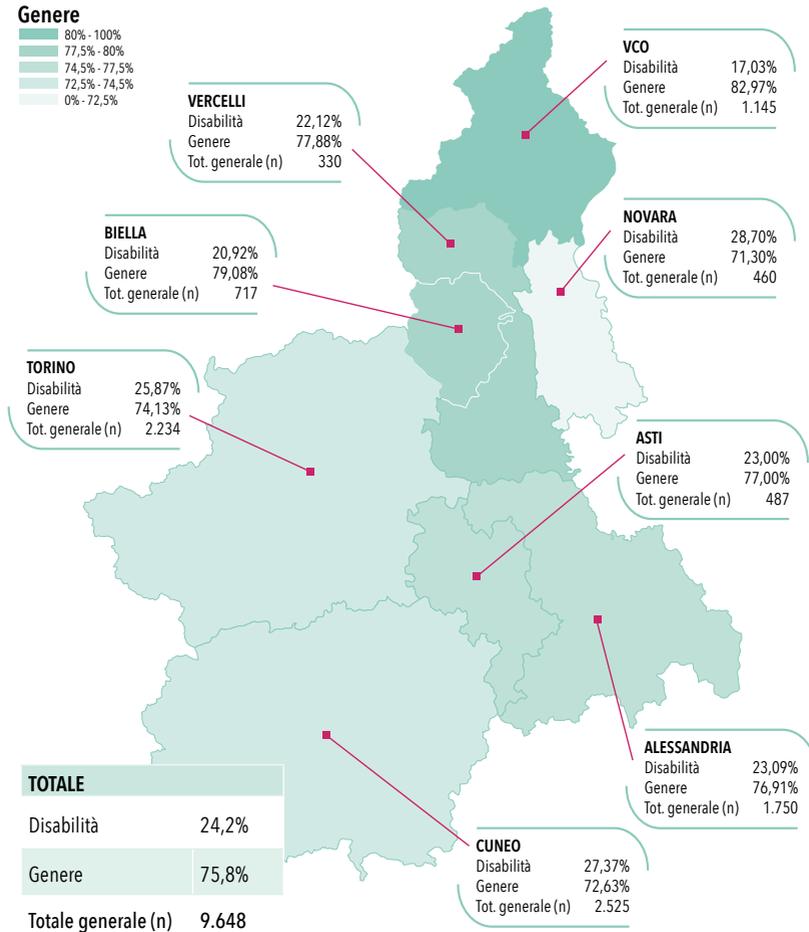


Tabella 1 / Mappa - La distribuzione dei temi nell'informazione per provincia, TGR Piemonte escluso (% per tema).

4. Si consideri inoltre che non tutte le testate giornalistiche sono quotidiane: alcune, infatti, sono bisettimanali o settimanali.

Se si guarda invece a come si sono distribuiti i singoli temi nelle province, apparentemente sembrerebbe che vi siano due distinti Piemonti: uno con una maggiore capacità di affrontare i temi delle pari opportunità - come rappresentato da Alessandria, Cuneo e Torino - e uno complessivamente più disattento. Trattandosi di rapporti tra province, occorre segnalare che le province di Alessandria, Cuneo e Torino contano da sole il 70% delle notizie, ma la media standardizzata del dato restituisce comunque un elemento significativo rispetto alle province<sup>4</sup>. In realtà, osservando da diverse prospettive, le anime del Piemonte per quel che riguarda la componente dei media e delle rappresentazioni sono più di due. Esiste una dimensione metropolitana più dinamica in termini di sperimentazione *online* e influenzata da un approccio più *mainstream*. Ci sono poi realtà di giornali locali che descrivono bene le pluralità dei territori e delle loro tradizioni giornalistiche. Ad esempio, nella provincia di Cuneo la forte componente dell'associazionismo cattolico riflette una cultura locale molto orientata alla solidarietà sociale. Alessandria, Biella e Novara si presentano invece come realtà più laiche che si occupano di più delle iniziative istituzionali locali. Vi sono province in cui il numero di giornalisti è molto presente per tradizione redazionale o forse per maggiori opportunità di accesso femminile alle professioni giornalistiche, come Asti e Vercelli. Vi sono province in cui esiste un terzo settore riconosciuto e radicato le cui attività diventano un "bene prezioso" per l'informazione locale, come il Rotary di Novara, l'ANFFAS nel Piemonte orientale e la Croce Rossa e quella Verde diffusi sul territorio.

Facendo invece un rapporto tra media degli articoli e numero di testate per provincia, Biella è la provincia con il maggior numero medio di notizie sul genere e sulle disabilità - pur avendo una sola testata -, seguita da Torino.

La capacità di raccontare un determinato territorio, quindi la capacità di essere un punto di riferimento per la comunità locale, passa anche dalla **capillarità informativa della testata**.

■ Si passa dai 22 articoli mensili del Corriere di Chieri ai 4 dell'Unione Monregalese per il tema delle disabilità, e dai 63 articoli del Biellese a un solo articolo nuovamente dell'Unione Monregalese per i temi legati al genere.

Un ulteriore elemento che emerge dallo studio e che compone il quadro della diversità proprio dell'informazione locale piemontese è che le province accordano **attenzioni giornalistiche differenti**. Anche se successivamente sarà oggetto di approfondimento, si ritiene interessante anticipare che, da un punto di vista qualitativo, ad esempio a Cuneo il discorso pubblico rispetto alle disabilità risente dell'orientamento cattolico delle testate analizzate, che sono le più diffuse, per cui viene data ampia visibilità al tema, soprattutto entro i termini della solidarietà sociale di matrice religiosa. Negli altri contesti l'informazione è più laica e maggiormente legata a un terzo settore non solo a matrice cattolica. Nella provincia di Alessandria, invece, il discorso è maggiormente polarizzato tra posizioni più progressiste e altre più tradizionali. Lo si vede soprattutto rispetto al genere dove, nel dibattito allargato sono contrapposte le posizioni più inclusive come quella dei centri antiviolenza (per cui il Centro Me.dea attivo su Alessandria e Casale Monferrato rappresenta un importante *stakeholder* del discorso in relazione alle tematiche di genere e LGBTQIA+), e quelle più conservatrici legate al mondo cattolico.

## La dimensione territoriale

L'ambito territoriale all'interno delle notizie (TAB. 2) ha permesso di collocare i flussi di informazione in precisi contesti geografici, in modo da poter individuare le coordinate entro cui si muove la prossimità

Ambito territoriale	Disabilità	Genere	Totale generale (%)
Regionale	5,9%	7,3%	6,9%
Iperlocale	81,9%	78,5%	79,3%
Nazionale, estero	12,2%	14,3%	13,8%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 2. La dimensione territoriale dell'informazione locale (% per tema).

informativa. La dimensione territoriale notiziata è principalmente legata alla **dimensione iperlocale (79%)**, sintomo di un'informazione locale fortemente agganciata alla comunità di cui narra. Interessante è l'attenzione che viene rivolta alla **dimensione extra-regionale (14%)** come il piano nazionale ed estero. L'ambito territoriale meno rappresentato è quello della Regione (solo il 7%).

Ciò di per sé costituisce un dato atteso. Visto che la stampa locale si occupa di micro territori, l'effetto è quello dei tanti Piemonti, in cui vengono valorizzate la prossimità e la pluralità dei territori di cui si compone la Regione. Oltre a ciò, è interessante notare l'apertura verso una dimensione sovranazionale. L'informazione locale su questi temi si configura per una visione *glocale*, come la contestualizzazione e la reinterpretazione locale di eventi internazionali (es. la presa del potere in Afghanistan da parte dei Talebani e l'invasione russa dell'Ucraina) e la preparazione al dibattito nazionale (DDL Zan).

Il piano regionale emerge invece come una dimensione che fatica a essere notiziata di per sé, in parte per la natura stessa dell'informazione locale che si ritrova nelle caratteristiche di prossimità e capillarità territoriale delle diverse testate giornalistiche prese in esame, in parte per un'oggettiva difficoltà del livello regionale di intercettare la dimensione iperlocale. Quando la Regione Piemonte viene inclusa nel discorso informativo, si parla di disposizioni mediche in relazione al Covid-19 (es. tamponi

Ambito territoriale	Giornali	TV	Totale generale (%)
Regionale	7,0%	4,6%	6,9%
Iperlocale	80,1%	55,3%	79,3%
Nazionale, estero	12,9%	40,1%	13,8%
<b>Totale generale</b>	<b>9.650</b>	<b>302</b>	<b>9.952</b>

Tabella 3. La dimensione territoriale dell'informazione locale (% tipo di media).

salivari per persone disabili e non autosufficienti), sostegni indirizzati a famiglie con persone fragili, o *policy* per la lotta contro la violenza di genere, come l'app Erica.

Anche analizzando l'ambito territoriale nel flusso del TGR Piemonte (TAB. 3), che per sua costituzione dovrebbe avere un respiro più regionale, la Regione resta una dimensione residuale. Ciò che si nota è grande attenzione rispetto alla dimensione nazionale e sovranazionale (40,1%) legata in particolare alle Paralimpiadi e all'impatto delle risorse PNRR su questi temi.

## Il genere della firma

Tra le dimensioni che si volevano osservare con il monitoraggio, c'erano la presenza e il ruolo di figure femminili all'interno delle redazioni giornalistiche, esplorati attraverso il genere delle persone che hanno firmato e curato articoli e servizi.

Come primo dato emerge che il 67,2% delle notizie **non presenta una firma**, oppure riporta solo la sigla del nominativo, per cui il genere della persona autrice dell'articolo non è stato qualificabile.

Complessivamente, contando che in 6.690 articoli non è stato possibile classificare il genere della firma, in quanto non firmati o solo siglati, sono state registrate 1.216 firme femminili, 2.007 maschili e 36 articoli a firma mista.

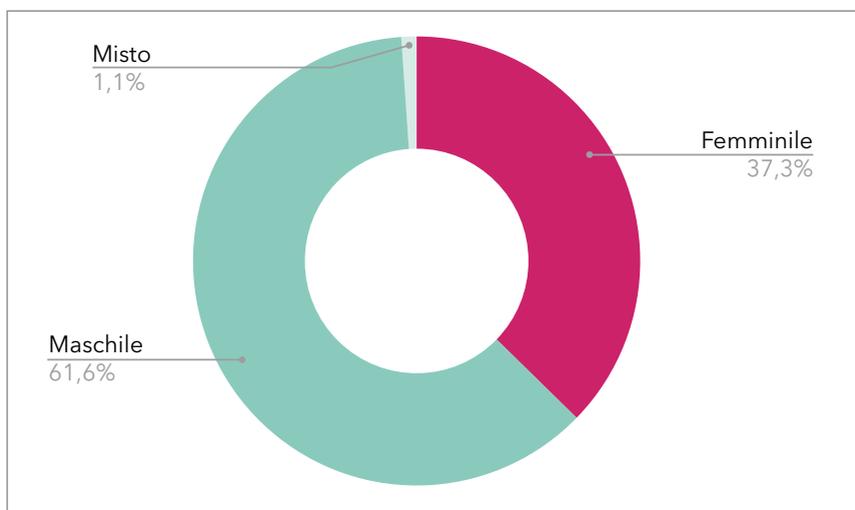


Figura 3. Il genere della firma di articoli e servizi (% del totale complessivo).

Genere firma	Disabilità	Genere	Totale generale (%)
Femminile	39,2%	36,7%	37,3%
Maschile	59,2%	62,3%	61,6%
Mista	1,5%	1,0%	1,1%
<b>Totale generale</b>	<b>785</b>	<b>2.474</b>	<b>3.259</b>

Tabella 4. La distribuzione dei generi delle firme (% per tema dei soli articoli firmati).

Analizzando i restanti 3.259 tra articoli e servizi firmati (TAB. 4), nello specifico, in generale prevale la **firma maschile** (61,6%), dato atteso, ma che rivela anche come il numero di donne che firmano gli articoli è comunque alto (37,3%) rispetto alle aspettative. Il dato che smonta un certo senso comune è anche il fatto che su ambiti considerati prettamente femminili siano più gli uomini a scrivere. In parte però questo rimane vero sul tema della disabilità dove il numero di firme femminili è più alto (39%), il che sottolinea come siano più le giornaliste a occuparsi dei temi dell'assistenza e della cura.

Questo dato però si deve spiegare anche alla luce della variabile di genere. Occorre, infatti, tener conto delle specificità strutturali delle diverse redazioni, come la precarietà contrattuale - che riguarda maggiormente le professioniste -, la continuità collaborativa e la tipologia delle persone che compongono le redazioni. Spesso, nelle redazioni piccole le donne sono quelle maggiormente disposte ad accettare ruoli più precari e meno pagati, ma vi possono anche essere questioni congiunturali e di opportunità di sistema. Non in tutte le **testate**, infatti, tendono a prevalere le firme maschili: si passa infatti da circa l'8% delle firme femminili de La Vita Casalese (8,1%) e L'Unione Monregalese (8,7%) al 70,3% della Nuova Provincia.

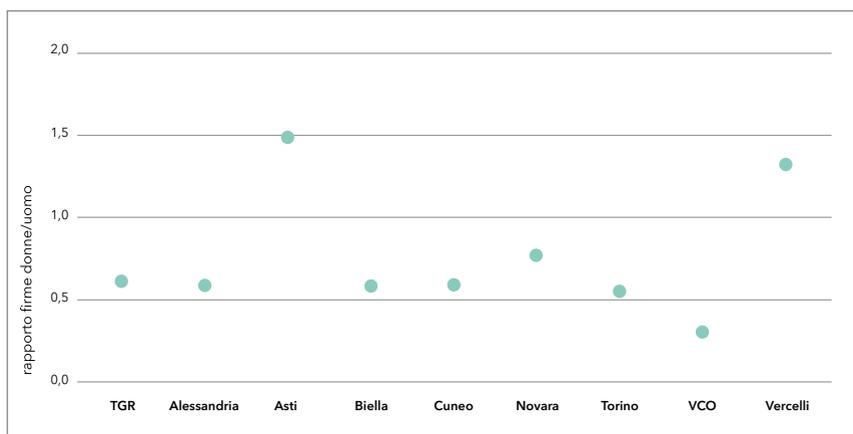


Figura 4. Il rapporto donne tra uomini nelle firme di articoli e servizi.

Il rapporto tra firme femminili e maschili (FIG. 4), a livello provinciale, è mediamente sfavorevole per le giornaliste: 0,6 firme femminili ogni firma maschile, con significative e positive differenze territoriali come succede ad Asti (1,5), Vercelli (1,3) e negative come nel VCO (0,3).

Pur nel minor numero, se si guarda agli argomenti delle notizie a firma femminile (TAB. 5) la gamma è però abbastanza ampia: sono significativi gli ar-

ticoli legati allo sport e soprattutto allo spettacolo (34,8%), all'ambito sociale (28,9%) e alla politica locale (13,1%). In parziale controtendenza rispetto all'idea generale che vede le donne di solito meno impegnate nei temi più soft, questo va letto però all'interno dell'organizzazione redazionale, nelle redazioni piccole dove le poche risorse sono impegnate su tutti i fronti della notizia.

Le firme **maschili**, più presenti, sono più concentrate sui temi sportivi (50%) e legati al lavoro e alle infrastrutture (15,5%), mentre è minore il loro contributo su questioni sociali e di welfare (17,1% contro il 28,9% delle firme femminili).

TEMA			
Macro-argomento	Femminile	Maschile	Totale generale
Politics	13,1%	11,6%	12,2%
Crimine e violenza	7,4%	4,2%	5,4%
Economia, lavoro e infrastrutture	13,1%	15,2%	14,4%
Arte, media e sport	34,8%	50,0%	44,2%
Scienza e tecnologia	2,6%	1,9%	2,2%
Società e welfare	28,9%	17,1%	21,5%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 5. La distribuzione dei macroargomenti rispetto ai generi delle firme (% per genere della firma).

## “Una donna al comando? Meglio Cuneo di Milano”

**Barbara Pasqua, alla guida delle testate di More News**

Barbara Pasqua è a capo delle testate del gruppo More News: una ventina di testate, un centinaio di giornalisti, oltre 680mila lettori al giorno, il più grande gruppo di editoria online privato in Italia. Direttore, direttrice o direttrice? Quando una donna è al comando c'è ancora imbarazzo sulla scelta delle parole da utilizzare per definirla. Barbara Pasqua lo sa e le idee le ha chiare: «Io mi definisco direttrice, perché direttrice lo trovo brutto come suono, ma se mi chiamano direttore non mi offendo: non è qualcosa di fondamentale per me, anzi lo trovo un falso problema quando la sostanza è altra».

Da 18 anni Pasqua lavora per il quotidiano online TargatoCn, una potenza nella provincia di Cuneo, iniziando quando l'adsl ancora non era diffuso e anzi «internet non era contemplato come mezzo di informazione, ma poi abbiamo raccolto i frutti: adesso siamo a Torino, Genova, in Lombardia e con i colleghi abbiamo scelto di fondare una cooperativa, di cui sono presidente, per non sottostare agli editori».

Direttrice quindi, che ogni giorno deve affrontare una delle grandi battaglie dei nostri anni: essere una donna al comando. «Sul locale è più facile, ci conosciamo tutti e ho dimostrato sul campo quanto valgo, quindi nel mio territorio non ho mai avuto

problemi e raramente sono stata sminuita in quanto donna. Fuori è diverso: sono stata invitata poco fa a un convegno a Milano e il moderatore, dopo avermi fatto notare di essere l'unica del gentil sesso a parlare, mi ha spiegato che in quel contesto gli uomini vengono presi più seriamente. Quando si parla della civilissima Milano... A questo punto meglio Cuneo».

Un modo di pensare questo che a volte si esprime anche attraverso i media. «Nelle nostre testate succede che ci facciamo prendere dall'entusiasmo - spiega - Quando una donna è a capo di un'azienda ci stupiamo come se fosse un fatto eccezionale e in effetti è sbagliato perché è semplicemente una persona capace che lo ha meritato, ma purtroppo fa ancora più notizia di un uomo quando dovrebbe essere la normalità». Il giornalismo ha quindi dei problemi dall'interno: «A volte pecchiamo di titoli non belli, un po' come per Samantha Cristoforetti, quando tutti si sono chiesti dove lasciasse i figli: viviamo di questi stereotipi e le prime a crearne siamo noi donne, è la nostra cultura e l'educazione che abbiamo ricevuto. Ci vogliono fatica e impegno per sradicarle. Sono paletti culturali che ancora nella mia generazione ci sono, ho cinquant'anni e sono stata cresciuta così, mentre i giovani no, per fortuna». Internet complica poi il tutto: «Chi è a

capo delle redazioni non dovrebbe essere attento ai click ma a dare la notizia in modo corretto. Troppo spesso siamo legati al sensazionalismo, ora c'è tanta concorrenza ed è sempre una guerra a chi ha più lettori, non è semplice trovare un equilibrio». Più che una soluzione Pasqua ha una speranza: «Con una buona educazione della nuova classe giornalistica ed editoriale, piano piano si arriverà a sradicare il problema. Noi in redazione creiamo dibattiti e vent'anni fa questo non succedeva. È un vantaggio: parlarne e confrontarsi, questo è fondamentale».

Con More News, per la sua capillarità sul territorio, la direttrice nota differenze tra una zona e l'altra: «Ho difficoltà in Liguria

perché è molto più indietro sulla tematica delle donne rispetto a Piemonte e Lombardia, è una Regione molto vecchia e ancora legata a questi stereotipi. Noi piemontesi siamo sabaudi ma la Liguria è ancora legata agli uomini primitivi». E poi ci sono le differenze regionali del Piemonte: «Sono poche, siamo allineati: Cuneo è un po' più familiare e agricola, però per esempio nella provincia ci sono tante imprenditrici donne, cosa che prima era prerogativa degli uomini. Abbiamo appena eletto la prima donna sindaco». Salta subito all'occhio quella o finale: «Io titolo "sindaco", sinceramente è un falso problema per me, non me lo pongo perché non rilevante. Però lascio molto liberi i miei giornalisti: c'è chi scrive sindaco e chi sindaca». ■

# I contenuti dell'informazione

Una delle variabili incluse in questa ricerca ha a che fare con il **formato della notizia** (TAB. 6), una variabile che ha permesso di comprendere quale tipo di articolo tratta prevalentemente le notizie sul genere e sulle disabilità.

TEMA			
Tipologia articolo	Disabilità	Genere	Totale generale
Editoriale	0,2%	0,1%	0,2%
Intervista	2,6%	2,6%	2,6%
Approfondimento	10,7%	3,3%	5,1%
Cronaca, breve, trafiletto	77,0%	89,8%	86,7%
Lettera	3,8%	1,2%	1,8%
Altro	2,0%	0,0%	0,5%
Servizi TGR	3,8%	2,8%	3,0%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 6. La distribuzione dei formati delle notizie (% per tema).

■ "Il Ddl Zan bocciato in Parlamento", *Gazzetta d'Alba*, 2 novembre 2021



Il formato prevalente attraverso cui le notizie vengono trattate comprende la **cronaca**, il **breve** e i **trafiletti**, che risultano essere il principale metodo di scrittura delle notizie (86,7%).

Oltre alla trattazione netta e sintetica, le notizie sono altresì, ma in misura decisamente minore, oggetto di **approfondimento** (5,1%), più per le disabilità (10,7%) che per il genere (3,3%).

Il formato della **lettera**, uno degli indicatori che misurano il rapporto diretto con la comunità di cui parlano i giornali locali, su questi temi appare poco rilevante (1,8%) anche se va osservato che l'incidenza maggiore si ha sul tema della disabilità (3,8%). Durante i nove mesi di osservazione sono state diverse le lettere a firma singola o di associazioni che richiama la comunità rispetto a questioni di malfunzionamento o mancata presa in carico dei problemi dei disabili.

TEMA			
Tipo tv servizio	Disabilità	Genere	Totale generale
Letto in studio	25,3%	39,3%	35,1%
Servizio dedicato	74,7%	60,7%	64,9%
<b>Totale generale</b>	<b>91</b>	<b>211</b>	<b>302</b>

Tabella 7. La distribuzione delle tipologie dei servizi tv (% per tema).

Un'analisi più approfondita del dato sui servizi del TGR Piemonte permette di distinguere due modalità di trasmissione della notizia (TAB. 7). Per l'impostazione stessa del telegiornale, i **servizi dedicati** ai due temi risultano essere quantitativamente maggiori rispetto ai servizi letti in studio (64,9%), altresì indice non scontato del fatto che i due temi (soprattutto la disabilità, 74,5%) sono ampiamente inseriti all'interno dell'agenda del TGR Piemonte.

## ■ I MACROTEMI

**politics:** prese di posizione sulle politiche specifiche, elezioni;

**crimine e violenza:** casi di maltrattamenti, stupri, femminicidi, azioni di contrasto;

**economia, lavoro e infrastrutture:** decisioni pubbliche in merito a politiche economiche, inserimento lavorativo, infrastrutture inclusive;

**arte, media e sport:** eventi sportivi, eventi culturali e artistici;

**scienza e tecnologia:** ricerca scientifica, uso di tecnologie di sorveglianza o di riabilitazione;

**società e welfare:** formazione, educazione, associazionismo, servizi socio-assistenziali, religione;

**altro:** categoria residuale.

Individuare all'interno delle notizie l'argomento principale non è servito solamente a verificare se vi sia una specializzazione femminile per certi argomenti, ma anche a determinare quali siano i principali topic attraverso cui vengono tematizzate le pari opportunità (TAB. 8). I quattro argomenti prevalenti sono: l'**ambito culturale e sportivo** (45,8%), quello legato ai **temi sociali** (22,1%), quello **economico e infrastrutturale** (13,2%) e quello legato alla **politica locale** (10,9%). Nonostante elementi di contatto, non si possono non mettere in luce significative differenze tra i due temi: la notiziabilità delle tematiche riguardanti il genere si lega soprattutto alla politica e alle elezioni di donne assessore e sindache (13,2%) e alla cronaca nera (5,3%) di maltrattamenti e violenze. Di disabilità si parla maggiormente in relazione a *policy* economiche e infrastrutturali (25,8%), a questioni riguardanti la salute (4,1%) e soprattutto alla società (32,3%).

TEMA			
Macro argomento	Disabilità	Genere	Totale generale
Politics, elezioni	3,9%	13,2%	10,9%
Cronaca nera	1,9%	5,3%	4,5%
Economia, lavoro, infrastrutture	25,8%	10,0%	13,8%
Cultura e sport	29,9%	50,9%	45,8%
Scienza e tecnologia	4,1%	1,1%	1,8%
Società e welfare	32,3%	18,8%	22,1%
Altro	2,0%	0,6%	1,0%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 8. La distribuzione dei macro-argomenti (% per tema).

5. Si segnala che il buon numero di notizie riguardanti lo sport si può ricondurre alle Olimpiadi e alle Paralimpiadi.

Come già anticipato, gli argomenti che più accomunano i temi delle pari opportunità riguardano la **cultura** e lo **sport** (45,8%), soprattutto nelle province di Alessandria (16,5%), Cuneo (26,2%) e Torino (17,6%). La dimensione della **cultura**, pur rilevante, rimane residuale: sono state diverse le notizie di spettacoli teatrali, proiezioni cinematografiche, presentazioni di libri, feste in cui si parla di disabilità e genere, segnale di un investimento del territorio in tal senso. Un altro ambito indiretto di attenzione riguarda le numerose iniziative culturali per cui sono previste agevolazioni per le persone disabili.

Lo **sport**<sup>5</sup> invece si può dire essere lo strumento con cui si fa inclusione sociale su entrambi i temi. Tanto la visibilità dello sport femminile quanto quella degli sport paralimpici sono molto elevate. Nelle notizie esaminate lo sport rappresenta una grande occasione per la visibilità del mondo femminile (decisamente più che la politica e l'economia). Negli ultimi anni la presenza delle atlete, sebbene con fatica, sta aumentando anche nella stampa locale. Tuttavia, dall'analisi del contenuto, non di rado sono emerse notizie riguardanti le categorie sportive femminili in cui la parola era data a uomini allenatori o dirigenti sportivi. Anche sul lato della disabilità gli atleti e le atlete diversamente abili sono spesso oggetto di discorso altrui e va anche detto che nella maggior parte dei casi si tratta di persone diventate disabili a seguito di incidenti. La cronaca locale parla molto degli sport paralimpici in maniera neutra e spesso senza enfasi, ma occorre sottolineare che a trovare spazio sono soprattutto le prestazioni vincenti e meno le opportunità inclusive che ne possono derivare.

Il secondo macro argomento che ha riguardato entrambi i temi è stato quello delle **questioni sociali e del welfare** (22,1%) le cui istanze sono ampiamente promosse dal vasto e variegato mondo dell'**associazionismo**. Questi soggetti non solo si fanno promotori di specifiche cause di sensibilizzazione e di inclusione, ma sono spesso *stakeholder* privilegiati

del discorso giornalistico, soprattutto se sono realtà associative di rilievo e organizzate anche nell'azione comunicativa. Citiamo tra i più attivi: Lions Club, Rotary, ANFFAS, Croce Rossa e Verde, Soroptimist e i diversi Centri Antiviolenza (CAV). Parte di questo argomento è stato composto da notizie che hanno toccato l'ambito della formazione e dell'**educazione**. Attraverso percorsi - spesso promossi da associazioni locali - l'istruzione ha mostrato attenzione ai concetti di solidarietà, crescita personale e reciproco rispetto, sia attraverso iniziative sulle violenze di genere o per promuovere una più consistente presenza di donne nelle materie STEM, sia contro la discriminazione delle disabilità. Hanno avuto una certa rilevanza in tutte le province anche le celebrazioni delle ricorrenze (ad esempio 25 novembre, 8 marzo), altro vettore di sensibilizzazione dell'opinione pubblica. Un dato che ha colpito è stata la quasi totale assenza di notizie sulle realtà più importanti che si occupano di genere anche a livello nazionale, come Non Una di Meno o Se non ora quando. Nonostante la visibilità pubblica di questi soggetti a livello locale non vi è traccia delle loro azioni, probabilmente anche per la difficoltà di accreditarsi presso le redazioni locali.

Se si confrontano i dati della visibilità accordata alla **politica** in senso attivo (10,9%) con quelli della notiziabilità della società civile si può avanzare l'idea che la prima fatica ancora a includere nei propri discorsi i temi delle pari opportunità, lasciando ad altre istituzioni sociali (scuola e famiglia) l'onere della presa in carico delle questioni dei diritti. Le campagne elettorali e i risultati delle elezioni amministrative tenutesi a ottobre 2021 sono state un'importante variabile che ha contribuito alla notiziabilità della politica. Dall'analisi delle notizie risulta che, in relazione ai dibattiti elettorali locali, la disabilità è stata una questione residuale che portava con sé la necessità di interventi risolutivi (es. abbattimento delle barriere architettoniche), mentre l'argomento genere e politica - che avrebbe potenzialmente po-

tuto avere più margini di discussione anche come dato strutturale (es. mancato rispetto delle quota rosa) - è stato praticamente inesistente. Tolte le questioni terminologiche di cui si tratterà di seguito, le politiche legate al genere sono in linea di massima assenti nei dibattiti politici ed elettorali.

Rispetto all'abbattimento delle barriere architettoniche e, più in generale, all'**economia**, al **lavoro** e alle **infrastrutture** (13,2%) la maggior parte delle notizie ha riguardato il tema delle disabilità (un quarto delle notizie analizzate sul tema specifico). Si è parlato soprattutto di misure di rimozione delle barriere che impediscono alle persone disabili una vita piena e del miglioramento delle condizioni di accessibilità dei luoghi pubblici.

■ Gli articoli rilevati sugli interventi per rimuovere barriere architettoniche o per migliorare l'accessibilità sono stati 405, interventi per cui spesso si citano anche le risorse del PNRR (101 articoli).

Va detto che gran parte di queste notizie sono state generate dal fatto che i comuni hanno avuto da spendere molte risorse grazie al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), divenuto nei mesi del monitoraggio lo strumento che le amministrazioni locali hanno usato per rendere più accessibili le proprie strutture.

Dal punto di vista del tema del genere, la notiziabilità si è legata soprattutto all'ambito economico, riconducibile all'*empowerment* e all'imprenditoria femminile, in alcuni casi anche alla disparità salariale e occupazionale tra donne e uomini. Si tratta però sempre di un filone giornalistico marginale che soprattutto vede protagoniste donne ai vertici di associazioni e cooperative sociali.

Un argomento che si pensava sarebbe stato rilevante, ma che tale non si è dimostrato, è stata la **cronaca nera** (4,5%). Dalla ricerca ci si sarebbe attesa una maggior presenza di notizie legate alla violenza di genere<sup>6</sup> nel giornalismo locale, eppure questa di-

6. Come evidenziato dalla letteratura precedente (Cannito, Torriani in uscita) la violenza di genere resta circoscritta alla sola violenza maschile sulle donne. Nonostante il nostro *database* fosse impostato per far emergere una narrazione intersezionale, il lavoro giornalistico locale continua a escludere le discriminazioni a danno della comunità LGBTQIA+. La sola dimensione in cui trovano spazio resta il dibattito pubblico e politico.

mensione, nei nove mesi analizzati, è stata del tutto residuale (5,3%), ancor di più la violenza subita o perpetrata da persone disabili (1,9%) praticamente assente nel corpus delle notizie. Dopo aver verificato di non essere in presenza di un bias di selezione, i motivi individuati sono diversi. Anzitutto, il numero di fatti di violenza di genere e femminicidi accaduti in Piemonte nel periodo osservato è stato fortunatamente basso<sup>7</sup>. Si è rilevata però una netta differenza rispetto alla notiziabilità nazionale. L'informazione nazionale dedica più attenzione a eventi di cronaca su tutto il territorio, costruendo un'agenda dei fatti violenti più corposa. Il giornalismo locale mostra invece una diversa modalità di selezione delle notizie. Nonostante si tenda a dire che l'informazione locale sia più interessata alla cronaca, nei casi di violenza si deve anche considerare la difficoltà di raccontare fatti violenti accaduti all'interno di una comunità laddove il rapporto tra persone coinvolte e la redazione è molto più stretto.

Diversamente dalla carta stampata, la copertura della cronaca continua a rappresentare per il TGR Piemonte un elemento importante della propria agenda (7,2%) anche se quella nera è minimamente rilevante. Ci sono poi degli eventi che non sono di cronaca nera, ma che rimandano alle politiche simboliche con cui può essere affrontata la violenza di genere. Il primo è quello delle **panchine rosse**, una formula molto seguita in questi anni per sensibilizzare le comunità: durante i nove mesi sono state 159 le notizie sulla loro inaugurazione. La seconda riguarda le ricorrenze annuali che rappresentano ormai un appuntamento fisso nelle logiche mediali e nelle opere di sensibilizzazione: circa il 25% degli articoli sul tema del genere si è concentrato nelle settimane del 25 novembre, Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le Donne, e l'8 marzo, Giornata Internazionale dei Diritti della Donna.

■ Nella provincia di Cuneo è emersa una significativa visibilità di donne ai vertici dei settori vinicoli, del marketing e della comunicazione. Un incremento tematizzato come elemento di cambiamento e progresso per le donne.

■ "Premio Bicchiere Rosa' per le cantine che rispettano la parità di genere"

La Nuova Provincia,  
26 ottobre 2021



■ "Donne al vertice del terziario, ma il gap con gli uomini rimane ampio",

Il Corriere di Alba,  
Langhe e Roero,  
1 novembre 2021



7. Si segnala che nei nove mesi di monitoraggio l'unico caso di femminicidio è stato quello di Carmen De Giorgi, uccisa il 5 ottobre del 2021 a Luserna San Giovanni in provincia di Torino.

■ **“Sempre no alla violenza”**  
Così lunedì è stato presentato  
il corso di difesa personale  
femminile,  
La Vita Casalese,  
13 gennaio 2022



■ **“Cultura e autodifesa a  
Monteu da Po per dire «No»  
alla violenza sulle donne”,**  
La Nuova Periferia,  
1 dicembre 2021



■ **“Autodifesa al femminile:  
dieci lezioni”,**  
Eco del Chisone,  
16 marzo 2022



■ **Nei nove mesi sono state 159 le notizie  
sull'inaugurazione delle PANCHINE ROSSE.**  
■ **Il 21% delle notizie sul genere si concentra nelle  
settimane del 25 novembre e dell'8 marzo.**

Infine la dimensione riguardante la scienza e la tecnologia è un discorso che - probabilmente per la sua tecnicità - fatica a essere rilevante (1,8%) per l'informazione prossimale. Da un lato, per le disabilità, si trovano disposizioni per la salute pubblica e iniziative per migliorare la vita delle persone disabili (es. strumentazione elettronica per ipovedenti), dall'altra, per il genere, diventano notizia l'installazione di telecamere di videosorveglianza per migliorare la sicurezza nelle città e nei parchi pubblici e la promozione di app (come Erica, della Regione Piemonte) per la sicurezza delle donne.

## “Raccontare il mondo delle donne, un dedalo di complicazioni”

**Carola Messina, manager culturale**

«Lavorare nel settore della comunicazione, dell'informazione, per una donna non è difficile di per sé: fino a un certo livello questo lavoro è molto femminile, aperto a tutte e tutti, stimolante e in continuo cambiamento. Poi ci si arena contro il tetto di cristallo». Così Carola Messina definisce il suo mondo, quello in cui lavora da oltre vent'anni: fondatrice di *Contesti*, agenzia che cura uffici stampa, editrice, speaker radiofonica, vice presidente dell'Associazione *Torino Città per le donne* e componente del consiglio di amministrazione della Fondazione Cultura. «Non è stato sempre così, anni fa quando mi presentavo alle riunioni di lavoro con il mio socio dovevamo sempre spiegare che io non fossi la segretaria, ma una collega, socia alla pari. Mi dava molto fastidio. Per fortuna le cose sono in continuo cambiamento, oggi credo che a Torino e in Piemonte, per chi svolge la nostra attività, non vi siano difficoltà a mostrarsi per ciò che si è». Lavorando per realtà diverse Messina si confronta da tempo con la comunità LGBTQIA+ e non smette, talvolta incaponendosi, di battere e ribattere sulle precisazioni, convinta che solo così potremo ottenere qualche risultato: «Tengo sempre viva l'attenzione, intervengo anche correggendo, come una goccia cinese, per convincere e, soprattutto, sottolineare che certi errori non sono leggerezze e neppure fanno ridere». Eppure la nostra lingua è così agile, in molti casi ci fornisce già le soluzioni, per esempio con la parola

presidente, tanto usata nei giorni di campagna elettorale «anche volti noti delle maratone televisive hanno spesso definito Giorgia Meloni come il possibile futuro presidente del Consiglio dei Ministri. Perché? Basterebbe mettere l'articolo giusto, dire la presidente. E invece no, sembra fatto apposta, quindi ci troviamo di fronte ad assurdità come quando sentiamo dire il sindaco donna, il presidente donna: sono forzature».

Raccontare il mondo delle donne sembra un dedalo di complicazioni, Messina sottolinea il disagio non solo nei testi scritti, ma anche nell'oralità, ambito in cui si cade spesso nella trappola del maschile sovra esteso, delle presentazioni in cui se compaiono un uomo e una donna, l'uomo ha sempre diritto al cognome e la donna diventa genericamente Paola, Elena, Cristina con una confidenza che non va bene. Per tacere di certe aggettivazioni non gradite legate all'estetica: la bella Paola, la bionda Cristina. Quindi, se da un lato il mondo che si muove fra comunicazione e informazione lascia spazio, fino a un certo livello, a tutte e tutti, sul linguaggio fatica ancora moltissimo «c'è una ignoranza diffusa sui termini legati alla comunità LGBTQIA+, a volte credo sarebbero necessari corsi base in cui dire chiaramente questa parola significa questo». Messina sottolinea anche che sul territorio piemontese i caporedattori e i direttori sono per lo più uomini e que-

sto vale anche per la TV, ambito in cui la rappresentazione della donna si lega ancora a molti *clichè* che non riguardano gli uomini. «I giornalisti possono tranquillamente andare in video anche se brutti, sovrappeso, mal vestiti, le colleghe non hanno questa stessa libertà».

Nei mesi estivi Messina ha trovato spazio sulla stampa cittadina per una battaglia legata alla raccolta firme per la proposta di legge elettorale per introdurre anche in Piemonte

la doppia preferenza di genere: il consiglio regionale piemontese vede solamente sette donne insediate, su cinquantuno consiglieri eletti. «Non siamo abbastanza rappresentate in consiglio regionale e laddove è già stata applicata questa legge il numero delle donne elette è aumentato. Questa è una delle battaglie cui mi dedico, come quella sul linguaggio, tema ancora troppo divisivo, spesso ritenuto di poco valore. Al contrario il linguaggio rappresenta e se non le rappresenti, le persone non esistono». ■

## Affrontare la disuguaglianza e le politiche di inclusione

Un'altra dimensione indagata rispetto ai temi di genere e disabilità è stata quella relativa all'assunzione della disuguaglianza e dell'inclusione sociale sia come discorso di comunità che come strategia di *policy*. Il focus ruota attorno alla capacità dei media locali, data la prossimità come valore intrinseco e peculiare, di veicolare una comunicazione di approfondimento e problematizzazione rispetto ai due temi.

A partire dalla variabile **disuguaglianza** (TAB. 9), la rilevazione ha selezionato una cerchia di notizie che non si sono solo limitate al mero resoconto di un fatto o di un evento, ma che ne hanno dato un inquadramento più allargato. Si tratta della capacità del giornalismo locale di mettere in risalto i limiti e il potenziale di discorso inclusivo e di proporlo alle proprie opinioni pubbliche. Il racconto giornalistico problematizzante è emerso in generale molto poco all'interno dei due temi (7,5%). Tuttavia, è possibile segnalare una maggiore tematizzazione in relazione alla disabilità (14,3%).

TEMA			
Disuguaglianza	Disabilità	Genere	Totale generale
Si	14,3%	5,3%	7,5%
No	85,7%	94,7%	92,5%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 9. La distribuzione della tematizzazione del concetto di disuguaglianza (% per tema).

A prima vista, sembrerebbe che perseguire il *frame* della disuguaglianza sia, per il giornalismo locale, più facile da affrontare quando si tratta di disabilità piuttosto che di pari opportunità. Data per assunta la visione a-politicizzata della disabilità, impostare una comunicazione che evidenzii i limiti sociali e morali che vengono quotidianamente scaricati sulla percentuale di popolazione considerata fragile rappresenta una *strategia narrativa* più facile da applicare quando si tratta di prendere in carico persone disabili che vivono lo spazio di prossimità.

Diversamente, il numero inferiore di notizie sul genere su questo tono (5,3%) conferma una resistenza diffusa ad affrontare la parità come tema aperto. Appare più facile però collocarlo altrove, ad esempio alla condizione femminile in Afghanistan che, a seguito dell'occupazione talebana, ha prodotto alcune riflessioni anche in ambito locale. In maniera molto residuale si trovano tracce in alcune notizie che trattano del *gender pay gap* soprattutto a ridosso del mese di ottobre 2021, quando la Camera ha approvato la proposta di legge sulla parità salariale. Questioni di disuguaglianza sono emerse anche nella toponomastica stradale. Le intitolazioni di vie alle donne hanno suscitato polemiche nella provincia di Cuneo durante incontri cittadini o consigli comunali.

Complessivamente, le iniziative di inclusione, secondo la prospettiva del genere, restano ancora legate a battaglie culturali e simboliche piuttosto che pragmatiche.

■ "Il coraggio di Enrica Jona ricordato da una via",  
La Nuova Provincia di Asti,  
22 marzo 2022



■ "L'intitolazione di spazi pubblici a grandi donne",  
Il Monferrato,  
25 gennaio 2022



■ "L'arroganza ideologica e l'eutanasia del d.d.l. Zan",  
La Vita Casalese,  
4 novembre 2021



Il discorso sul genere nel complesso ha presentato prospettive giornalistiche molto differenti e un approccio decisamente più politicizzato. Un esempio lampante è il dibattito che si è sviluppato in provincia di Alessandria sul DDL Zan dove il dibattito giornalistico ha assunto la natura di una issue controversa che ha dato spazio a posizioni sia di maggior apertura sia di condanna alla cosiddetta ideologia *gender*. Si evincono in alcune province tracce di un discorso pubblico vivace e composito che ribadisce il fatto che questo tipo di informazione iperlocale può svolgere un ruolo di orientamento per le comunità di cui parla.

La seconda dimensione a cui si lega il riconoscimento della diversità (TAB. 10) nei territori è legata alle politiche pubbliche (18,9%). Emerge però una contraddizione piuttosto evidente: mentre per le notizie sulla disabilità si conta un 44,6% che ne riporta traccia, per quando riguarda il genere queste scendono al 10,6%.

TEMA			
Policy, progetti, iniziative	Disabilità	Genere	Totale generale
Sì	44,6%	10,6%	18,9%
No	55,4%	89,4%	81,1%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 10. La distribuzione delle policy, dei progetti o delle iniziative di inclusione (% per tema).

Si è detto che diverse notizie danno conto del fatto che le risorse del PNRR stanno permettendo a molti comuni di apportare migliorie rispetto all'accessibilità dei luoghi pubblici. Le amministrazioni si rivelano sensibili alla presa in carico di questi problemi e se ne fanno vanto in annunci pubblici, mentre le politiche inclusive a supporto del genere - anzi, specificatamente alle donne - sono più difficili da porre in essere: reddito di libertà per le donne vittime di

violenza, l'app Erica rivolta alle donne piemontesi, il finanziamento per incrementare i nidi (e dunque l'occupazione femminile), la Carta della parità nello sport sono le poche iniziative pubbliche attive per ridurre il *gender gap* che hanno trovato spazio sui media locali, senza però fare massa critica.

Se lo sport si presenta come un genere in cui le pari opportunità si compiono maggiormente, va detto che il settore di intervento pubblico in cui si è osservata un'attenzione particolare è quello del turismo. Soprattutto rispetto alle persone disabili, nei mesi osservati sono state numerose le notizie di offerte turistiche per persone non normodotate. L'accessibilità alle strutture rappresenta al tempo stesso un punto di attenzione e un potenziale mercato. L'inclusività può diventare valore sociale ed economico!

■ "Sentiero per tutti in Val Grande",  
Eco Risveglio Ossola,  
1 luglio 2021



## “Sulla disabilità inesattezze e banalizzazioni”

**Fabrizio Vespa, giornalista del terzo settore**

Un ginepraio di inesattezze e banalizzazioni caratterizzano ancora troppo il linguaggio e lo spazio dedicato alle disabilità, perché non esiste solamente la difficoltà nel parlare di questi temi, ma è anche difficile trovare gli ambiti e le occasioni per farlo. Lo sa bene Fabrizio Vespa, giornalista e operatore del terzo settore, che da tempo si occupa delle relazioni esterne della CPD (Consulta per le Persone in Difficoltà), realtà che sul territorio si occupa di favorire l'inclusione sociale delle persone in difficoltà, con disabilità e/o socialmente vulnerabili. Un impegno. Nella sua esperienza quotidiana sono all'ordine del giorno inesattezze che non trovano giustificazione visto che proprio dal linguaggio sbagliato trae origine la prima forma di ghettizzazione, anche nelle cose più inaspettate. Vespa fa riferimento allo spot con le indicazioni di come recarsi ai seggi in occasione del referendum del giugno 2022 ed evidenzia come anche in una comunicazione istituzionale si usi l'espressione “chi è affetto da disabilità”, con uno stigma sulla disabilità che diventa assimilabile alla malattia. La stessa cosa accade con la vecchiaia, non necessariamente uno stato di disagio, in un crescente fastidio di errori che si potrebbero evitare con l'impegno e la formazione.

Vespa è convinto di questo, personalmente si prepara, legge il più possibile sull'ar-

gomento, investe in formazione continua, ha concluso un master per la valutazione di impatto, con la soddisfazione di assumere nuove competenze, spinto dalla volontà di approfondire nuove terminologie fondamentali per descrivere e raccontare i nuovi ambiti che si stanno sviluppando. «Solo così la smetteremo di utilizzare espressioni come sedia a rotelle al posto di carrozzina, per fare un esempio, abbattendo steccati linguistici che entrando nel linguaggio comune hanno legato la disabilità alla non autosufficienza».

Formazione e ricerca continua, quindi, ma anche la ricerca di spazi in cui potersi raccontare, cosa che non sempre succede come, recentemente, in occasione di un festival dedicato al femminile che non ha creduto nella possibilità di lasciare spazio anche all'argomento disabilità e donne. Questo dimostra che davvero le discriminazioni possono sommarsi e per questo Vespa continua a battere sul tema perché la quotidianità nei margini non continui a trovare forme di allontanamento. Nascono così progetti bellissimi, come “Agenda della disabilità”, un progetto di Fondazione CRT con CPD (Consulta per le Persone in Difficoltà), una piattaforma che in forma continuativa crei una relazione fra la società civile e il mondo delle disabilità perché ne fa parte, non è altro da essa. Al

progetto ha preso parte anche l'*influencer* Sebastiano Gravina, noto come @videociecatò che racconta la sua quotidianità di non vedente, senza lesinare espressioni come "ci vediamo", "vedi!", "vediamoci", una formula straordinaria per sottolineare i preconcetti al fine di cancellarli, confrontandosi con atteggiamenti di infantilizzazione e disagi inutili, perché con disabilità, malattia, vecchiaia a tutti capita prima o poi di confrontarsi.

Spazi adeguati e linguaggio corretto, considerando che nel mondo delle disabilità esistono identità di genere e orientamento

sessuale, sul tema Vespa è concreto: «Vivo la questione del linguaggio di genere in forma conflittuale, sono critico nei confronti di \* e Ø, credo che siano formule ancora imperfette per raggiungere un linguaggio inclusivo» e, ancora, «il linguaggio deve favorire la comprensione fra le persone, lo sostengono i linguisti quando ricordano a tutti che questa comprensione deve essere il più possibile semplice, intuitiva, priva di meccanicismi. Al momento attuale siamo ancora lontani da questo risultato, ma la fase di sperimentazione che stiamo vivendo è fondamentale e mi coinvolge totalmente». ■



# Le persone nelle notizie

Un'altra dimensione della ricerca ha analizzato una serie di caratteristiche legate alla presenza di persone coinvolte nelle notizie su genere e disabilità.

Si parte con il dire che sono stati classificati in tutto 10.293 soggetti nelle notizie, in alcuni casi fino a tre soggetti prevalenti per ciascuna notizia; mentre in 2.802 notizie non era presente alcun soggetto.

Nel racconto giornalistico di un fatto riportare la presenza di soggetti e, in alcuni casi, dargli voce rappresenta un indicatore di accuratezza e di completezza dell'informazione che impatta sul modo di presentare l'informazione. Le notizie sul genere sono state quelle più piene con il 74% di presenza di soggetti, mentre quelle sulla disabilità più vuote (66%), perché spesso si parla di misure per i disabili.

Se si osservano i dati generazionali, la categoria più presente è complessivamente quella degli **adulti** che si può assumere a livello universale. Nel caso di riferimento ad altre generazioni, è maggiore l'in-

cidenza di **minori** (6,5%) che di **anziani** (1,4%). Nel primo caso si tratta in prevalenza di misure adottate a livello scolastico per l'inclusione dei disabili. Rispetto al genere il dato generazionale è irrilevante.

Ruoli e professioni delle persone coinvolte nelle notizie	Disabilità	Genere	Totale generale
Personalità politiche e dell'amministrazione locale	28,4%	33,6%	29,0%
Persone legate al mondo dello sport	17,7%	25,4%	21,0%
Management e dirigenza (non politica)	19,5%	11,5%	12,0%
Personale scolastico e formativo	2,3%	2,3%	2,0%
Esperte ed esperti	2,9%	2,4%	2,0%
Altre persone	29,0%	25,0%	36,0%
<b>Totale generale (n)</b>	<b>2.426</b>	<b>7.526</b>	<b>9.952</b>

Tabella 11. Le persone nelle notizie (risposta multipla).

Un secondo dato rilevato riguarda le professioni dei soggetti quando erano esplicitate (TAB 11). L'elenco era composto da una lista piuttosto lunga che però è risultata significativa solo per tre tipologie professionali che non hanno riportato particolari distinzioni rispetto ai due temi. Si tratta rispettivamente di **personalità politiche e dell'amministrazione locale** (28,4% per disabilità e 33,6% per genere), figure che spesso si sovrappongono a livello locale. La seconda professione, in coerenza con quanto già detto, è quella degli **sportivi** e delle **sportive** (17,6% per la disabilità e il 25,4% per il genere). La disabilità viene prevalentemente rappresentata nelle professioni sportive, in particolar modo quando le persone con disabilità motorie nascono abili e durante il corso della vita subiscono delle limitazioni

## ■ PROFESSIONI

Addetta/o del terzo settore, Autorità della pubblica sicurezza, Professioni giuridiche, Casalinga/o, Celebrità, Criminale, Dirigente, Disoccupata/o, Professioni educative, Esperta/o di salute, Figura religiosa,

Funzionaria/o pubblica/o, Operaia/o, Operatrice/tore sanitaria/o, Pensionata/o, Politica/o, Amministratrice/tore locale, Professionista dei media, Sportiva/o, Studente, Altro

nel movimento. La disabilità psichica assume un'investitura rappresentativa di portata inferiore, presupponendo dei bias interni al campo giornalistico rispetto alla complessità del tema.

Nella terza categoria per consistenza si inseriscono le **figure apicali di realtà locali profit**, ma soprattutto **no profit** (19,46% per la disabilità e 11,46% per il genere). Rispetto alla previsione iniziale, le categorie risultate meno presenti sono state le persone con *expertise* (2%) e il personale formativo ed educativo (2%) nonostante le diverse notizie sulla riqualificazione degli spazi scolastici, su progetti di inclusione e sulle Forze dell'Ordine (1%). Un dato coerente con quanto detto, ma che spiega come su questi temi alcuni flussi di comunicazione non siano stati particolarmente attivi.

Un'altra dimensione che ha permesso di approfondire la capacità di *agency* rispetto a disabilità e genere è quella relativa alla funzione delle persone coinvolte rispetto all'argomento della notizia.

■ *L'agency* descrive la capacità delle persone di agire e di prendere decisioni proprie in autonomia.

Nuovamente, rispetto alle aspettative, sono due le dimensioni prevalenti. Da una parte vi sono notizie in cui il soggetto è **direttamente protagonista** dell'evento che ha generato la notizia stessa: 39,6% nel caso di notizie sulla disabilità e 63% in quelle sul genere. Appare evidente la diversa propensione di dare voce ai soggetti che si completa con il dato successivo. Nel caso delle donne il maggior grado di protagonismo è dovuto a un significativo

numero di soggetti femminili con cariche pubbliche locali o dirigenti di realtà territoriali. Nel caso della disabilità, tranne che per lo sport, è meno frequente che le persone disabili abbiano una funzione pubblica. Questo è confermato anche dalla funzione del/della **portavoce**, quando una persona parla per conto di un'altra, il 29,7% talvolta succede per le disabilità, mentre il 12,8% per il genere. In coerenza con la professione, il **parere esperto** è molto poco presente: solo il 4,6% nelle notizie sulla disabilità e 3,3% in quelle del genere. Si tratta di una modalità poco sfruttata dall'informazione locale in cui questa funzione è ricoperta da personale medico-sanitario.

Dal punto di vista del genere delle persone coinvolte nelle notizie, si può affermare che la **presenza femminile** prevale relativamente su quella maschile: 55% del totale dei soggetti contro il 45%. In particolare, le donne sono più presenti in politica (23,8%) anche rispetto agli uomini. Questo emerge grazie al fatto che tra le parole chiave di ricerca c'erano le cariche declinate al femminile (per es. sindaca e assessora), ma anche dal numero di amministratrici locali. Questo spiega la presenza di un dibattito politico locale che prova a tematizzare il rapporto uomo-donna. Non poche esponenti politiche, soprattutto nella provincia di Alessandria, hanno rimarcato la necessità di concettualizzare nel lessico amministrativo locale la declinazione delle cariche politiche anche al femminile, definito un primo cambiamento cognitivo necessario per implementare l'accesso delle donne in politica. Un dato sebbene irrisorio, ma utile per avviare alcune riflessioni, è l'intervento degli uomini a supporto delle tematiche di genere, un timido posizionamento da parte dei politici uomini. Altro elemento che misura la riduzione della presenza del *gender gap* a livello territoriale è il dato sulle professioni dirigenziali, per cui la presenza maschile prevale (8,7%), anche se di poco, su quella femminile (8%), per via del fatto che sono molto presenti ruoli apicali nel terzo settore.

Resta valido il riconoscimento pubblico della disabilità relativamente alla dimensione dell'assistenzialismo di persone disabili. L'*agency* e la *capability* del disabile non sono oggetto di trattazione mediatica. Questa visione uniprospectica pone in evidenza la difficile concettualizzazione della figura disabile dominata da un atteggiamento intenzionale. Infatti, in minima parte si accenna all'occupazione delle persone disabili. La narrazione emotiva è significativamente predominante nella comunità giornalistica locale. Sport e cultura confermano questa definizione del fenomeno. L'atleta paraplegico o la scrittrice con una malattia rara genetica, di cui molto spesso i giornali riportano il nome e di rado il cognome, confluiscono in un tipo di narrazione straordinaria, stupefacente, esaltante. La persona disabile (rappresentata quasi sempre come uomo, bianco, eterosessuale, assistito da una figura femminile) è designata come un supereroe la cui relativa attività notiziata diventa impresa sociale. Lo standard di questa modalità di costruzione della notizia non può avere la pretesa di essere obiettiva e imparziale perché, contrariamente, sorregge una radicalizzata prospettiva abilista, de-strutturando il vero concetto di inclusione sociale.

**"Andrea, ventotto anni, una vita normale, nonostante il deficit visivo. La speranza di recuperare la vista e finalmente prendere la patente",**  
La Guida,  
1 luglio 2021



## “Nelle redazioni il modello maschile verticistico sta vacillando”

Paola Molino, direttrice de L'Eco del Chisone

«All'inizio mi chiamavano direttore, era un po' l'abitudine sentirsi definire nel ruolo. Poi, insistendo un po', il femminile è arrivato e oggi, per togliermi dall'impaccio, per me va bene direttrice o direttrice», così Paola Molino, direttrice de L'Eco del Chisone dal 2018, probabilmente la prima a ricoprire questo ruolo in un giornale piemontese. Si sofferma sulla declinazione al femminile dei ruoli riconoscendo che a volte il suono non è dei più gradevoli, o forse dobbiamo ancora abituarci, ma che questa evoluzione è fondamentale e lo ha imparato anche dalla Tavola Valdese che in Alessandra Trotta ha la sua moderatrice appunto, con fermezza del titolo. «Il problema arriva dopo, quando raggiungi un ruolo e magari ti chiamano Paoletta, Signora Paola, ma io preferisco Dott. ssa Molino. Se fossi uomo non dovrei neanche sottolinarlo, sarei Dottore e basta».

Ampia la visione di Molino, convinta che le redazioni si stiano femminilizzando nei ruoli. Ci sono diverse codirettrici e, sottolinea, «il modello maschile verticistico sta vacillando, nelle redazioni si fa sentire la carenza di fondi e quando arrivano i problemi da risolvere sono necessari nuovi modelli e processi di transizione. Ecco che arrivano le donne, non che prima non ci fossero, certamente avevano ruoli meno decisionali». In generale la sua è una visione illuminata,

una gestione condivisa con due vice, Sofia d'Agostino e Alberto Maranetto, una rete di collaboratrici e collaboratori equamente distribuiti e che da tre anni si avvale della collaborazione di una collega con tetraparesi distonica che tiene sul mensile Eco Extra una sorta di diario, trattando la disabilità con ironia e necessario impegno.

Alcuni anni fa in redazione hanno sentito la necessità di una profonda riflessione sul linguaggio di genere, l'occasione di confronto è nata sul termine femminicidio che la direttrice ha iniziato a indicare come regola. «Ho chiesto espressamente di evitare espressioni come raptus di follia, in questo Sofia D'Agostino è molto attenta, suggerisce, corregge», infatti è stato molto apprezzato il fondo a sua firma sulla decisione della Treccani di declinare termini al femminile. Sensibilità che ritroviamo anche nell'abitudine di descrivere la malattia con garbo: sulle pagine delle pagine de L'Eco del Chisone la direttrice ci tiene a indicare come si cerchino di evitare espressioni come “male incurabile”. «Le parole contano ancora per chi legge e per chi scrive, non bisogna usare espressioni che siano sentenze». Questa linea di condotta della redazione è apprezzata dai lettori, i riscontri sul tema del linguaggio e della disabilità sono chiari e stimolano le collaborazioni della testata con eventi sul territorio, come

l'esposizione a cura della Città di Pinerolo promossa nel quadro del progetto «Pinerolo comunità amica delle persone con demenza». Una mostra fotografica dal titolo «Ogni vita è un capolavoro», in cui uomini e donne anziani affetti da demenza reinterpretano grandi opere d'arte pittorica.

Una redazione che si allarga, riflessioni sui cambiamenti, attenzione al territorio e al mondo che cambia, Paola Molino restitui-

sce un'immagine di testata che conforta ed è preziosa la sua riflessione sulla cronaca nera: «Gioco o forza ne dobbiamo parlare, ma mi lasci dire che la lettura dei verbali ci mette di fronte a un linguaggio maschilista e paternalista, i colleghi spesso diventano veicoli inconsapevoli di questa visione di parte. Noi giornalisti dobbiamo sempre aggiornarci e migliorare, non basta, si deve fare di più anche nei corpi di indagine per restituire verbali scritti meglio». ■



# Linguaggio e discriminazione

La ricerca si è concentrata anche sul linguaggio giornalistico in rapporto alla discriminazione. Per cui è stata condotta un'analisi grammaticale e degli stereotipi prevalenti, in ottica di inclusività e di rispetto delle pari opportunità, in modo da poter verificare se effettivamente l'informazione locale sia un'opportunità di inclusione rispetto al discorso pubblico nazionale.

La nuvola generata utilizzando le parole chiave che hanno selezionato le notizie mostra chiaramente quanto già detto. La disabilità attiene più al tema dell'intervento pubblico e all'inclusione attraverso lo sport, come mostrano le *keywords* "barriere architettoniche" e "Paralimpiadi".

La stessa figura riferita al genere, mostra che i due macro ambiti prevalenti del discorso giornalistico sono la politica, trainata dalle cariche pubbliche occupate da donne, e il tema della violenza, su cui però l'impatto della cronaca nera è risultato essere meno forte del previsto.



all'interno del calcio un progetto di collaborazione per la sensibilizzazione al contrasto alla violenza di genere sfida l'assodata concezione che quel contesto sportivo sia essenzialmente maschilista e indifferente a questi temi.

Un altro elemento di sfida è legato al linguaggio, di cui si parlerà a breve. Anche nel campo giornalistico locale l'utilizzo del femminile inclusivo rappresenta sicuramente un elemento di rottura e di sfida a un senso comune che invece continua a usare il maschile (non sempre neutro) nella declinazione dei titoli. Gli elementi di dibattito e di problematizzazione sui temi della ricerca sono stati pochi e spesso dipendono dalle linee editoriali e dalla formazione dei giornalisti e delle giornaliste.

Rispetto alla riconferma degli stereotipi, contestualmente al processo di *newsmaking* (TAB. 13) vengono poco reiterati in maniera esplicita (4,4%), anche in questo caso più spesso per ciò che concerne il tema delle disabilità.

■ **"Chiaroscuro" apre una nuova sede**,  
Corriere di Novara,  
1 luglio 2021



■ **"Good Game", anche i Grigi giocano contro la violenza**,  
Il Piccolo,  
5 ottobre 2021



TEMA			
Sfida stereotipi	Disabilità	Genere	Totale generale (%)
Si	9,0%	2,6%	4,2%
No	91,0%	97,4%	95,8%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.524</b>	<b>9.952</b>

Tabella 12. La distribuzione della sfida agli stereotipi (% per tema).

TEMA			
Conferma di uno stereotipo	Disabilità	Genere	Totale generale (%)
Si	6,3%	3,8%	4,4%
No	93,7%	96,2%	95,6%
<b>Totale generale</b>	<b>2.426</b>	<b>7.524</b>	<b>9.952</b>

Tabella 13. La distribuzione della conferma di stereotipi nel newsmaking (% per tema).

■ "Cinema per i ragazzi 'speciali'",  
La Sesia,  
12 novembre 2021



■ "Il capolavoro di Elisa sul tetto del mondo",  
La Guida,  
30 settembre 2021



Il dato così basso fa pensare a un tipo di giornalismo locale attento e corretto nella trattazione che fa da bilanciamento al dato precedente. In realtà questo è l'effetto di articoli di cronaca e servizi brevi e di resoconto in prevalenza neutrali e privi di orientamento, ma anche dall'assunzione di un criterio rigido di classificazione dello stereotipo negativo per evitare letture troppo sbilanciate. Focalizzandosi però sulle cattive notizie ha trovato conferma la spesso scarsa consapevolezza di meccanismi sociali fonte di discriminazione. La ricerca ha ritrovato in molti casi errori tipici del **linguaggio giornalistico** rispetto ai soggetti riportati nella notizia (in 2.802 notizie non c'erano soggetti). Ad esempio, parlando di persone disabili si tende ancora molto a rappresentarle come "ragazzi (perché sono stati notiziati soprattutto di sesso maschile) speciali", oppure si tende a riferirsi a una donna chiamandola esclusivamente per nome.

Più in generale, cercando di tracciare delle linee che inquadrino i discorsi legati alle disabilità e alle tematiche di genere, risulta interessante che il discorso sulle disabilità sia ancora molto immaturo, perché si fatica ad assumere una consapevolezza che metta a tema l'abilismo. Ciò si traduce nella maggiore capacità di realizzare l'accomodamento ragionevole, ovvero investire risorse pubbliche compensative, ma anche di **costruire un discorso più sfidante** laddove il contesto non è ancora così problematizzato come quello del genere. Al contrario, le tematiche di genere, essendo issue di conflitto, producono una **sorveglianza maggiore** sia nella sfida alle credenze che nella conferma delle stereotipie di redazione e, come si vedrà, anche nel linguaggio.

## “Tematiche LGBTQIA+, ignoranza o malafede?”

Pasquale Quaranta, La Stampa

“Alfabetizzazione”. È la parola chiave che descrive al meglio il processo in atto nel giornalismo italiano per quanto riguarda le tematiche LGBTQIA+ secondo Pasquale Quaranta, perché «i colleghi delle testate locali e nazionali non hanno ancora presenti le differenze su alcune parole che per il movimento invece sono l'abc». A La Stampa per la divisione digitale del Gruppo Gedi, Quaranta ha attraversato l'Italia prima di arrivare sotto la Mole, partendo da Salerno, la sua città d'origine, e passando per Firenze e Roma. «Ho capito in fretta che avevo a cuore parlare di queste tematiche. Quando ho iniziato a proporre alle testate con cui collaboravo articoli su questo tema mi rispondevano che erano troppi, di non specializzarmi solo su quello, perché così non avrei mai fatto carriera. Non ci si sognerebbe mai di dire di non specializzarsi di tecnologia o di motori. Mai ci sogneremmo di raccomandare a un vaticanista di non scrivere per tutta la sua vita del Papa».

I tempi stanno cambiando, anche se continuano a emergere errori, a volte dettati da semplice ignoranza e non da malafede: «Identità di genere e orientamento sessuale, cosa significa LGBTQIA+, outing e coming out. Una volta capite le differenze non ci si confonde più». E la soluzione è la più ovvia: «C'è bisogno di formazione sui temi, consultando chi è direttamente coinvolto, facendo partecipare le associazioni. Il giornalismo

deve porsi in ascolto, abbandonare l'arroganza e farsi umile, perché se non è questo il campo in cui sperimentare il linguaggio allora quale dovrebbe essere?». Le proposte di Quaranta sono tante: «Corsi di formazione per giornalisti sulla piattaforma Sigef ce ne sono già, ma il mio sogno è che si arrivi presto a una carta deontologica arcobaleno con le linee guida sul linguaggio inclusivo per i giornalisti. I tempi sono maturi per parlarne con l'Ordine, ma per ora i tentativi sono andati a vuoto. Sarebbe importante non per la lesa maestà di una minoranza discriminata, ma per la nostra democrazia e per garantire al lettore un'informazione corretta».

Sullo sfondo Torino, città capitale dei diritti, avanguardia che si riflette nei media locali: «Proprio qui, su La Stampa, secondo Angelo Pezzana, fondatore del Fuori!, è comparsa per la prima volta su una testata italiana la parola omosessuale. Certo, non tutti i colleghi hanno vissuto i fermenti dell'attivismo e qui torniamo al discorso sulla formazione». Il 2022, però, è stato un anno speciale: «Per la prima volta in Italia La Stampa e Repubblica hanno partecipato al Pride con un carro e uno striscione. Sono orgoglioso di aver contribuito all'organizzazione, perché partecipare significa prendere una posizione ed essere trasparenti con i lettori. Questo per me ha un valore enorme, quando ho fondato insieme ad altri amici e amiche l'Arcigay

a Salerno, nel 2003, mai avrei immaginato che un giorno avrei partecipato a un Pride sfilando insieme ai colleghi del giornale per cui lavoro».

Ma cosa dovrebbero fare le testate per migliorarsi? «Creare newsletter, podcast, sezioni dedicate, insomma declinare questi temi meglio in un'ottica di divulgazione - spiega Quaranta - La Stampa è stata pioniera introducendo in redazione figure

come il *digital editor* o la *public editor*, sarebbe bello ci fosse anche un *diversity editor*, che sensibilizzi dall'interno i colleghi e le colleghe sulle tematiche e allo stesso tempo si affacci all'esterno con le associazioni e chi è interessato per fare una comunicazione sempre più precisa. Ci sono aspettative dei nostri lettori che a volte come giornalisti disattendiamo, per questo dovremmo fare sempre meglio e recuperare la loro fiducia». ■

## Il linguaggio

Un altro elemento che costruisce un linguaggio giornalistico corretto nel parlare dei soggetti potenzialmente bersaglio di discriminazione è la **correttezza grammaticale** con cui se ne parla (TAB. 14), intendendo con questa definizione l'attenzione a utilizzare il linguaggio di genere, riportando correttamente ruoli e attributi. Complessivamente la correttezza prevale (72,6%), il che può significare che su questi temi giornaliste e giornalisti si sforzano di usare adeguatamente il linguaggio. Come già anticipato, il linguaggio nelle tematiche di genere risulta essere anche in questo caso sorvegliato quale ne sia la causa, che sia per un'assunzione dell'importanza del rispetto che passa anche attraverso il linguaggio, o frutto di un adeguamento ai tempi che cambiano. Spostandosi sul grammaticalmente scorretto (27,4%), si può notare che sul tema della disabilità la percentuale è più alta.

Esaminando i singoli casi emerge che rispetto ai temi di genere la sensibilità è maggiore e si tende a prestare maggiore attenzione alle declinazioni, spesso anche per esplicita richiesta delle donne coinvolte.

■ La funzione declinata al femminile di sindaca è presente 1.161 volte, quella di assessora 442.

<b>Titolo grammaticalmente corretto</b>	<b>Disabilità</b>	<b>Genere</b>	<b>Totale generale</b>
Corretto	70,4%	73,0%	72,6%
Non corretto	29,6%	27,0%	27,4%
<b>Totale delle persone</b>	<b>1.403</b>	<b>6.109</b>	<b>7.512</b>

Tabella 14. La distribuzione dei titoli grammaticalmente corretti delle persone coinvolte nelle notizie (% per tema).

Essendo invece la disabilità un tema meno problematizzato, anche il linguaggio giornalistico che ne tratta è meno sorvegliato. Di frequente sono emerse declinazioni grammaticalmente errate sui temi della disabilità dove per scelta o per svista il femminile inclusivo si usa di meno.

Se si esamina il rapporto tra genere della persona protagonista e correttezza grammaticale il dato conferma una certa resistenza del sistema della notizia: le donne ancora troppo spesso (30,2%) vengono chiamate con titoli declinati al maschile, non soltanto perché si rispetta la richiesta di una particolare declinazione del titolo. Dall'altra, quando persone *transgender* sono state coinvolte in alcune notizie (4 casi), si segnala la buona pratica di abbandonare l'uso del genere precedente la transizione (nel 75% dei casi).

Il dato sulla correttezza grammaticale esaminato attraverso il genere della firma degli articoli rivela un aspetto su cui riflettere (TAB. 15). Giornaliste e giornalisti usano in modo incorretto il linguaggio con la stessa propensione (il 20%). La cultura redazionale prevale su quella di genere: le donne in redazione spesso subiscono o perpetuano su questi temi, come su altri, un approccio giornalistico poco attento e inclusivo.

<b>Titolo grammaticalmente corretto e Genere della firma</b>	<b>Femminile</b>	<b>Maschile</b>
Corretto	63,73%	62,80%
Non corretto	20,07%	20,62%
<b>Totale delle firme</b>	<b>1.216</b>	<b>2.008</b>

Tabella 15. La distribuzione del titolo grammaticalmente corretto (% per genere della firma).

## “Siamo sentinelle delle discriminazioni”

Piera Savio, direttrice di nove testate tra cui *La Nuova Periferia di Chivasso*

«Appartengo a una generazione che non faceva neppure lo sforzo di pensare che a dirigere una testata potesse essere una donna». Esordisce così Piera Savio, direttrice editoriale di un network che comprende nove testate diffuse sul territorio piemontese, fra cui *La Nuova Periferia di Chivasso*, che ricorda di come trent'anni fa l'iniziale del suo nome puntato fosse sempre e per tutti Piero, un uomo quindi.

Lo scenario, a suo dire, è notevolmente cambiato «quando ho cominciato era difficile ed era palese che si creassero complicazioni a bella posta, percepivo l'ostilità», per questo motivo oggi nelle redazioni che coordina c'è spazio per giovani colleghe in formazione e sono numerose le firme al femminile. Allo stesso tempo la sua linea di direzione è per una netta apertura a ogni professionalità. Se un collega sia o meno disabile non è un problema da porsi, «ho vissuto sulla mia pelle le miopi chiusure, oggi il punto di vista sulla disabilità è un caposaldo della nostra attività». Savio sostiene quanto sia compito soprattutto dell'informazione locale essere sentinella su forme di discriminazione, di violenza e di bullismo, «lavoriamo a stretto contatto con le famiglie che hanno segnalato casi, seguiamo da vicino le vicende di associazioni che si occupano di disabilità, siamo la voce di raccolte fondi dedicate». Insomma,

una missione che nasce da una precisa richiesta dei lettori che si aspettano questo tipo di notizie. È stato così con il sostegno alla vicenda dell'atleta non vedente Alessia Refolo. «Lavoriamo con il mondo dell'associazionismo a tutto tondo, siamo lievi nella formula linguistica che usiamo. Sono convinta che abbia precedenza il rispetto della persona più che la notizia. Non dobbiamo fare del male con parole sbagliate».

Già, le parole sbagliate, un tema che riguarda anche il linguaggio di genere e la giusta rappresentazione, che la direttrice afferma essere al centro di riflessioni interne alle redazioni e di attività verso l'esterno, come presentazioni di libri sull'argomento. «Affrontiamo temi legati alla comunità LGBTQIA+, soprattutto sul web, anche questa è una richiesta dei nostri lettori e per scelta non usiamo lo schwa». A titolo personale Savio non interviene su direttore o direttrice: «La mia è una nomina di tanti anni fa, mi chiamavano direttore, lascio libertà», dà indicazioni sull'uso del femminile, lo incoraggia, dopodiché ogni redattrice e ogni redattore ha una sua posizione: «Se in un nostro articolo si trova scritto sindaco o assessore anche se il ruolo è ricoperto da una donna, è frutto di una richiesta della diretta interessata cui noi ci adeguiamo». ■

# E poi ci sono i social

L'analisi dell'informazione locale più tradizionale non poteva però escludere completamente la dimensione social attraverso cui l'informazione locale diffonde i suoi contenuti. Si tratta di un ambiente ancora poco praticato dal giornalismo locale, ma sul territorio esistono anche realtà native digitali che occorre tenere sotto osservazione. Per questa ragione un altro pezzo dell'indagine si è concentrato sull'esplorare l'ambiente social dell'informazione locale, per capirne le implicazioni e il tipo di rapporto che si sta instaurando rispetto alla prossimità della notizia. Si tratta di un primo esperimento descrittivo che però merita di essere sviluppato in successivi progetti.

Utilizzando lo stesso vocabolario di ricerca per gli stessi nove mesi, attraverso il programma di data analysis Crowd Tangle, si sono estratti e analizzati i post delle pagine Facebook. La scelta dei giornali ha incluso tutte le testate presenti sulla piattaforma *I Giornali del Piemonte* che avevano una pagina, aggiungendone altre più istituzionali non presenti nella piattaforma,

ma comunque rilevanti a livello locale perché generano dibattito sui social. La versione delle pagine online delle testate aggiunte nella stringa di ricerca sono state: Il Corriere Torino, La Repubblica Torino, La Stampa Torino, il Quotidiano Piemontese, Torino Oggi e Nuova Società.

Le parole chiave utilizzate per la ricerca dei post sono le stesse utilizzate per filtrare gli articoli sulla piattaforma *I Giornali del Piemonte*.

Sono stati scaricati 2.096 post per il tema del genere e 109 per il tema della disabilità. Si conferma anche nell'analisi social la prevalenza di contenuti per il tema del genere, che sembra risultare più notiziabile rispetto a quello della disabilità.

## **Il flusso dei post per i temi genere e disabilità**

Nella tabella 16 sono esposti i dati relativi al flusso di post pubblicati dalle pagine dei quotidiani divisi per i temi di disabilità e genere.

Il primo dato da evidenziare riguarda la netta prevalenza di post per il tema del genere (2.096 post) rispetto a quello della disabilità (109 post). Le pagine che hanno i flussi più importanti sono quelle di Quotidiano Piemontese, con 328 post sul genere e 39 sulla disabilità, e quelle di Torino Oggi, con 368 post sul genere e 16 sulla disabilità. A seguire c'è una serie di pagine che resta in una posizione mediana, pubblicando dai 120 ai 170 post, seguite da tutte le altre pagine che rimangono su un numero inferiore di 100 post per il genere e valori tra lo zero e il due per la disabilità. La causa del dislivello nei flussi tra i diversi tipi di testate potrebbe essere il fatto che le pagine di questi giornali sono più attive e seguite nella dimensione online rispetto a quelle dei quotidiani presenti sulla piattaforma *I Giornali del Piemonte*, le cui attività si concentrano maggiormente sulla dimensione della carta stampata e la distribuzione in edicola. Per avere

TEMA		
Nome della pagina	Genere	Disabilità
Corriere di Chieri	20	0
Corriere di Saluzzo	25	1
Corriere Torino	160	6
Eco Risveglio	4	0
Gazzetta d'Alba	132	5
Il Biellese	28	0
Il Corriere di Alba, Bra, Langhe e Roero	68	6
Il Monferrato	15	0
Il Piccolo - Alessandria	53	1
L'Ancora	7	0
L'Eco del Chisone	25	0
L'Unione Monregalese	124	7
La Fedeltà	65	2
La Nuova Provincia - Asti e il suo giornale	163	6
la Repubblica Torino	178	6
La Stampa Torino	177	0
La Vita Casalese	74	6
Luna Nuova	41	7
Nuova Società	40	1
Quotidiano Piemontese	328	39
TGR Piemonte	1	0
Torino Oggi	368	16
<b>Totale</b>	<b>2.096</b>	<b>109</b>

Tabella 16. Il numero di post di ciascuna pagina Facebook (conteggio per tema).

una prospettiva più precisa, può essere utile analizzare i dati in percentuale rispetto ai post pubblicati dalle pagine dei quotidiani presenti sulla piattaforma e di quelli presenti esclusivamente su Facebook (TAB. 17). La tabella 17 mostra che sul totale dei post pubblicati il flusso maggiore appartiene ai quotidiani analizzati solamente su Facebook, con percentuali di pubblicazione che ammontano al 65% per il tema del genere e al 73% per il tema della disabilità.

Testate	Disabilità	Genere
Presenti su I Giornali del Piemonte	35,0%	27,0%
Solo online	65,0%	73,0%
<b>Totale generale</b>	<b>931</b>	<b>117</b>

Tabella 17. Il flusso dei post pubblicati dalle diverse testate (% per tema).

## L'engagement ai post

L'analisi di Facebook si è concentrata anche sulla dimensione dell'*engagement* delle diverse pagine dei quotidiani e dei diversi post per i temi analizzati. Nella tabella 18 sono presentate le interazioni - la somma di like, reaction, commenti e condivisioni ricevute - che i post esaminati hanno ottenuto durante il periodo di osservazione. Divisi per genere e disabilità, al netto del fatto che nel primo caso ci sia un flusso maggiore di post, il tema del genere risulta suscitare molte più interazioni sui social rispetto a quello della disabilità. Il fatto che susciti più *engagement* e che risulti quindi più notiziabile potrebbe essere la ragione per cui le testate tendono a trattare maggiormente il tema del genere.

Per avere un'idea generale del seguito che le singole pagine hanno rispetto alle altre possiamo andare a guardare il numero di *follower* che queste raccolgono (tabella 18). La pagina con il numero di follower più alto è quella de Il Biellese con 283.600 follower, seguita da quelle del Quotidiano Piemontese (187.700) e de La Stampa (185.414). I giornali più *mainstream* sono anche i più seguiti e in grado di generare traffico sui social. Questa prima ricognizione però evidenzia anche delle eccezioni che diventeranno oggetto di futuri approfondimenti.

■ **Engagement** è un termine che indica l'attenzione che qualcuno pone verso qualcosa.

Su Facebook l'attenzione verso un post si concretizza in alcune azioni, come esprimere la propria preferenza o condividere il messaggio, o ancora rispondere con post e commenti. Si può dire che l'*engagement* rappresenti tutta la dimensione delle **persone che sono esposte al nostro messaggio** o che effettuano un'azione sui nostri contenuti.

Nome della pagina	Totale interazioni per il tema del genere	Percentuale interazioni per il tema del genere	Totale interazioni per il tema della disabilità	Percentuale interazioni per il tema della disabilità	Numero di follower
Corriere di Chieri	367	1	-	-	14.865
Corriere di Saluzzo	50	1,2	8	0	5.692
Corriere Torino	4.766	7,6	78	0,3	29.368
Eco Risveglio	50	0,2	-	-	13.489
Gazzetta d'Alba	3.712	6,3	49	0,2	45.282
Il Biellese	232	1,3	-	-	15.816
Il Corriere di Alba, Bra, Langhe e Roero	215	3,2	8	0,3	23.336
Il Monferrato	98	0,7	2	0	12.206
Il Piccolo - Alessandria	1.302	2,5	2	0	21.830
L'Ancora	80	0,3	-	-	7.261
L'Eco del Chisone	2.027	1,2	-	-	30.326
L'Unione Monregalese	7.384	5,9	381	0,3	34.200
La Fedeltà	602	3,1	44	0,1	6.271
La Nuova Provincia - Asti e il suo giornale	7.116	7,8	-	-	35.998
la Repubblica Torino	24.269	8,5	-	-	99.970
La Stampa Torino	23.648	8,4	775	0,4	185.414
La Vita Casalese	417	3,5	280	0,3	9.346
Luna Nuova	741	2	322	0,3	28.447
Nuova Società	574	1,9	17	0	6.727
Quotidiano Piemontese	61.596	15,6	3.872	1,9	187.700
TGR Piemonte	108	0	-	-	29.564
Torino Oggi	19.398	17,6	589	0,8	99.050

Tabella 18. Le interazioni ai post delle singole testate divisi per tema.

## Le parole più utilizzate nei post

L'ultima dimensione dell'analisi dei social si è concentrata sul testo dei post pubblicati dalle testate, indagati attraverso uno studio automatizzato del testo condotto tramite *Rstudio*. L'analisi dei post



# Al giornalismo responsabile serve ORA un cambiamento culturale

Ore 17: il bambino fa i compiti, la mamma stira, il papà rientra a casa, con la borsa da ufficio zeppa di pratiche. Non è un quadro degli Anni Cinquanta, è un disegno scelto in un sussidiario per la scuola primaria, dato alle stampe nel 2022. Cioè oggi, in una società che ancora si alimenta di stereotipi e pregiudizi costruiti, spesso incentivati, con le parole e con le immagini.

Ciò che non si nomina tende a essere meno visibile agli occhi della gente. Vale per le professioni e per gli incarichi istituzionali: chiamare le donne che svolgono un determinato lavoro con un sostantivo femminile non può essere “derubricato”, come spesso avviene, a un capriccio o, peggio ancora, una forzatura linguistica. È, invece, una scelta, assolutamente legittima, in attesa che diventi regola, che di questi mestieri riconosce l'esistenza, con una legittimazione finalmente paritaria. L'obiezione “suona male”, avanzata spesso anche all'interno delle redazioni, per non accogliere o modificare una narrazione rispettosa del genere, è una giustificazione non richiesta, che piace tanto a direttori e capiredattori, ruoli in larga maggioranza occupati da uomini, che si cibano di questa cultura patriarcale e di questa lingua androcentrica, in cui il maschile si sovrappone al femminile, lo priva della sua identità, anche solo attraverso una vocale, un articolo, un aggettivo, e ne fa un termine subordinato a quello principale.

Rifiutarsi di declinare al femminile ruoli e posizioni, scegliere di chiamare la protagonista di una notizia solo con il nome proprio, fornisce il ritratto di una donna che, nella percezione diffusa, non è autonoma, non è capace di scelte proprie e non è portatrice di diritti.



Se il linguaggio diventa un tramite per quello che la studiosa Sara Mills ha definito “sessismo indiretto”, stratagemma per affermare rapporti asimmetrici e non paritari tra uomini e donne, allora una ricerca come quella condotta dall’Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni (ORA) ha un ruolo fondamentale per comprendere quali interventi siano necessari, anche da parte di organismi come la Commissione Pari Opportunità della Federazione Nazionale della Stampa e come i Gender Council delle federazioni internazionale ed europea delle giornaliste e dei giornalisti.

Perché, spesso, le notizie che compaiono sui media locali sono le prime con cui i cittadini e le cittadine apprendono un fatto, la dinamica e i protagonisti e le protagoniste di esso: il peso delle parole, ma anche della sintassi ha un effetto sul modo in cui gli eventi vengono percepiti, letti, interpretati, vissuti. Vale per i casi di femminicidio e di violenza di genere, per i quali esiste un testo fondamentale come il “Manifesto di Venezia”, ancora spesso ignorato, disatteso, da alcuni considerato un bavaglio, quando invece ha nei suoi principi e contenuti valori fondanti di una informazione corretta e libera da stereotipi e pregiudizi: il rispetto e la parità di genere.

Un cambiamento culturale della società inizia e, comunque, passa anche da un giornalismo responsabile, attento, consapevole della sua funzione sociale. Che non deve considerare anche il linguaggio sessuato come elemento di distinguo politico nella lingua italiana.

Ministra, avvocatessa, assessora, sindaca, direttrice non sono orpelli, e non basta rifugiarsi dietro uno “sta male nel titolo” per escludere quello che, invece, è un riconoscimento effettivo di ruoli e professioni, come dimostra anche la scelta, recente, della Treccani, che segue indicazioni già fornite dall’Accademia della Crusca. È grammatica, e non politica, e quest’ultima non deve (non dovrebbe) mai influire, o legittimare, un cambiamento del lin-

guaggio nel racconto degli uomini e delle donne che non tenga conto di una presenza nuova e rinnovata.

ORA non può essere un'esperienza isolata, ma necessita di continuità, perché i dati raccolti sono una risorsa per far crescere il modo di comunicare, che è l'essenza del nostro mestiere. ORA deve diventare, e sono convinta che sarà così, apripista per creare un Osservatorio nazionale sui media, nel racconto della violenza, che Cpo Fnsi, insieme a Cpo dell'Ordine e Cpo Usigrai e a GiULiA Giornaliste, chiede da tempo nei "palazzi" del potere, incontrando, ad oggi, condivisione a parole, che mai si è tradotta, ad oggi, in azione concrete. E, invece, la buona informazione è pilastro di una società senza tetti di cristallo (o di cemento armato) da rompere e senza barriere da superare. Ed è garanzia di democrazia compiuta: per questo noi giornaliste ci batteremo sempre, perché le parole sono pietre per costruire e non oggetti da scagliare per attaccare e respingere chi si batte per una parità nei fatti.

**Mimma Caligaris**

*Presidente Cpo Fnsi*

*Componente Gender Council Ifj Efj*



## ORA. Un osservatorio condiviso per unire, capire e suggerire strade

Irene Brin, forse la più famosa, che ha attraversato a piè leggero l'editoria fascista cambiando spesso nome da una testata all'altra (Mariù, Geraldine, Ortensia, Contessa Clara...), sul Popolo d'Italia era I.Brin: donna, uomo? Oggi sorprende. Ed è tristemente lungo l'elenco degli pseudonimi delle giornaliste nel ventennio, quando i loro articoli erano firmati Elio, Lucio, Enzo, Gin, Linceo e via elencando. La storia del giornalismo delle donne passa anche di qua. Nomi rassicuranti, da uomo. Certo, è un dato.

Le donne intorno a quel ventennio sui giornali c'erano, più di quanto raccontino i loro pseudonimi. Le donne erano battagliere, erano direttrici. Grandi nomi alla guida di testate politiche. Finché hanno potuto. Non c'erano solo Enrica Viola Agostini, socialista direttrice della Difesa delle Lavoratrici, o Rita Montagnana alla guida di La Compagna o Teresa Noce con Noi Donne: su altro fronte Dini Fanny, audace fascista della prim'ora, con la Pagina del Balilla. O Noemi Lomiry Piccini, che su Mani di Fata faceva propaganda di regime. Eppure è a volte difficile ricostruire la storia delle donne che guidarono i giornali, anche col beneplacito del potere, perché spesso meteore. Come sempre, meteore. Condannate a non restare alla memoria.

È da lì, comunque, dagli anni del fascismo, che si crea una nuova classe giornalistica femminile, dopo i traumi della prima guerra mondiale. Una voglia di scrivere che spesso restava sottovoce. Un racconto della realtà con una penna diversa, un'attenzione al sociale. Una storia tutta da riscoprire, scavare, raccontare. Regione per regione, città per città, inseguendo una editoria dei Comuni più che la grande editoria nazionale.



Le donne oggi si firmano per quel che sono. Donne, senza timore di non venir credute. Ovviamente, naturalmente, è così. Ma continuano per lo più a portare un contributo proprio alla scrittura, un occhio, una attenzione "strabica". Ed è, una volta ancora, soprattutto nell'editoria locale che questo risalta di più.

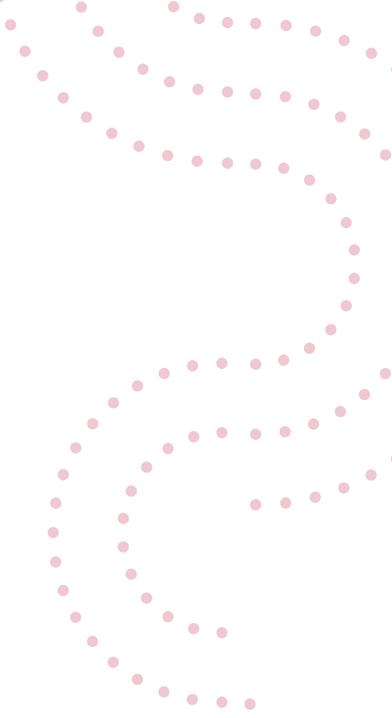
Delicata l'editoria locale, dove spesso giornaliste e giornalisti si "fanno le ossa", scimmiettando il peggio, replicando stereotipi come se fossero conquiste di patenti giornalistiche, quando è proprio questo il terreno della sperimentazione di linguaggi e approcci più liberi verso una conoscenza delle donne e degli uomini, dei giovani e della realtà.

Ecco, è qui che c'è GiULiA: questa associazione di centinaia di giornaliste che si articola nei territori, e che fa i conti con quel che è stato, quel che è, quel che deve essere. E che studia tra passato e futuro del linguaggio.

Ed è questo appuntamento con ORA in Piemonte uno dei suoi passaggi qualificanti: un osservatorio condiviso con le istituzioni per unire locale e globale, per capire, individuare gli errori, suggerire strade.

GiULiA lavora da oltre dieci anni (è nata nell'autunno del 2011) sull'informazione: lavoriamo all'interno delle nostre redazioni per far sviluppare una attenzione alla scrittura che non c'era, il che significa batteggiare nelle riunioni di redazione, con le colleghe e i colleghi (certo: anche con le colleghe) per un linguaggio rispettoso delle donne, per una attenzione alla scrittura della violenza che non sia superficiale, perché i delitti non siano raccontati dalla parte di lui, perché non si inventino continue giustificazioni al peggio, in nome dello stereotipo da bar.

Abbiamo fatto tanto. Abbiamo sdoganato nei giornali una parola brutta, cacofonica, come "femminicidio", riuscendo così a trascinare una attenzione nuova nei media su quello che non è da archiviare come un banale delitto. In pochi parlano ancora d'amore...



GiULiA lavora con le università, con le istituzioni, ovviamente con l'Ordine e con il Sindacato dei giornalisti, sull'universo dei media: ci occupiamo di sport e di cultura, scaviamo nel cinema dimenticato delle documentariste, promuoviamo convegni e eventi, realizziamo incontri sulla salute di genere come sui temi del lavoro femminile, parliamo di Covid e ci battiamo per le donne dell'Iran. Ma il cuore del nostro lavoro è e resta l'attenzione alla parola che scorre sulle pagine, sul web, nella radio e nei tg. In realtà il cuore del nostro lavoro è la passione per l'informazione, la ragione per cui abbiamo deciso di contrastare il peggio, la routine, la stanchezza, dei nostri giornali proponendo e promuovendo riflessioni che aiutino alla buona informazione. A partire dalla scrittura. Senza censure, per carità, ma in nome di quell'articolo 21 della Costituzione che obbliga ciascuna di noi a rispettare le lettrici e i lettori. Ed ecco perché è necessario oggi ripercorrere la nostra storia, suggerire alle colleghe (e ai colleghi!) di oggi e di domani di non lasciarsi imbrigliare dal linguaggio per raccontare quel che accade con le parole della realtà. (E non, di volta in volta, con quelle della politica).

**Silvia Garambois**

*Presidente associazione GiULiA Giornaliste*



## Il legame di ORA con il contesto internazionale

Che ruolo hanno i media nel rappresentare le differenti identità presenti in una società? E fino a che punto la realtà di donne e uomini trova una rappresentazione adeguata e attenta nell'informazione?

Le domande che hanno guidato il lavoro ORA, promosso da GiULiA Giornaliste, gruppo del Piemonte, e dal Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino, richiamano le domande che da oltre venticinque anni ispirano e accompagnano la realizzazione del Global Media Monitoring Project (GMMP), il più longevo e ampio monitoraggio mondiale sulla rappresentazione di donne e uomini nel mondo dell'informazione. Un'iniziativa che dal 1995 viene realizzata ogni cinque anni, e ha prodotto letture approfondite e critiche sulle carenze nelle rappresentazioni di genere nelle notizie in oltre cento paesi nel mondo. Al tempo stesso il GMMP ha consentito di sviluppare una metodologia di indagine che è diventata modello per altri studi; ha fornito elementi per comparare contesti locali, nazionali e sovranazionali; e soprattutto ha favorito collaborazioni e occasioni di confronto fra professioniste/i dell'informazione, mondo della ricerca, realtà associative e amministrazioni pubbliche, dai territori locali fino alle istituzioni europee e alle Nazioni Unite.

È nel solco di questa esperienza che possiamo meglio apprezzare l'impegno di ricercatrici e giornaliste che, con il supporto della Regione Piemonte, hanno realizzato la presente ricerca nell'ambito dell'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni. Ciascuna di queste realtà contribuisce con un patrimonio di conoscenze ed esperienze pratiche - rispetto all'informazione e alle dinamiche comunicative del territorio - che qui entrano in un dialogo fruttuoso.

Viviamo un'epoca caratterizzata da crisi - sociali, ambientali, geopolitiche - che si intersecano e so-



vrappongono. Una situazione che vede crescere le diseguaglianze, e rende essenziale riconoscere e valorizzare il contributo di diversi soggetti ed enti che vivono e operano nei nostri territori. Una situazione che rende l'accesso all'informazione e ai media, tradizionali e digitali, un tema cruciale. I mezzi d'informazione giocano un ruolo fondamentale tanto nel rendere visibili diseguaglianze, discriminazioni e problematiche sociali, quanto nel dare voce ai soggetti e alle competenze che se ne fanno carico; essi contribuiscono così all'individuazione di soluzioni efficaci, promuovendo, al tempo stesso, i valori democratici di libertà di espressione, pluralismo e partecipazione. È a questi mezzi d'informazione che chiediamo di produrre contenuti attraverso modalità e linguaggi che riflettano i progressi raggiunti nelle nostre società, in particolare dalle donne, e di contribuire a promuovere una cultura e una consapevolezza di genere necessarie a favorire la piena cittadinanza di tutte e tutti.

Per questo è fondamentale analizzare in maniera critica, attraverso attività di monitoraggio come questa, narrazioni mediatiche che per lungo tempo sono state caratterizzate da invisibilità e rappresentazioni distorte, in particolare delle donne, di gruppi minoritari e marginalizzati. Da qualche tempo si segnalano progressi nella costruzione delle notizie, nell'attenzione prestata a specifici soggetti, e nei linguaggi con cui si rappresentano le molteplici realtà di donne e uomini; ma il progresso è assai lento, la variabilità delle situazioni fra paesi e regioni del mondo è notevole, e il dato che emerge dal Rapporto globale del GMMP 2020<sup>1</sup> è che la parità di genere nella rappresentazione delle notizie richiederà ancora 67 (!) anni per essere raggiunta...

Il focus specifico sui media locali offre la possibilità di verificare se e fino a che punto l'informazione vicina alla cittadinanza sappia meglio cogliere dinamiche sociali, trasformazioni in atto, esperienze e voci di particolari realtà. Le linee d'indagine adottate in questo studio guardano a dimensioni rilevanti per promuovere lo sviluppo di una cultura di genere nell'informa-

1. Si veda sesto Global Media Monitoring Project Report 2020, disponibile (in inglese) sul sito <https://whomakesthenews.org/gmmp-2020-final-reports/>. Interessante in particolare l'elaborazione del GEM-Index (indicatore composito su genere and media) alle pagine 42-43.

zione: le declinazioni di genere nelle notizie, i linguaggi della narrazione e le realtà redazionali. La fotografia che emerge da questo studio è, come spesso avviene, fatta di luci e ombre; in questo caso, luci e ombre in parte simili e in parte diverse da quanto rilevato a livello nazionale e globale.

Rispetto alla declinazione dei temi di genere, nell'informazione locale risulta che la presenza femminile è significativa sul totale dei soggetti nelle notizie analizzate, mentre il Rapporto italiano del GMMP 2020<sup>2</sup> ha segnalato una lentissima crescita delle donne come soggetti delle notizie nell'arco di due decenni, fermandosi comunque attorno al 26% per i media tradizionali e 28% per i media digitali (Internet e Twitter). È rilevante che nel contesto locale i temi legati alla politica riportino una presenza femminile significativa, riflettendo un aumentato coinvolgimento delle donne nella politica e nelle amministrazioni; così come sono rilevanti i dati relativi alle notizie di (cultura e) sport, da sempre appannaggio di una narrazione al maschile, e che qui invece paiono diventare uno "strumento con cui si fa inclusione sociale". Entrambi i risultati raccontano una realtà locale potenzialmente più inclusiva e attenta alle differenze di quella nazionale, dove le donne sono ancora in gran parte marginali rispetto ai temi di politica (25% dei soggetti delle notizie in quell'ambito) ed economia (14%), ma anche nelle notizie sportive (21%). Risulta invece più in linea con la dinamica nazionale la limitata presenza di voci femminili autorevoli, esperte e portavoce: se la competenza e autorevolezza delle donne sembra venire gradualmente riconosciuta a livello globale, dove l'informazione offre loro occasioni di esprimersi e contribuire al dibattito pubblico, nel contesto italiano le donne portavoce hanno trovato una collocazione dignitosa (passando dal 13% del 2015 al 30% del 2020), ma le voci esperte si sono drasticamente ridotte (dal 18% del 2015 al 12% del 2020). Pure in linea con i dati nazionali sono quelli qui presentati e relativi alla marginalità assoluta delle questioni direttamente legate alle disuguaglianze di genere, come pure le notizie che

2. Il rapporto italiano GMMP 2020 è accessibile a <https://whomakesthe-news.org/wp-content/uploads/2021/07/Italy-Report-GMMPPrev2.pdf>.



provano a sfidare gli stereotipi di genere (solo l'1% delle notizie nel Rapporto italiano del GMMP 2020).

È apprezzabile anche il focus specifico che questa indagine locale ha posto sull'uso della lingua italiana, le concordanze grammaticali e la disponibilità all'innovazione nel linguaggio giornalistico, al fine di sondare la capacità di tale linguaggio di riflettere trasformazioni sociali che vedono ormai le donne impegnate in diversi settori, ambiti professionali e ruoli sociali: le sindache e le assessore, ma anche le direttrici dei giornali. Anche nel Rapporto italiano del GMMP 2020 si è scelto di dedicare un focus a questi aspetti, per verificare quanto l'informazione rifletta le trasformazioni in atto nel discorso pubblico e nel parlato. Anche in questo caso i risultati sono simili: si nota una generale correttezza nelle concordanze grammaticali, ma le donne vengono indicate con nome e cognome meno di frequente dei colleghi maschi (76% per le une e 82% per gli altri); meno dei colleghi maschi al loro nome è associato il titolo professionale o istituzionale (54% per le donne, 72% per gli uomini); e quando il titolo è indicato, ancora spesso è comunque declinato al maschile. Dallo studio promosso da GiULiA Giornaliste e dal Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino emerge tuttavia un dato interessante: il dibattito sull'uso della lingua sembra essere presente e vivace nel territorio, con una certa apertura all'innovazione e al linguaggio inclusivo da parte sia delle amministratrici che delle professioniste/i dei media.

Infine, sono interessanti le rilevazioni qui presentate rispetto alle modalità operative delle redazioni e ai contenuti delle notizie prodotte: forse le donne professioniste dell'informazione firmano un minor numero di articoli, di sicuro hanno situazioni lavorative tendenzialmente più precarie e "abitano" meno le redazioni; tuttavia si rilevano firme maschili che affrontano temi legati a genere e disegualanze, e si rileva anche una "divisione dei compiti" meno discriminante di quanto riscontrato a livello nazionale rispetto ai temi di cui donne e uomini nel giornalismo si occupano, laddove

a scrivere di sport, welfare sociale e politica nel locale sono sia firme femminili che maschili. Pare dunque che nel locale ci si riconosca, mettendo in evidenza le peculiarità socio-politiche, le tradizioni del fare informazione, il legame tra media e tessuto sociale.

A questo si aggiungono alcune testimonianze dirette che arricchiscono le analisi dei dati con l'esperienza quotidiana delle redazioni offline e online. Testimonianze che richiamano, fra l'altro, l'importanza di promuovere modelli professionali consapevoli delle differenze di genere attraverso la formazione delle nuove generazioni dei professionisti dell'informazione: studentesse e studenti, giovani appassionate/i che nell'avvicinarsi a questa professione dovrebbero avere a disposizione un bagaglio culturale e strumenti concettuali e pratici per realizzare un'informazione "sensibile al genere". Le curatrici di questo rapporto di ricerca sottolineano nell'Introduzione l'importanza del costruire ponti fra il mondo della professione giornalistica e quello della ricerca per creare sinergie nell'analisi critica dei media. Gli stessi ponti e le collaborazioni che ne derivano possono oggi contribuire a formare una nuova classe professionale. È in questa prospettiva di collaborazione fra saperi pratici e riflessioni analitiche che sono sorte alcune realtà internazionali che meritano di essere ricordate. Fra queste una rete promossa dall'UNESCO<sup>3</sup> che accompagna università e scuole di giornalismo proponendo materiali didattici che affrontano la molteplicità delle dimensioni critiche del rapporto fra genere, media e informazione; e la piattaforma del progetto Advancing Gender Equality in Media Industries (AGEMI)<sup>4</sup> che raccoglie unità didattiche, risorse bibliografiche, buone pratiche, interviste con professioniste/i dei media e accoglie anche progetti creativi sviluppati da studentesse e studenti su temi quali la rappresentazione della violenza, la sicurezza delle giornaliste nel mondo digitale, le sfide comunicative e mediatiche che accompagnano le donne che occupano lo spazio pubblico.

Problematiche non risolte, dunque, e temi che continuano a richiamare l'attenzione delle istituzioni a di-

3. UNESCO UniTWIn  
Network for Gender media  
and ICT:

<http://www.unitwin.net>.

4. Accessibile a  
[www.agemi-eu.org](http://www.agemi-eu.org).



versi livelli. Ricordiamo qui che nel marzo 2022 una Dichiarazione congiunta sulla libertà di espressione e la giustizia di genere<sup>5</sup> è stata adottata dagli Special Rapporteurs per la libertà di espressione delle Nazioni Unite, dell'Organizzazione per la sicurezza e la cooperazione in Europa (OCSE), dell'Organizzazione degli Stati Americani (OSA) e della Commissione Africana per i Diritti Umani. Il documento riconosce che le disuguaglianze di genere si riducono laddove aumentano il pluralismo e la diversità dei/medi; e chiama i mezzi di informazione a svolgere un ruolo trasformativo per l'eliminazione degli stereotipi e della violenza di genere. Fra le raccomandazioni, un'attenzione particolare è dedicata alla raccolta di dati disaggregati per genere e relativi all'inclusione digitale, alla partecipazione nei media e ai contenuti dell'informazione.

Si riafferma così la centralità di iniziative come quella i cui risultati sono qui riportati e discussi, al fine di comprendere la natura e l'entità di disuguaglianze che persistono. Questo è necessario per individuare piste e modelli di cambiamento; ma la raccolta di dati sull'informazione, la discussione sui dati stessi e il confronto fra diversi attori che partecipano a costruire, far circolare e interpretare quell'informazione in ciascun contesto richiedono un impegno continuativo. Molti anni di monitoraggio attraverso il GMMP mostrano che i progressi raggiunti non si possono considerare consolidati: un'attenzione costante e sforzi mirati sono necessari per rendere i progressi sostenibili nel tempo. Questo rapporto di ricerca offre molti spunti per mantenere accesa la discussione, guardando alle generazioni future.

**Claudia Padovani**

*Università degli Studi di Padova*

*Co-coordinatrice GMMP Italia*

*Co-chair UNESCO UNITWIN Network on Gender*

*Media and ICT*

5. Il testo in inglese è disponibile su <https://www.ohchr.org/sites/default/files/2022-05/Gender-oint-Declaration-Free-dex.pdf>

## ORA è un progetto di

**GiULiA Giornaliste** è una rete nazionale nata nel 2012 per promuovere l'uguaglianza dei generi nella società con particolare attenzione al mondo del giornalismo e una rappresentazione mediatica corretta della donna. GiULiA ha costruito propri progetti mirati a incidere su chi i media li fa e su chi ne fruisce: un sito di informazione, corsi di genere ai master universitari per futuri giornalisti, manuali, dibattiti, spettacoli teatrali, mostre fotografiche, "Forum delle giornaliste del Mediterraneo", una banca dati online che raccoglie i CV di esperte in ogni ambito (<http://100esperte.it>). Dal 2017 è anche ente formatore. L'associazione GiULiA (Giornaliste Unite Libere Autonome) ha diramazioni regionali, tra cui quella del Piemonte che ha dato vita a numerosi corsi di aggiornamento per giornalisti, partecipato a progetti e dibattiti ed è stata tra i promotori della mostra fotografica a Palazzo Madama a Torino "In prima linea. Donne fotoreporter in luoghi di guerra".

**Dipartimento di Culture, Politica e Società**, Dipartimento di "Eccellenza" dell'Università di Torino nel periodo 2018-2022, è un polo di formazione nel campo delle scienze sociali, della comunicazione e degli Area studies tra i più qualificati a livello nazionale e internazionale. Qui la formazione integra didattica innovativa e ricerca avanzata, anche grazie al Centro "Luigi Bobbio" per la ricerca sociale pubblica e applicata che ha costruito rapporti importanti con il territorio e con le sue dinamiche produttive. Una ricca rete di centri, osservatori e laboratori di ricerca monitora tematiche di grande rilevanza pubblica come migrazioni e relazioni interculturali, comunicazione politica, città e sviluppo, mafie e corruzione, istituzioni e dinamiche dell'Unione Europea.



**Regione Piemonte** Con l'approvazione della legge regionale n. 5/2016, la Regione Piemonte si è dotata di una legge quadro che consolida e mette a sistema un impegno avviato e portato avanti da oltre dieci anni, con l'UNAR e vari enti locali piemontesi. Con la collaborazione di enti pubblici e privati, la Regione ha istituito una Rete regionale contro le discriminazioni, con 8 Nodi attivi sui territori provinciali e metropolitano e oltre 100 Punti informativi in fase di attivazione su tutto il territorio regionale, ai quali chi è vittima o testimone di una discriminazione può rivolgersi per segnalare la situazione e chiedere supporto. Il progetto è stato seguito istituzionalmente da Osvaldo Milanesio e da Enzo Cucco.

## Il team di ORA



**MARINELLA BELLUATI** | [marinella.belluati@unito.it](mailto:marinella.belluati@unito.it)

Docente di Analisi dei Media e di Sociologia della Comunicazione del Dipartimento di Culture, Politica e Società e responsabile scientifica della ricerca ORA. Ha curato il volume *Femminicidio. Tra realtà e Rappresentazione* (Roma Carocci, 2021). Si occupa di Genders media studies e ha partecipato al GMMP. Fa parte del comitato di gestione del Cirsde.

---



**STEFANELLA CAMPANA**

Del Direttivo nazionale di GiULiA Giornaliste e coordinatrice del gruppo di giornaliste di GiULiA Piemonte coinvolte nella ricerca ORA. Già giornalista a La Stampa, è stata presidente della CPO della Regione Piemonte e rappresentante della CPO dell'Associazione Stampa Subalpina. Ha diverse esperienze in campo editoriale e televisivo.

---



**SARA IACOMUSSI** | [saraiacomussi@gmail.com](mailto:saraiacomussi@gmail.com)

Giornalista impegnata nella cronaca di Torino, con un particolare occhio per le tematiche dei diritti, iscritta a GiULiA Piemonte da due anni, ha realizzato per ORA alcune delle interviste del report, curato l'editing e prodotto video di presentazione.

---



**ROSSELLA IANNONE** | [rossella.iannone@unito.it](mailto:rossella.iannone@unito.it)

Ricercatrice junior ha partecipato alla rilevazione e all'analisi dei dati per ORA. Attualmente addetta stampa dei Centri Antiviolenza Emma Onlus e referente territoriale dell'Associazione Break The Silence.

---



**ILARIA LECCARDI** | [ilaria.leccardi@gmail.com](mailto:ilaria.leccardi@gmail.com)

Giornalista di Alessandria, iscritta a GiULiA dal 2019, ha fondato la casa editrice indipendente Capovolte che pubblica testi con una prospettiva di genere, a tema donne e femminismi. Per ORA ha curato i contenuti social, il lancio stampa e l'editing del report.

---



**COSTANZA MASSIDDA** | [costanza.massidda@edu.unito.it](mailto:costanza.massidda@edu.unito.it)

Ricercatrice junior ha partecipato alla rilevazione e all'analisi dei dati per ORA. Attualmente studia Comunicazione Pubblica e Politica all'Università di Torino. Si interessa principalmente di analisi quantitativa applicata in ambito sociale e politico.

---



**ELENA MIGLIETTI** | [elenina.miglietti@gmail.com](mailto:elenina.miglietti@gmail.com)

Giornalista e docente della Scuola Holden di Torino, è parte del direttivo nazionale di GiULiA Giornaliste parentesi (a cui è iscritta dal 2011) e coordinatrice di GiULiA Piemonte. Ha curato per ORA le interviste del video di lancio, realizzato alcune delle interviste del report e curato l'editing.

---



**FRANCESCA TAMPONE** | [francesca.tampone@unito.it](mailto:francesca.tampone@unito.it)

Attualmente dottoranda presso l'Università di Milano - Bicocca. È stata coordinatrice del gruppo di ricerca di ORA. Si occupa di immagini e discorsi intersezionali nel campo della comunicazione, in particolare del giornalismo e della comunicazione pubblica.

---





GiULiA  
giornaliste



ISBN 978-8-87590-243-8



9 788875 902438

con il patrocinio di



Associazione  
Stampa  
Subalpina

