

Attualità

- ▶ La Conferenza Svizzera delle Delegate alla Parità fra Donne e Uomini (CSP) ha reso noti i risultati di uno studio sulla presenza femminile nei media.
- ▶ Il commento ai dati della CSP da parte della vicepresidente dell'Associazione Donne PPD Valentina De Bianchi.

Parità tra i sessi nei media: la Svizzera può fare di più!

Ancora marcate le differenze tra uomo e donna nella stampa

▶ Il rapporto aggiuntivo al progetto mondiale di monitoraggio dei media "Qui fait les nouvelles en Suisse? - Wer macht die Nachrichten in der Schweiz?" mostra che le donne continuano a essere sottorappresentate tra le persone menzionate o intervistate (22%). Considerando tutti gli organi d'informazione quotidiani, solo il 34% delle notizie prodotte recano una firma femminile. La situazione non è omogenea in tutto il Paese: nella Svizzera italiana e romanda la percentuale di donne autrici di articoli o menzionate nei servizi è più elevata che non nella Svizzera tedesca.

Dal 1995, ogni cinque anni viene condotta su scala mondiale un'analisi sulle notizie d'attualità in una prospettiva di genere. La quarta edizione del *Global Media Monitoring Project* (GMMP) ha analizzato le notizie pubblicate in una giornata del tutto normale, il 10 novembre 2009. Per la prima volta, hanno partecipato sotto l'egida della Conferenza Svizzera delle Delegate alla Parità fra Donne e Uomini (CSP) le tre principali regioni linguistiche della Svizzera. L'analisi, che ha interessato 802 persone menzionate o intervistate in 284 notizie redatte da 322 giornalisti di ambo i sessi, ha fornito il quadro seguente. Per quanto attiene alle persone menzionate, le donne continuano a essere sottorappresentate (22%). Questa constatazione riguarda tutti i media. Le donne sono spesso sollecitate a esprimere un'opinione come voce popolare, ma molto meno quali esperte o autorità. La presenza femminile è maggioritaria (55%) nelle notizie a carattere culturale e d'intrattenimento, discreta (38%) in quelle concernenti l'educazione e la gioventù, e scarsa (10%) in quelle riguardanti l'economia. Le donne continuano a essere definite con il loro statuto familiare più frequentemente che non gli uomini. Da ultimo, in molti casi non viene colta l'occasione di mettere in discussione gli stereotipi legati ai ruoli. Per quanto concerne gli articolisti, la

componente femminile si arresta al 34%. A livello di regioni linguistiche, si rilevano alcune differenze. Sulla stampa ticinese e romanda, la presenza femminile (persone menzionate e giornalisti) è più elevata che non nella Svizzera tedesca. Lo studio longitudinale sui media romandi mostra un leggero aumento della presenza femminile per quanto attiene le persone menzionate. La Televisione della Svizzera italiana evidenzia che l'incremento della presenza femminile non è un'utopia: il 10 novembre 2009, il 70% delle notizie è stato realizzato o presentato da donne. Il risultato complessivo della Svizzera è inferiore alla media mondiale, che si attesta al 24% per le menzioni e al 37% per le articoliste. Questi risultati confermano gli studi antecedenti, che rilevavano disuguaglianze tra donne e uomini sia tra le persone menzionate sia tra gli autori degli articoli. Il bando delle discriminazioni di ogni genere è un impegno fissato dalla Costituzione e assunto a livello internazionale. Il Comitato dell'ONU incaricato del controllo dell'attuazione della Convenzione sull'eliminazione di ogni forma di discriminazione nei confronti della donna (CEDAW) deplorava la debole presenza delle donne in tutti i settori della vita pubblica e l'ampia diffusione, anche nei media, degli stereotipi di genere. Questi ultimi contribuiscono a sminuire il ruolo sociale della donna e a complicarne l'accesso a posizioni dirigenziali, specialmente in campo politico. Per tale ragione, la Conferenza Svizzera delle Delegate alla Parità fra Donne e Uomini (CSP) invita tanto i responsabili quanto i giornalisti a prendere tutte le iniziative utili a portare la presenza femminile nei media a un livello corrispondente al contributo che le donne danno all'attualità, sia essa di natura sociale, economica, politica, nazionale o internazionale.

Conferenza Svizzera delle Delegate alla Parità fra Donne e Uomini

Il commento di... Valentina De Bianchi*



Le recenti statistiche divulgate dalla Conferenza Svizzera delle Delegate alla Parità fra Donne e Uomini (CSP) sulla base dell'inchiesta "Qui fait les nouvelles en Suisse? Wer macht die Nachrichten in der Schweiz?" dimostrano che le donne continuano ad essere costantemente sottorappresentate sulla stampa elvetica. I dati confermano che a livello svizzero le donne si situano al 22% delle persone intervistate e solo il 34% degli articoli sono firmati da mano femminile. Nel comunicato stampa si legge come "le donne sono spesso sollecitate a esprimere un'opinione come voce popolare, ma molto meno quali esperte o autorità. La presenza femminile è maggioritaria (55%) nelle notizie a carattere culturale e d'intrattenimento, discreta (38%) in quelle concernenti l'educazione e la gioventù, e scarsa (10%) in quelle riguardanti l'economia." Nel resoconto inviato nella giornata mondiale della libertà di stampa si traggono solo brevi conclusioni da questi numeri, senza soffermarsi sul perché di tali dati. È quindi nostro il compito di capire il perché di queste deboli percentuali e cercare soluzioni che possano aiutare a porvi rimedio. Le donne - come già evidenziato in un articolo apparso di recente redatto dalla presidente dell'Associazione Donne PPD (ADPPD) Nadia Ghisolfi - sono poco presenti nei media, soprattutto per quanto concerne i dibattiti politici o le consulenze di esperti. Mancanza di intelletti femminili qualificati? Non è così. Donne con titoli accademici e specializzate nei diversi settori sono più che presenti nella nostra società. L'ostacolo - se così lo vogliamo chiamare - si situa a livello mediatico. Poche sono infatti le rappresentanti femminili che vengono interpellate su problemi politici di ampio respiro, e non strettamente legati alle cosiddette "tematiche rosa". Bisogna fare di più per coinvolgere i volti femminili nei media, dalla carta stampata, passando per la radio, fino alla televisione e i portali web. Il primo passo deve essere intrapreso dalle donne stesse che grazie alle loro competenze possono ritagliarsi il giusto spazio nel dibattito pubblico. Questo è infatti anche uno degli scopi della rinnovata ADPPD: sostenere tutte coloro che desiderano far sentire la propria voce. Anche se schierata politicamente, l'ADPPD lavora per il bene di tutte le donne con la convinzione che più volti femminili in politica e nella società non possono che apportare un maggior dibattito e uno scambio di opinioni più proficuo. Il secondo passo spetta infine ai media, i quali dovrebbero prendere in maggior considerazione le donne e coinvolgerle più spesso con la loro presenza ai dibattiti politici o durante lo svolgimento di interviste. Rinnoviamo quindi le conclusioni fornite dalla CSP: "La Svizzera deve fare di più" - e noi aggiungiamo - cominciando dal Ticino, per portare la presenza femminile a un livello corrispondente al contributo che le donne danno all'attualità".

*vice-presidente Associazione Donne PPD