

Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni



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

SECONDA EDIZIONE

Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni



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

SECONDA EDIZIONE

La ricerca è stata realizzata a partire da un finanziamento stabilito da un accordo ufficiale tra Centro Cirsde e la Regione Piemonte del 23/11/2023 per un'attività di ricerca scientifica sul tema della rappresentazione di genere e dell'abilismo nell'informazione locale.

Progetto grafico a cura di Sabrina Gatto



Gestione dei diritti:

Quest'opera è distribuita con Licenza **Creative Commons**
Attribuzione 4.0 Internazionale

ISBN 9788875903282

Collana Unito

Non abbassare la guardia

La seconda edizione del report realizzato da ORA, l'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni, rappresenta un prezioso strumento di analisi della nostra realtà. Ci dice innanzitutto che l'attenzione verso i temi dell'inclusione, dell'uguaglianza e del rispetto è crescente anche nel nostro territorio e che osservare la dinamica della società, leggendone l'evoluzione attraverso i giornali, rappresenta uno strumento pragmatico e realistico di verifica dei comportamenti e delle opinioni di una comunità, con una fotografia assolutamente trasversale, perché applicata a tematiche diverse, zone diverse e su un periodo di tempo sufficientemente lungo da descrivere fenomeni tendenziali e non estemporanei.

Mantenere alta l'attenzione su questi temi è per me, e per la Regione che guido, di importanza fondamentale, non solo perché inclusione e partecipazione sono diritti e doveri civili, ma perché una società che sa accogliere, che non discrimina e che valorizza tutte le sue componenti è una società più dinamica, più vitale e dunque migliore per chi la abita. Sappiamo che ci sono ancora ostacoli da superare e barriere da abbattere, ma ricerche come quella portata avanti da ORA contribuiscono a far sì che non si abbassi l'asticella e si prosegua, a tutti i livelli - nelle istituzioni, nei giornali e nella società tutta - a lavorare per la promozione dell'uguaglianza e nel contrasto alle discriminazioni.

Alberto Cirio

Presidente della Regione Piemonte

INDICE

Non abbassare la guardia Alberto Cirio	5
Occorre continuare a monitorare Marinella Belluati e Stefanella Campana	9
Trattare il linguaggio con cura Serena Bersani.....	13
Continuiamo a lavorare insieme Norma De Piccoli.....	17
Il disegno della ricerca	19
La struttura dell'informazione locale	25
Intervista a Francesco Marino	36
Intervista a Giorgia De Carolis.....	42
Intervista a Donata Columbro.....	44
I contenuti dell'informazione locale	47
Intervista a Francesca Rossi.....	60
La persone nelle notizie	63
Intervista a Marcella Rodino.....	72
Intervista a Gian Mario Gillio.....	80
Intervista a Pasquale Quaranta.....	84
Intervista a Manuela Manera.....	86
Conclusioni	89
ORA è un progetto di	93
Il team di ORA	95

Occorre continuare a monitorare

Studiare il giornalismo locale è fondamentale quando si affrontano temi e linguaggio discriminatori per diverse ragioni perché rappresenta più accuratamente le questioni sociali e culturali specifiche di una comunità. Temi come discriminazione razziale, di genere o di classe sono spesso trattati con una prospettiva più immediata e concreta. Analizzare come queste storie vengono raccontate a livello locale ha un impatto diretto sulla comunità e può rivelare tendenze, pregiudizi o narrazioni discriminatorie che potrebbero passare inosservate a livello nazionale o internazionale.

Il linguaggio e le rappresentazioni usate dai giornalisti locali possono rafforzare stereotipi o, al contrario, contribuire a contrastarli, rendendo essenziale l'analisi del loro approccio. Valutare come i media locali descrivono determinati gruppi o eventi legati alla discriminazione permette di comprendere il peso del linguaggio e della narrazione nei media e come questi contribuiscano a perpetuare o combattere l'ingiustizia sociale.

L'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni nato nel 2022 per perseguire questi fini ha proseguito il suo impegno nell'aggiornare e mettere a fuoco come i media locali piemontesi rappresentano le discriminazioni, in particolare in merito a donne, pari opportunità e disabilità, e quali siano le buone e le cattive pratiche rispetto all'uso del linguaggio giornalistico nel trattare le differenze.

Il focus di questa indagine è capire se emerge un'informazione locale attenta ad ambiti indicati come centrali dall'articolo 19 del Trattato di



Funzionamento dell'Unione Europea. Una ricerca fortemente voluta dall'Associazione GiULIA Giornaliste, realizzata dal Cirsde e dal Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università di Torino e resa possibile dall'accordo con la Regione Piemonte. La prima puntata si è concentrata sull'osservazione dei media locali nel periodo che va da luglio 2021 a marzo 2022 (disponibile <https://lc.cx/PZIOFN> e su <https://lc.cx/27ejuB>) e qui si presenta la seconda edizione in cui si sono monitorati dal 1° novembre 2023 al 31 luglio 2024 diciannove testate locali cartacee, ventisette testate online e i servizi del TGR Piemonte con la novità della stampa locale digitale.

L'esame di 6.346 articoli tra notizie su carta stampata, online e servizi tv ha colto un giornalismo locale che rafforza i valori di una specifica comunità, svolgendo un ruolo fondamentale nell'alimentare il dibattito su temi di interesse collettivo, come il genere e la disabilità. Il periodo di osservazione è stato particolarmente significativo per i media locali per una serie di eventi di rilievo che si sono susseguiti sia a livello locale che nazionale e internazionale. Tra questi, il caso del femminicidio di Giulia Cecchettin, che ha mobilitato anche le comunità locali, le elezioni regionali, europee e comunali in 799 comuni piemontesi che hanno evidenziato il problema del gender gap, e le Olimpiadi e Paralimpiadi che hanno visto protagonisti atleti olimpiche e atlete/i paralimpiche/i.

Attraverso quali argomenti e quanta visibilità viene data alle donne e alle persone con disabilità? Ogni provincia piemontese tratta i temi in modo diverso. L'Osservatorio rileva come ciascuna provincia conservi le proprie identità e valori, costruendo dei micro discorsi sui temi, grazie anche al forte contributo di realtà associative territoriali. La copertura dei temi di genere è presente in tutte le province, ma con una preminenza in quella di Torino mentre sulla disabilità l'attenzione maggiore è in quelle di Vercelli e Alesandria, con una crescente attenzione verso i proget-

ti di inclusione sociale. Si conferma così ancora una volta una pluralità di Piemonti.

L'incrocio tra informazione tradizionale e online mostra come anche all'interno delle redazioni locali stia cambiando l'approccio da un punto di vista generazionale e di selezione dei contenuti. Non sempre però l'attenzione alla comunità e alle sue dinamiche è il nuovo criterio con cui il giornalismo locale si sposta sul web. Per il momento sembrano prevalere logiche più tipiche ai grandi flussi di informazione in cui la polarizzazione e il *clickbaiting* hanno la meglio su più marcate attenzioni alla vita dei luoghi. Si tratta però di un fenomeno nuovo messo a tema nelle redazioni, come confermano alcune interviste.

Infatti, il monitoraggio più puntuale è stato arricchito da otto interviste a protagoniste e protagonisti del mondo dell'informazione. Dare profondità e analizzare il contesto rappresenta una necessità urgente in un momento storico così complesso per il giornalismo in generale, ma anche per quello locale. Occorrono spunti di riflessione e chiavi di lettura per comprendere i grandi cambiamenti tecnologici che il digitale ha imposto e che l'avvento dell'Intelligenza artificiale rende ancora più cogenti. Se in questo momento l'aspetto più critico è l'aumento del precariato e la perdita occupazionale all'interno del campo giornalistico, per altro verso una transizione accompagnata da ragionamenti approfonditi, potrebbe diventare anche la risposta alla crisi. Su questi aspetti l'associazione GiULiA, dal 2011 con circa quattrocento giornaliste associate, si impegna per promuovere l'uguaglianza dei generi nella società con particolare attenzione al mondo del giornalismo, per difendere l'immagine corretta della donna nella sua rappresentazione mediatica, a dare visibilità alla sua realtà e a battersi contro le discriminazioni e resistenze anche in redazione.

Un'informazione che non discrimini nessuno, che sia attenta all'evoluzione della società e sappia essere di stimolo per incidere positivamente sull'opinio-

ne pubblica ha un ruolo insostituibile per rendere migliori i territori in cui si vive con una società più aperta e inclusiva. Per questo noi crediamo che ORA abbia dato e possa ancora dare un suo contributo attraverso una rete di competenze che integrano saperi e linguaggi differenti.

Marinella Belluati

Università di Torino

Stefanella Campana

GiULiA Giornaliste

Marinella Belluati è stata referente scientifica del progetto di ricerca, Rossella Iannone coordinatrice della ricerca e curatrice del report, Francesca Tamponi, Elena Morrone e Arianna Pellizzer hanno partecipato all'analisi e alla stesura del report. La parte di estrazione e di costruzione del campione è stata supervisionata da Antonio Martella.

Stefanella Campana ha fatto parte del Comitato di Indirizzo del progetto ORA, ha condotto e curato le interviste. Elena Miglietti si è occupata dell'editing, ha condotto e curato le interviste. Ilaria Leccardi e Sabrina Gatto hanno curato l'impaginazione e l'editing. Sara Perro ha gestito la comunicazione social del progetto.

Trattare il linguaggio con cura

Il linguaggio costruisce il mondo ed è il principale strumento di lavoro di chi, per professione, racconta il mondo. Per questo i giornalisti e le giornaliste hanno il dovere di usare sempre le parole corrette, soprattutto quando si riferiscono a persone che non sono ancora state liberate da secoli di pregiudizi e visioni stereotipate. È il caso delle donne, delle persone con disabilità, delle persone LGBTQ+. È il caso di chi vede sommersi un pregiudizio all'altro e viene rappresentato con un doppio o un triplo stigma.

Il lavoro di GiULiA Piemonte e di ORA ha il valore di accendere i riflettori su ciò che noi operanti nel mondo delle comunicazioni non notiamo. Per fretta, per sciattezza, per disattenzione, per noncuranza. E perché si sottovaluta il ruolo che i media svolgono nella costruzione del comune sentire, dello "spirito del tempo", e quanto possano influenzare i pensieri e indirizzare i comportamenti in chiave più o meno etica.

L'osservatorio diventa quindi uno strumento fondamentale per costringerci a riflettere sugli errori che ancora si registrano quando si parla di genere e di generi, quando si parla di persone con disabilità. Temi, questi, della lotta alle disuguaglianze e all'abilismo in chiave intersezionale, a cui GiULiA Giornaliste presta particolare attenzione, perché sono il suo core business dalla fondazione nel 2011.

Parlare di donne nel discorso pubblico significa parlare soprattutto del corpo delle donne e quando si parla di donne con disabilità l'attenzione al



corpo viene moltiplicata, così come quando si parla di orientamento sessuale e identità di genere. Analizzare come queste persone vengono rappresentate dai media ci aiuta a focalizzare l'attenzione sui pregiudizi che ancora ci accompagnano e a fare in modo di essere giornaliste e giornalisti più consapevoli, migliori.

Capire le differenze, nominare le differenze, significa raccontare le differenze. Il rischio è spesso, invece, quello contrario, di nascondere le differenze. Infatti, di questioni legate al genere talvolta si parla in maniera scorretta, mentre di questioni legate alla disabilità spesso non si parla proprio. L'assenza delle persone con disabilità dall'agenda setting dei media mainstream dovrebbe fare rumore quanto il racconto scorretto delle violenze di genere. Invece no. Sembra quasi che il plurimo stigma - per il genere e per la disabilità - produca un'assenza assordante dai mezzi d'informazione. Basti pensare quanto poco (o nulla) si parla delle violenze subite dalle donne con disabilità e dalle donne senza fissa dimora.

Analisi come questa di ORA, che tengono giustamente in considerazione anche il ruolo dei social sulla circuitazione delle notizie, mostrano quanto questi possano contaminare e modificare le informazioni e quanto queste si possano piegare, nell'interazione con gli utenti, in funzione dell'engagement che si vuole produrre. Una china pericolosa, a cui si deve prestare la dovuta attenzione, così come si dovrà capire fino a che punto l'introduzione dell'intelligenza artificiale potrà contribuire a codificare e radicare stereotipi e pregiudizi oppure, chissà, a sradicarli definitivamente. "Forse un sogno, una favola".

Anche nella seconda edizione la ricerca di GiULiA Piemonte si concentra sulla dimensione regionale, perché le notizie di prossimità sono anche quel-

le che arrivano prima ai lettori e ai telespettatori e definiscono il racconto. Si badi bene, però, che quelle esaminate sono le caratteristiche del giornalismo locale, non territoriale, perché esiti sovrapponibili si riscontrano in ricerche analoghe, anche se meno strutturate, svolte dalle giornaliste di GiULiA in regioni diverse, come la Sardegna e l'Emilia-Romagna.

Questo ci fa capire che la soluzione sta nel collabORAre, nel mettersi insieme (associazioni come GiULiA, organismi di categoria, mondo accademico) per prendere coscienza degli errori, ma soprattutto per trovare soluzioni etiche e rispettose di tutte e di tutti ogni volta che ci accingiamo a raccontare la realtà. Soltanto la corretta rappresentazione delle persone, oltre che dei fatti, rende tale chi svolge il mestiere di giornalista.

Serena Bersani

Presidente GiULiA Giornaliste

Continuiamo a lavorare insieme

Come è noto l'Agenda 2030 SDGs (Sustainable Development Goals), sottoscritta nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU, ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile che i Paesi sottoscrittori si sono impegnati a raggiungere entro il 2030. Tra questi vorrei qui ricordare: salute e benessere, parità di genere, disuguaglianze, cittadinanza e comunità sostenibili, pace, giustizia. Non che gli altri, qui non menzionati, siano meno importanti, ma ritengo che questi siano più in tema con gli obiettivi dell'Osservatorio Regionale Antidiscriminazioni (ORA).

Un Osservatorio che monitori l'informazione locale sul tema della discriminazione è importante poiché può rendere evidenti aspetti e pratiche giornalistiche che già migliorano gli approcci a partire dal territorio, come, ad esempio, la sempre maggiore attenzione prestata a non utilizzare il maschile sovraesteso, aspetto ignorato sino ad alcuni anni fa.

Se l'informazione veicola messaggi che sono rispettosi di ciascuna persona, poiché "Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali" (art. 3 della Costituzione), può allora contribuire a un'idea di mondo basato sul rispetto e sulla giustizia (vedi quindi gli obiettivi dell'Agenda 2030).

Questa breve premessa per sottolineare la rilevanza di questo Osservatorio, che si colloca in un periodo di cambiamenti e di sfide che non possono essere ignorate.

Mi è inoltre doveroso sottolineare che il Centro Interdisciplinare di Ricerca e Studi delle Donne e di Genere (CIRSDe) dell'Università degli Studi di Torino sostiene questo progetto ricordando sia l'importanza di sviluppare una sensibilità al linguaggio inclusivo, non del tutto ancora compreso nella sua possibile applicazione, sia una attenzione al tema dell'intersezionalità. Le diverse discriminazioni, quali il razzismo, il sessismo, l'abilismo, l'omofobia, la transfobia, sono tra loro interconnesse, creando una intersezione di diverse forme di discriminazione. L'intersezionalità fa pertanto riferimento alla sovrapposizione tra queste diverse forme di oppressione/discriminazione.

Un'analisi che consideri la disabilità e il genere, come è stato per il precedente lavoro di ricerca di ORA, si inserisce pertanto proprio in una prospettiva intersezionale. L'approccio che accompagna il lavoro di ricerca e i suoi obiettivi sono coerenti con gli interessi di studio e di ricerca del CIRSDe, da sempre attento a intercettare e approfondire lo studio, con la lente del genere, dei cambiamenti sociali.

Il CIRSDe pertanto ringrazia gli enti che sostengono il progetto, garantendone la sostenibilità nel tempo (Regione Piemonte in primis), l'Associazione GiULiA (Giornaliste Unite Libere Autonome), e tutto il team di ricerca, augurandosi che questo Osservatorio possa continuare a lungo, fornendo uno sguardo longitudinale su come l'informazione su queste tematiche si evolva nel tempo.

Norma De Piccoli
Presidente del CIRSDe

Il disegno della ricerca

La seconda edizione del monitoraggio di ORA riprende in larga misura lo schema di ricerca dell'edizione precedente introducendo alcune novità soprattutto sul lato dei social media e delle tecniche di campionamento. La fonte principale è stata sempre l'informazione locale del Piemonte, grazie all'uso della piattaforma I Giornali del Piemonte (www.giornalidelpiemonte.it) che ha permesso di selezionare articoli di quasi tutte le pubblicazioni locali piemontesi. Dato il vario numero di testate presenti nei diversi territori, è stata fatta una selezione rappresentativa ed equilibrata per ogni provincia. Sono stati applicati criteri ponderati¹, concordati con la rete GiULiA e la Regione Piemonte. Dopo questa fase, l'elenco delle testate analizzate è risultato il seguente:

1. Per ottenere una copertura equilibrata a livello locale sono state selezionate una serie di testate secondo i criteri condivisi di estensione, radicamento territoriale e storicità.

ELENCO DELLE TESTATE LOCALI CARTACEE

Torino	Luna Nuova, Corriere di Chieri e dintorni, L'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
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

ELENCO DELLE TESTATE LOCALI DIGITALI

Torino	Corriere di Chieri, Corriere Torino, L'Eco del Chisone, la Repubblica Torino, la Sentinella del Canavese, La Stampa Torino, La Valsusa, Luna Nuova, Riforma - L'Eco delle Valli Valdesi, Torino Oggi
Cuneo	Corriere di Saluzzo, Gazzetta d'Alba, Il Corriere di Alba, Bra, Langhe e Roero, L'Unione Monregalese, La Fedeltà
Alessandria	Il Monferrato, Il Piccolo, L'Ancora, La Vita Casalese
Biella	Il Biellese
Asti	La Nuova Provincia
Novara	Novara Today, La Stampa Novara
Verbano-Cusio-Ossola	Eco Risveglio, VCO Azzurra TV
Vercelli	La Sesia
Regione	Quotidiano Piemontese

All'elenco sono state aggiunte le edizioni del TGR del Piemonte ottenute direttamente dalla Mediateca Rai di Torino.

L'idea che ha accompagnato anche questa edizione è che l'informazione locale rappresenta una lente attraverso cui leggere le comunità e i territori.

La novità di questa edizione è stata un'analisi più approfondita anche dei social media realizzata attraverso l'estrazione dei post dedicati a genere e disabilità pubblicati da diverse pagine dei quotidiani locali su Facebook ed estratti attraverso CrowdTangle, uno strumento di monitoraggio e analisi dei social media di Meta che purtroppo è stato chiuso in agosto 2024.

Sul versante della raccolta dati, è doveroso segnalare anche la difficoltà di reperire i materiali da analizzare, aspetto che complica la ricerca anche per I Giornali del Piemonte, per il repository della Mediateca Rai e CrowdTangle. Il sito della stampa locale presenta una struttura rigida che necessita di una revisione per migliorare l'accessibilità e la ricerca. Il sistema non permette di scaricare il singolo articolo in formato testo, ma l'intera pagina in formato PDF, il che non consente elaborazioni più sofisticate. La Mediateca Rai invece offre una selezione basata su criteri restrittivi e restituisce un database con descrizioni sommarie dei servizi e non le trascrizioni integrali. In tutti i casi, gli archivi digitalizzati a disposizione non soddisfano le esigenze di una ricerca più raffinata e questo evidenzia la necessità di un aggiornamento per renderli più accessibili a ogni utente. Mentre dall'analisi dei social media è emerso che il 20% circa delle notizie era accessibile solo tramite paywall (accesso a pagamento), limitando quindi la fruizione e una rilevazione completa degli articoli. Per ovviare a queste difficoltà abbiamo impostato un modello di analisi quanti-qualitativo metodologicamente ragionato che ha permesso di analizzare il materiale raccolto e di fornire una lettura piena.

L'analisi quantitativa si è articolata su due livelli, una prima raccolta di flusso che ha permesso di misu-

rare il volume complessivo della notiziabilità locale declinata rispetto all'ambito territoriale. In totale sono state raccolte 23.434 notizie. Per l'approfondimento dei temi genere e disabilità attraverso l'analisi del contenuto manuale, si è proceduto all'estrazione di un campione di 4.175 articoli cartacei e 1.833 articoli online prodotti dai media monitorati. Al fine di ottenere un buon livello di rappresentatività della produzione giornalistica nel tempo, per ciascun trimestre è stato estratto un campione stratificato sulla base della testata e del mese con un livello di confidenza pari a 95% e intervallo di confidenza del 2,5%.

L'analisi è stata condotta sul piano qualitativo attraverso note di ricerca prese durante la rilevazione e discusse in fase di elaborazione. L'analisi si è integrata anche con interviste giornalistiche realizzate dalle giornaliste di GiULiA del team di progetto.

Una volta stabilito l'ambito della ricerca per raccogliere le informazioni da esaminare, sono stati creati due vocabolari di ricerca: uno dedicato al tema delle pari opportunità e l'altro alla disabilità. Questi vocabolari sono stati utilizzati per selezionare gli articoli pertinenti. Le parole chiave impiegate sono state, in alcuni casi, troncate per includere tutte le varianti morfologiche, e in altri casi combinate per condurre ricerche più specifiche.

■ **Vocabolario genere:** stalking, femminicidio, gender, molestie, diversity, diversità, omotransfob, transsexual, transgender, pride, lesbian, lesbic, lgbt, lgbt, omosessual, omofob, queer, 1522, anti violenza, sessismo, maschilism, patriarcato, maltrattamento, 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, femminile, discriminazione di genere, divario di genere, violenza sessuale, dirigente scolastica, dirigente sanitaria, consigliera, pro rettrice, la dirigente, la presidente, drag queen.

■ **Vocabolario disabilità:** disabil, autismo, autistic, sindrome di down, sordomut, handicap, paraolimpiadi, paralimpiadi, paralimpic, diversamente abil, barrier architettonic.

Ogni articolo e servizio scelto è stato successivamente esaminato attraverso la tecnica dell'analisi del contenuto, adottando un codebook supervisionato dal gruppo di ricerca, focalizzato su determinate dimensioni rilevanti:

- ◆ **Struttura della notizia:** tema, tipo di medium, nome della testata, data, genere del servizio o dell'articolo, firma dell'autore o dell'autrice, contesto territoriale.
- ◆ **Contenuto:** argomento principale del servizio o dell'articolo, menzione diretta di politiche o progetti di inclusione e aspetti di disegualianza sociale.
- ◆ **Visibilità delle persone coinvolte:** genere, professione e ruolo nell'ambito della notizia.
- ◆ **Linguaggio:** uso corretto del titolo e della forma grammaticale appropriata, presenza di elementi nel testo che sfidano o confermano stereotipi.

La struttura dell'informazione locale

Il flusso dell'informazione locale

Osservare come le notizie locali vengono distribuite nel tempo ha permesso di comprendere meglio il modo in cui i media si attivano o si disattivano su determinati temi. Durante i nove mesi di studio, dal 1° novembre 2023 al 31 luglio 2024, l'Osservatorio ha esaminato un totale di 6.346 articoli tra notizie pubblicate su carta stampata, online e servizi televisivi. Di questi, **4.175** articoli sono stati pubblicati su **giornali cartacei**, con una netta divisione: 2.723 di questi trattavano questioni di genere, mentre 1.452 riguardavano temi legati alla disabilità. Sulle **pagine Facebook** dei giornali locali sono stati analizzati **1.833** articoli, di cui 1.456 sul genere e 377 sulle disabilità. Infine, sono stati esaminati **338** servizi della Testata Giornalistica Regionale (**TGR Piemonte**): 99 sui temi delle disabilità e 239 sul genere.

2. Il valore dello scarto mensile delle province si basa sui dati del periodo ricostruito.

Questi numeri ci mostrano come l'informazione sia veicolata in modi diversi attraverso i vari canali di comunicazione, dimostrando che il flusso di notizie sui temi di genere e disabilità segue andamenti molto propri a seconda del mezzo utilizzato. La maggior parte delle notizie locali è stata pubblicata sui giornali cartacei, che sono chiaramente il mezzo preferito. In media, tenendo conto complessivamente delle otto province, sono state pubblicate 25 notizie al mese sulle disabilità e 56 notizie al mese sul genere².

Rapportando il numero medio di articoli pubblicati nei nove mesi con il numero di testate per ciascuna provincia, emerge che Torino è la provincia con il maggior numero di articoli pubblicati, sia sul tema della disabilità che sul genere. Seguono la provincia di Biella, che conta una sola testata, e Cuneo, che di testate ne conta sei.

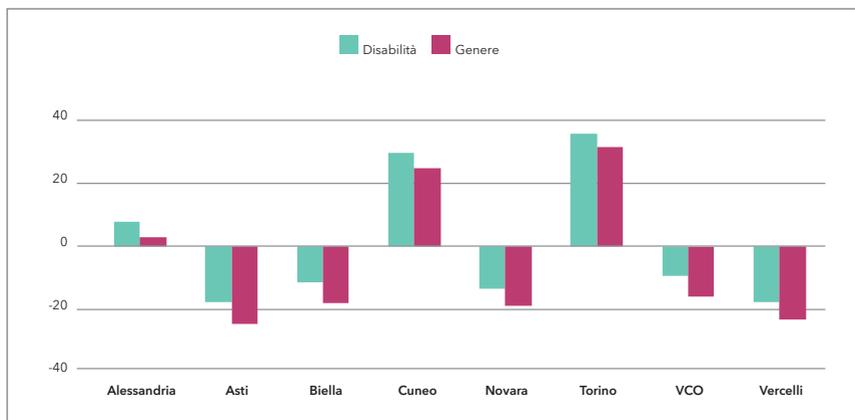


Figura 1. Scarto mensile degli articoli pubblicati rispetto alla media complessiva per provincia.

Il flusso delle notizie sia nel giornalismo tradizionale sia in quello digitale, sui temi di genere e delle disabilità, segue andamenti molto diversi. Mentre il tema del genere ha picchi di attenzione, il tema delle disabilità, come evidenziato dalle linee di tendenza, mostra una crescita costante nel tempo.

■ Nella dimensione cartacea, si passa da una media mensile di 28 articoli per Luna Nuova a Torino ai 7 pubblicati su La Sesia a Vercelli sulle questioni di genere e dai 12 articoli de Il Biellese ai 5 de La Nuova Provincia di Asti per le disabilità.

Nelle piattaforme digitali, in cui si contano generalmente meno articoli rispetto alla carta, si passa da una media mensile di 18 articoli de La Stampa di Torino ai 3 articoli mensili de Il Piccolo ad Alessandria per quanto riguarda le questioni di genere. Sulle disabilità, si passa da una media di 9 articoli mensili dell'Eco del Chisone a Torino a 1 solo articolo de La Fedeltà a Cuneo³.

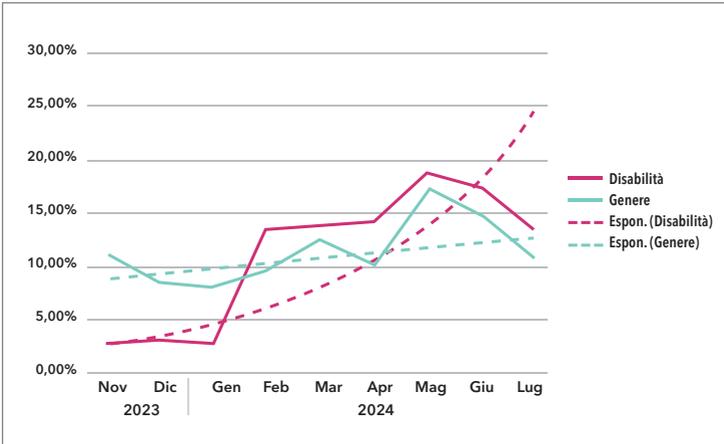


Figura 2. Il flusso delle notizie cartacee sui temi delle disabilità e del genere (% per tema).

Se osserviamo l'andamento delle notizie pubblicate su carta stampata (FIG. 2)⁴, notiamo che le questioni di genere hanno ricevuto maggiore copertura mediatica in tre momenti chiave: novembre 2023, marzo e maggio 2024. Nel mese di novembre, la **Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne**, celebrata il 25, ha ottenuto un'attenzione mediatica forte. Altresì, un ulteriore fattore determinante è stato il tragico caso di femminicidio di **Giulia Cecchetti**, che ha scosso l'opinione pubblica a livello nazionale e alimentato un intenso dibattito anche a livello locale. Questo evento ha segnato una svolta in rapporto al periodo di osservazione precedente (novembre 2021), in cui il discorso pubblico

3. La media è stata calcolata sul corpus degli articoli ricostruito.

4. Il flusso di informazione cartacea è stato elaborato con il corpus di articoli complessivo.

si concentrava prevalentemente su iniziative simboliche come l'inaugurazione di panchine rosse o mostre. Il femminicidio di Cecchetin ha spinto riflessioni più profonde, sia culturali che politiche, contribuendo all'evoluzione del dibattito sul tema della violenza di genere e del femminicidio. Anche il mese di marzo ha visto una copertura significativa, soprattutto grazie agli eventi organizzati per celebrare la **Giornata internazionale dei Diritti delle Donne**. Seguiti da un focus sulle politiche di genere, al fine di migliorare l'inclusione delle donne in vari ambiti della società, a partire dal lavoro. Tuttavia, il picco più rilevante si è registrato a maggio, in coincidenza con la fase pre-elettorale per le elezioni europee, amministrative e regionali in Piemonte. Questo periodo ha messo in evidenza la partecipazione di numerose donne candidate nelle circoscrizioni, offrendo uno spazio di discussione sulla loro presenza politica. Il tema della **parità di genere** è stato centrale anche nello sport, sia a livello nazionale che locale, attraverso iniziative come la **Carta per la gender equality nello sport**, volta a promuovere l'uguaglianza di genere in questo settore.

Nel caso delle notizie legate alle disabilità, invece, si è osservata una crescita costante nel tempo, con un aumento graduale di attenzione, favorito anche dai cortei organizzati per il Disability Pride (aprile 2024) e da un crescente interesse verso lo sport inclusivo, specialmente in vista delle Paralimpiadi di Parigi 2024. Si segnala, in linea generale, che la Giornata internazionale delle persone con disabilità, che ricorre il 3 dicembre, non ha riscontrato un aumento di notizie e non raggiunge la stessa copertura delle questioni legate al genere. Tuttavia, la **Giornata mondiale sulla consapevolezza dell'autismo** del 2 aprile, sembra permettere, invece, di concentrare più visibilità a questa tematica, dedicando spazio a progetti ed eventi di sensibiliz-



Figura 3. Il flusso delle notizie online sui temi delle disabilità e del genere (% per tema).

zazione. Va, inoltre, indicato che l'ultimo trimestre di osservazione vede una crescita di notizie data, in parte, dalle **elezioni regionali, amministrative ed europee**.

Anche il flusso delle notizie online (FIG. 3)⁵ ha mostrato andamenti diversi per i due temi, ma con alcune variazioni rispetto ai media tradizionali. Le notizie legate alla disabilità hanno evidenziato una crescita costante, simile a quanto osservato per la carta stampata. Questo significa che, nonostante le differenze tra i due mezzi di comunicazione, entrambi hanno dedicato crescente spazio alle disabilità nel tempo. In generale, si segnala ampio spazio dedicato alle notizie di carattere sportivo specialmente nell'ultimo trimestre di osservazione (maggio, giugno, luglio), con quasi il triplo di notizie sullo sport rispetto ai due trimestri precedenti, nonché anche un aumento di notizie legate a fatti di violenza o maltrattamenti domestici verso persone con disabilità.

Per quanto riguarda il genere, la copertura online si è concentrata in particolare su novembre, con una flessione nei mesi successivi.

5. Il flusso di informazione online è stato elaborato con il corpus di articoli complessivo.

■ **Violenza sessuale, l'allarme del Sant'Anna: nel post pandemia aumento del 19% dei casi nelle adolescenti tra 14 e 18 anni**
La Stampa, Torino
25 Novembre 2023



Nelle piattaforme digitali si osservano picchi di attenzione differenti rispetto alla stampa tradizionale. In particolare, novembre rappresenta un periodo di maggiore sensibilizzazione sui temi legati alla violenza maschile sulle donne. Questo incremento di attenzione, come evidenziato sulla carta, è amplificato dal **caso Cecchetti**, che ha sollevato una forte discussione pubblica e approfondito la riflessione attorno al fenomeno. Tuttavia, le piattaforme digitali, non solo hanno alimentato il dibattito sul tema della violenza a partire dagli stereotipi di genere e dalla responsabilità maschile, ma hanno messo in luce una dimensione sommersa nella carta, come i casi di cronaca nera, tra cui casi di violenze sessuali e molestie e statistiche locali.

In sintesi, il flusso delle notizie digitali ha rispecchiato alcune tendenze osservate nei giornali cartacei e al tempo stesso ne ha evidenziate delle altre. Pur trattandosi delle stesse notizie, si conferma come le due agende mediatiche, sebbene in dialogo tra loro, conservino le proprie routine produttive, soprattutto quando si trattano le questioni di genere: più distributive rispetto ai temi quelle cartacee e più polarizzate quelle online.

La geografia dell'informazione locale

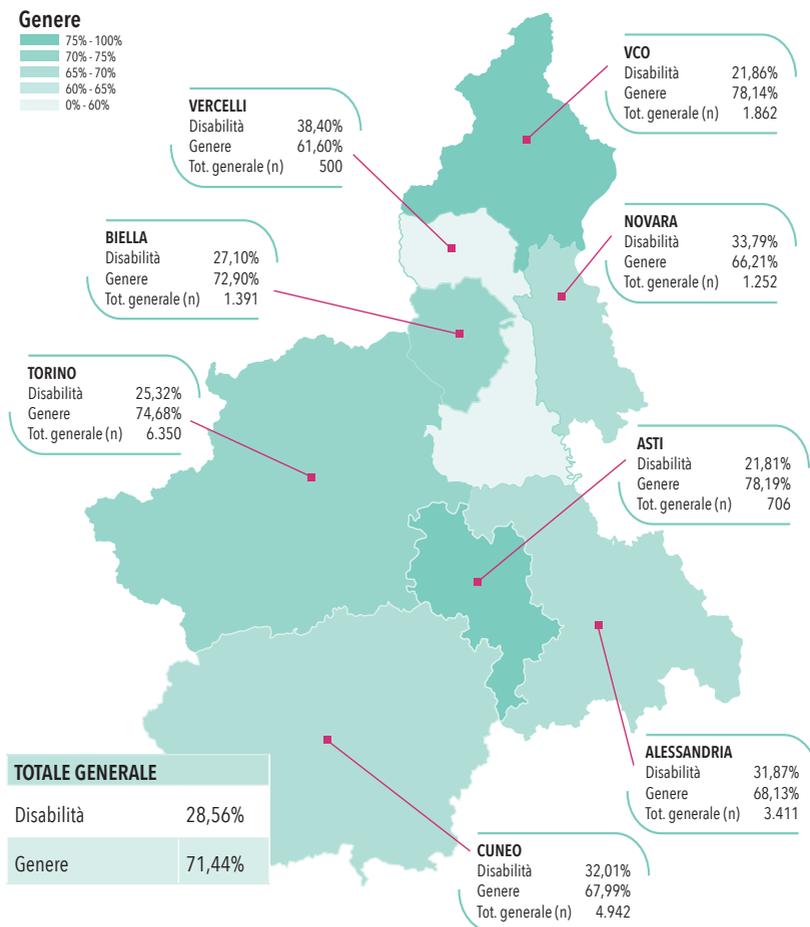


Tabella 1 / Mappa - La distribuzione dei temi nell'informazione per provincia, incluse le notizie cartacee e digitali delle otto province (% per valore complessivo).

Uno degli aspetti più interessanti che emerge dall'analisi dell'informazione locale è la distribuzione geografica delle notizie⁶. Le questioni di genere sono ampiamente trattate in tutte le province del Piemonte, rappresentando il 71,44% del totale delle notizie analizzate, mentre quelle legate alla disa-

6. Per la costruzione della Mappa / Tabella 1 sono stati esclusi i dati del TGR Piemonte e del Quotidiano Piemontese. Mentre si è tenuto conto del corpus di articoli complessivo estratto (% per tema).

bilità coprono il restante 28,56%. Tuttavia, esistono differenze significative tra le province. Per esempio, a Torino (74,68%) e nel Verbano-Cusio-Ossola (78,14%), la copertura mediatica del genere è predominante, mentre province come Vercelli (38,4%) e Novara (33,79%) prestano un'attenzione maggiore sui temi relativi alla disabilità.

Sulla scorta della prima edizione di ORA, la ricerca conferma una pluralità di Piemonti, in cui le diverse province preservano proprie identità, valori condivisi e senso di appartenenza al luogo.

Le comunità locali giocano un ruolo cruciale nel promuovere temi sociali attraverso l'informazione locale. Ad Alessandria, per esempio, ci sono realtà come Lions Club e Anffas che lavorano per l'inclusione delle persone con disabilità, mentre il Centro me.dea ricorre nei media locali per sensibilizzare su temi di prevenzione alla violenza di genere. A Cuneo si organizzano diverse iniziative simboliche contro la violenza, come fiaccolate e panchine rosse. Vi sono anche iniziative inclusive come Gli insuperabili e AL.Bo Rugby, network di squadre di calcio e rugby per persone con disabilità. A Biella, il progetto InclusiOne è dedicato ai bambini e alle bambine con disabilità. Ad Asti, nel decimo anniversario dalla sua scomparsa, il ricordo di Elena Ceste vive nelle diverse iniziative di sensibilizzazione sul territorio. A Novara, tra i progetti più rilevanti, si segnala la Torretta, un bene confiscato alla mafia, che sarà un Centro Anti-violenza intitolato a Emanuela Loi e la Fabbrichetta, un progetto di aggregazione per giovani e persone con disabilità. Percorsi comunitari e di inserimento lavorativo per donne vittime di violenza e persone con disabilità a Vercelli. Dalle strade alle ferrovie, diverse sono le segnalazioni nel Verbano-Cusio-Ossola che evidenziano la presenza di barriere architettoniche. A Torino, movimenti come il Disability Pride e il MeToo dell'Università richiamano l'attenzione su temi sociali e politici.

Ogni provincia costruisce il proprio dibattito, rappresentando le esigenze e gli interessi di quella specifica comunità, i quali emergono chiaramente grazie alla copertura mediatica locale.

La dimensione territoriale

Ambito territoriale	Disabilità	Genere	Totale generale (%)
Regionale	3,3%	12,08%	9,03%
Iperlocale	90,50%	56,15%	68,10%
Nazionale, internazionale	6,20%	31,77%	22,87%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

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

Ambito territoriale	Disabilità	Genere	Totale generale (%)
Regionale	5,3%	12,16%	10,75%
Iperlocale	86,74%	55,70%	62,08%
Nazionale, internazionale	7,96%	32,14%	27,17%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 3. La dimensione territoriale nell'informazione locale digitale (% per tema).

Analizzare l'area coperta dalle notizie locali permette di capire l'ampiezza del giornalismo di prossimità, sia nella sua forma tradizionale che online. Il giornalismo di comunità è fortemente radicato nel territorio, con una prevalenza di notizie locali, come confermato anche dai giornali online (55,70%) che, pur adattandosi alle piattaforme digitali, mantengono una forte attenzione alle notizie locali.

Un dato importante riguarda la copertura dei media locali su questioni di interesse nazionale e internazionale, soprattutto sul tema del genere, che rice-

ve una notevole attenzione sia nella carta stampata (31,77%) che online (32,14%). Questo dimostra come il giornalismo locale sia influenzato da eventi globali e nazionali, con i due livelli che coesistono.

Il periodo osservato è particolarmente significativo, poiché eventi di rilievo nazionale e internazionale, come il caso Cecchetti, le elezioni europee e le Olimpiadi e Paralimpiadi, hanno avuto un impatto anche sulle redazioni locali. Infatti, rapportando i dati con il periodo precedente, la copertura di notizie nazionali e internazionali era minore, attestandosi intorno al 13%.

La dimensione regionale conferma quanto emerso nel primo report. Infatti, appare meno presente nell'agenda dei media locali, concentrandosi principalmente su temi come le elezioni regionali, il Protocollo per la parità di genere, l'introduzione del Disability manager in Regione e il piano per la rimozione delle barriere architettoniche nelle scuole piemontesi.

Copertura regionale? Il caso TGR Piemonte

Il contesto geografico dell'informazione trasmessa dal TGR Piemonte richiede un'analisi più approfondita. Sebbene il TGR, per sua natura, sia concepito per garantire una copertura informativa regionale ampia, i dati relativi alla distribuzione territoriale delle notizie indicano che questa dimensione rimane ancora marginale, attestandosi al 11,5%. Tuttavia, questo dato rappresenta un incremento significativo rispetto all'edizione precedente - che si fermava al 4,6% - in gran parte grazie alla coincidenza delle elezioni regionali del maggio 2024. L'attenzione ai luoghi del Piemonte è rimasta sostanzialmente stabile al 56,2% (rispetto al 55,3% del 2022), mentre si osserva una diminuzione della copertura di no-

tizie nazionali e internazionali, scesa al 32,2% dal precedente 40,1%; in parte perché nell'edizione precedente vi erano stati eventi di grande rilevanza internazionale come le Olimpiadi e le Paralimpiadi.

La copertura territoriale all'interno della Regione mostra tuttavia un notevole squilibrio. Analizzando le descrizioni dei notiziari del TGR Piemonte in cui il luogo delle notizie viene esplicitamente indicato, emerge che quasi il 70% delle notizie proviene dall'area metropolitana di Torino, seguita dal Novarese con l'8,5%, dal Cuneese con il 7,2%, dal Biellese con il 6,5%, dal Verbano Cusio Ossola con il 4,6%, dall'Alessandrino con il 2,6%, e infine dal Vercellese con una copertura dello 0,6%. Questo evidenzia una concentrazione della copertura informativa su alcune aree specifiche della Regione, lasciando altre zone marginalizzate.

Il genere della firma



Figura 4. Il genere della firma degli articoli cartacei (% del totale degli articoli firmati).

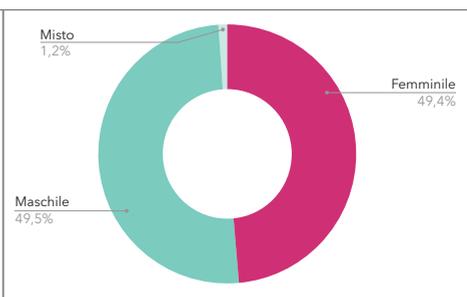


Figura 5. Il genere della firma degli articoli digitali (% del totale degli articoli firmati).

Rilevare il genere delle firme giornalistiche permette di capire chi lavora nelle redazioni locali. In generale, sia sulla carta stampata che online, la maggior parte degli articoli non è firmata. Su 4.175 articoli di giornali cartacei, il 71% non ha una firma o è identificabile solo una sigla. Sul digitale, questa percentuale scende al 61%.

TGR Piemonte, informazione locale diffusa

Francesco Marino, Responsabile TGR Piemonte

Non ci sono dubbi sull'importanza dell'informazione pubblica RAI anche a livello locale perché in grado di coprire l'intero Piemonte. Ne parliamo con Francesco Marino, trentadue anni in Rai, dopo Napoli e Roma e da oltre venti anni alla TGR Piemonte di cui è responsabile dal dicembre 2021. *«Abbiamo ascolti alti e abbastanza omogenei grazie al fatto che raggiungiamo anche il più piccolo paese fidelizzato. Attraverso Internet i telegiornali si possono seguire sul computer e sul cellulare»*. Solo qualche problema con Novara che gravita più su Milano per ragioni di vicinanza. Una grande e capillare attenzione al territorio regionale, però senza corrispondenti dalle province se non per Simona Marchetti da Novara.

Molto seguito tra i prodotti informativi realizzati dalla redazione è "Buongiorno regione", trasmissione con un'unica edizione ogni mattina dalle 7.30 alle 8, dal lunedì al venerdì (eccetto nel periodo estivo), con servizi e dirette sui fatti della giornata, bollettino meteo, rassegna stampa commentata e varie rubriche che presentano storie dei cittadini, anche drammatiche, e che permettono di scoprire i piccoli centri più interessanti del Piemonte col loro grande patrimonio culturale. All'interno di "Buongiorno regione" è presente anche la rubrica "Dal vostro inviato", vero servizio pubblico che accoglie video segnalazioni,

video denunce dei telespettatori con immagini che raccontano i disservizi dei loro comuni, ciò che non funziona o funziona male nella realtà in cui vivono.

La redazione di via Verdi conta quarantuno giornalisti, compresi quelli che ricoprono i ruoli apicali. È una redazione giovane, dopo l'uscita di molti volti noti andati in pensione in questi ultimi anni. Una redazione paritaria e tra i cinque vice caporedattori tre sono donne e una è caposervizio. *«Quando sono arrivato le colleghe erano solo il venticinque per cento»*. Progressi positivi anche sul linguaggio corretto: *«Le-i colleghe-i più giovani hanno una più condivisa e pluralista sensibilità. I problemi a volte sorgono quando si fa informazione su donne in ruoli apicali che non vogliono essere nominate al femminile, come direttrice sindaca e assessora di turno. Abbiamo molta attenzione nei confronti delle donne, stimolati dalla presidente Marinella Soldi»* (si è dimessa il 10 agosto e dal 1 settembre 2024 è consigliera non esecutiva del Commercial Board della BBC, ndr).

Marino sottolinea l'importanza dell'accordo "No women no panel" firmato alcuni mesi fa con il Politecnico e il Rettorato per perseguire la presenza paritaria fifty-fifty di donne e uomini in convegni, eventi istituzionali e ogni occasione di dibattito e confronto pubblico.

Un obiettivo troppe volte disatteso nei media, e non solo, dove il punto di vista delle donne non trova uno spazio paritario. Per questo l'associazione GiULiA Giornaliste col progetto 100donne da anni fa conoscere nel sito i curricula di donne esperte in vari campi (STEM, sport, storia, filosofia, economia...) per superare l'alibi accampato da molti «dove trovare donne esperte al pari degli uomini»? Dimen-ticanza non più giustificabile.

«Anche sui temi della disabilità prestiamo spazio e attenzione attraverso la struttura "Rai per il Sociale", pure in collaborazione con le associazioni e istituzioni preposte», ricorda Marino.

Essere giornalista RAI cosa significa in questo momento difficile per il mondo dell'informazione? *«Siamo avviliti dalla crisi della carta stampata e a chi mi chiede consigli per fare il giornalista mi viene da dire "cambia lavoro". Viviamo problemi comuni a tutti: essere collegati h24 attraverso chat, internet offre sì il vantaggio della rapidità dell'informazione ma crea anche un vincolo molto asfissiante. Con un pericolo: la velocità può tradire la verità per la difficoltà a verificare le fonti col rischio di cadere nelle fake news».*

Come districarsi? *«In aiuto per fortuna ci sono corsi organizzati in RAI. Sarebbe giusto che venisse dato valore anche al tempo che vi dedichiamo».* Intanto corrono i cambiamenti tecnologici col passaggio dall'analogico al digitale, *«sul web siamo in ritardo di un decennio, però abbiamo recuperato con ottimi risultati: un milione e 200mila contenuti richiesti mensilmente».* Uso dell'Intelligenza Artificiale? *«Non ancora, ma la RAI se ne sta occupando».*

«Fra le otto regioni più grandi la sede RAI del Piemonte ha toccato lo share più alto e oltre al Tg realizza più prodotti nazionali, favoriti e premiati anche da forti investimenti nella nuova tecnologia che agevola scrittura e montaggio, con oltre cinque milioni di minuti all'anno che comprendono Leonardo, il Tg scientifico, Petrarca, speciali, giornate Fai, concerto di Ferragosto... Per capirci, la sede di Milano ha più di cinquanta giornalisti ma oltre al tg offre poco più della metà della nostra produzione», sottolinea con non celato orgoglio. Ma il punto forte della TGR Piemonte resta comunque l'informazione locale premiata dagli ascolti. ■

Nonostante molti articoli online non siano firmati, tra quelli che lo sono, la percentuale di firme è maggiore rispetto alla carta (39% online contro 28% su carta). Inoltre, online si osserva un equilibrio tra firme maschili e femminili, suggerendo che il contesto digitale offra maggiori opportunità per le donne nel giornalismo.

Tuttavia, questo dato potrebbe anche riflettere la precarietà del lavoro nell'editoria online rispetto ai

TEMA			
Genere firma	Disabilità	Genere	Totale generale
Femminile	39,34%	42,56%	41,43%
Maschile	59,48%	56,67%	57,66%
Misto	1,17%	0,77%	0,91%
Totale generale	427	780	1.207

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

TEMA			
Genere firma	Disabilità	Genere	Totale generale
Femminile	49,15%	49,41%	49,35%
Maschile	50,85%	49,08%	49,48%
Misto	0%	1,51%	1,16%
Totale generale	177	597	774

Tabella 5. La distribuzione dei generi delle firme nelle notizie online (% per tema dei soli articoli firmati).

quotidiani tradizionali. I media digitali tendono ad avere un'alta presenza di giornalisti outsider, che spesso affrontano condizioni lavorative meno stabili.

Analizzando le firme degli articoli sui temi di disabilità e genere, si notano differenze tra giornali cartacei e online. Nella stampa tradizionale, le **firme maschili** prevalgono sia negli articoli sulla disabilità (59,48%) che su quelli legati al genere (56,67%). Questo dato è coerente con l'edizione precedente, dove le firme maschili rappresentavano il 61,5% del totale. Da un lato ciò sembra contraddire l'idea che le questioni di genere siano affrontate principalmente dalle donne. Dall'altro, solleva una riflessione sulla composizione delle redazioni tradizionali, dove gli uomini risultano ancora essere in maggioranza.

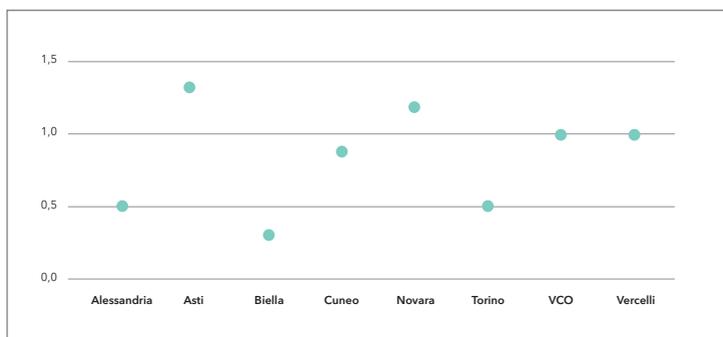


Figura 6. Il rapporto donne/uomini nelle firme degli articoli cartacei.

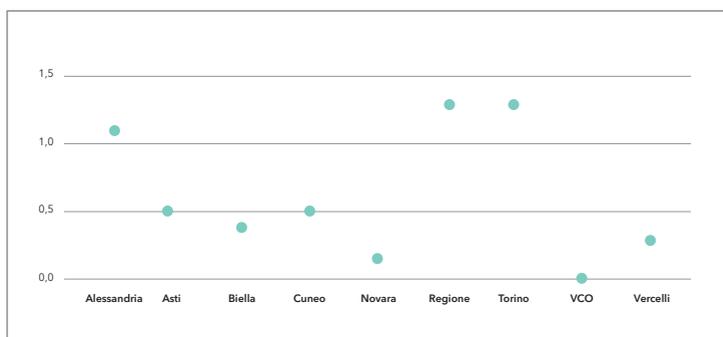


Figura 7. Il rapporto donne/uomini nelle firme degli articoli online.

Nel contesto digitale, invece, c'è una distribuzione più **equilibrata** tra firme maschili e femminili. Nei temi di disabilità e genere, le firme femminili rappresentano circa il 49%, quasi in parità con quelle maschili, suggerendo una maggiore equità di coverage nei media digitali rispetto a quelli tradizionali.

Nelle testate tradizionali (FIG. 6), a livello territoriale, si osserva una prevalenza di firme maschili: per ogni firma maschile ci sono circa 0,7 firme femminili. Tuttavia, in alcune zone come Asti (1,3), Novara (1,2) e Vercelli (1,1), le firme femminili sono più numerose. Guardando invece alle notizie online (FIG. 7), la situazione è più equilibrata⁷: per ogni firma maschile c'è una firma femminile. In alcune province, come Alessandria (1,1), Torino (1,3) e nella Re-

7. Per le testate online è stata conteggiata la testata Quotidiano Piemontese che copre tutto il territorio piemontese.

gione con il Quotidiano Piemontese (1,3), si nota una maggiore presenza di giornaliste, che bilancia dunque il dato generale.

Alcune testate tradizionali si distinguono per la maggiore presenza di firme femminili, come La Nuova Periferia di Chivasso a Torino (83,33%), La Fedeltà a Cuneo (79,63%) e La Vita Casalese ad Alessandria (63,64%). Al contrario, altre testate hanno una prevalenza maschile, come il Corriere di Chieri e dintorni a Torino (87,5%), Il Monferrato (89,6%) e L'Ancora (86,67%) ad Alessandria. In un solo caso, il Corriere di Alba, Langhe e Roero a Cuneo, non c'è nessuna firma femminile.

Nel contesto digitale, molte testate giornalistiche mostrano una distribuzione più equilibrata tra firme di autori e autrici. Questo è particolarmente evidente nella provincia di Torino. Per esempio, L'Eco del Chisone ha una parità perfetta (50% firme femminili e 50% maschili), mentre la Sentinella del Canavese ha il 52,11% di firme femminili e il 47,89% di maschili. La Stampa presenta il 48,98% di firme femminili contro il 51,02% maschili, e La Valsusa ha il 55,56% di firme femminili rispetto al 44,44% maschili.

La ricerca ha suddiviso le notizie in sette macro argomenti principali (con un'ulteriore categoria "Altro") per analizzare la distribuzione delle firme maschili e femminili nel giornalismo locale. Tra le notizie pubblicate su carta e quelle su Facebook emergono alcune differenze significative.

Nelle testate tradizionali, c'è una chiara divisione di genere nella copertura degli argomenti. Gli uomini firmano principalmente articoli su politica (16,09%), crimine e violenza (2,01%), economia, lavoro e infrastrutture (22,56%), sport (16,45%) e scienza e tecnologia (2,01%). Le donne, invece, scrivono soprattutto su arte e cultura (17%) e su società e welfare (33,60%). Questa divisione, che richiama modelli tra-

FIRME			
Macro argomento	Femminile	Maschile	Totale generale
Politica	14,60%	16,09%	15,47%
Crimine e violenza	1,80%	2,01%	1,92%
Economia, lavoro e infrastrutture	18,40%	22,56%	20,82%
Sport	10,40%	16,95%	14,21%
Arte e cultura	17,00%	9,48%	12,63%
Scienza e tecnologia	1,20%	2,01%	1,67%
Società e welfare	33,60%	26,58%	29,52%
Altro	3,00%	4,31%	3,76%
Totale generale	500	696	1.196

Tabella 6. La distribuzione dei macroargomenti rispetto ai generi delle firme nelle notizie cartacee (% per genere della firma).

FIRME			
Macro argomento	Femminile	Maschile	Totale generale
Politica	10,99%	11,75%	10,37%
Crimine e violenza	36,39%	17,49%	18,77%
Economia, lavoro e infrastrutture	13,35%	13,32%	14,35%
Sport	6,81%	23,24%	20,89%
Arte e cultura	7,59%	7,57%	7,91%
Scienza e tecnologia	2,62%	1,83%	1,64%
Società e welfare	20,94%	22,45%	23,90%
Altro	1,31%	2,35%	2,18%
Totale generale	382	383	765

Tabella 7. La distribuzione dei macroargomenti rispetto ai generi delle firme nelle notizie online (% per genere della firma).

dizionali, si riduce nel contesto online, dove giornalisti e giornalisti coprono la cronaca locale in modo più equilibrato. Un dato che invece sfida la distribuzione tradizionale delle firme giornalistiche emerge nella cronaca nera e negli articoli sulla violenza, dove le firme femminili sono decisamente più presenti nel contesto online (36,39%) rispetto a quelle maschili (17,49%). Tuttavia, lo sport si conferma, come già evidenziato nella precedente edizione, un settore principalmente maschile.

Vita difficile di una giornalista freelance

Giorgia De Carolis, Freelance multitasking

È emblematica l'esperienza nel mondo dell'informazione di Giorgia De Carolis, giovane giornalista pubblicista di Alba, con anni di collaborazioni in testate locali come la Gazzetta d'Alba e nazionali. *«Oggi non riesco a vivere unicamente di giornalismo, integro i miei lavori nel campo della comunicazione con supplenze scolastiche. Una scelta necessaria. Ora non sto cercando un lavoro fisso in una redazione. Migliaia di invii e candidature che non hanno ricevuto risposta nell'ultimo anno mi hanno demotivata. Nonostante tutto ho diversi progetti, soprattutto nel campo del giornalismo d'inchiesta, pronti nel cassetto. E c'è sempre la via dell'autoproduzione».*

Vita difficile per chi vuole impegnarsi nell'informazione, con articoli pagati una miseria e poche prospettive di avere un contratto. Una realtà che si lega alla crisi profonda del mondo giornalistico che non risparmia nessuna testata. Crisi che ha colpito anche la stampa locale piemontese: dalle 600mila copie settimanali e 73 testate locali, con 1,8 milioni di lettori del 1995 si è scesi nel 2023 a 400mila copie, 53 testate e 1,4 milioni di lettori (ricerca Moisiso). Ma c'è anche chi sembra reggere, come la Gazzetta d'Alba, storico settimanale di ispirazione cattolica fondato ad Alba nel 1882, direttore responsabile Don Giusto Truglia, con una tiratura di 18mila copie e una diffusione di 15.500 copie nel territo-

rio di Alba, Bra, Langhe e Roero. Con molto orgoglio segnala di essere entrata nei top 50 dell'informazione sul Web come ha certificato Audiweb, l'unico tra i settimanali diocesani a essere entrato in graduatoria con una media di diecimila utenti al giorno e 30mila letture giornaliera. Il periodico conta sei giornalisti in redazione e una rete diffusa di un'ottantina di collaboratori. Tra questi, fino a poco tempo fa anche Giorgia De Carolis. *«Lavorare come collaboratrice con la Gazzetta d'Alba mi ha permesso di imparare il giornalismo dopo anni di studi teorici. Vi ho trovato un ambiente sereno, aperto a nuove proposte e molta libertà ai collaboratori coinvolti nella vita redazionale. In particolare la condirettrice Maria Grazia Olivero (ora in pensione, ndr), era molto attenta ai temi riguardanti le donne e l'immigrazione. Meno presenti, invece, i problemi delle persone disabili. Mi è sembrato che tutti usassero un linguaggio corretto in merito al femminile e alla disabilità, soprattutto da parte delle penne più giovani. Tuttavia, ci sono state occasioni in cui se la protagonista della storia narrata era una donna, si menzionava solo il suo nome».*

De Carolis ha curato una serie di racconti-interviste di donne straniere e anche report puntualmente aggiornati sui dati raccolti dai centri antiviolenza locali, articoli sulla medicina di genere e gender gap. *«Ho notato, con dispiacere, una certa resistenza*

nel trattare temi riguardanti la comunità LGBTQIA+, Ogni anno viene dedicato uno spazio al tema del matrimonio (interviste a coppie, consigli), ma quando ho proposto un'intervista a una coppia gay mi è stato espressamente detto da un redattore "non è nel nostro stile". Secondo De Carolis si potrebbero produrre più articoli online d'approfondimento. «Il problema è che, sebbene siano i più letti, i contenuti online vengono pagati una miseria, nonostante richiedano tempo e lavoro. Bisognerebbe categoricamente rifiutarsi di essere pagati 4 euro ad articolo; è necessario rompere questo paradigma che richiede ai giornalisti di essere sempre più produttivi, rapidi, versatili e, al contempo, li svaluta completamente dal lato economico».

De Carolis ha un buon bagaglio culturale maturato in esperienze diverse. «Il mio ingresso nel mondo del giornalismo è iniziato relativamente tardi, tramite delle collaborazioni con testate che si occupano di cinema, una delle mie passioni. Produco ancora testi su questo argomento e sono responsabile di redazione del mensile cult *Nocturno Cinema*». Ha realizzato un

podcast d'inchiesta "Nella trappola della setta" che indaga e racconta il fenomeno settario in Italia, e ne ha parlato a Porta a Porta su Rai1. «È un tema che tutt'ora sto continuando a studiare e indagare. Podcasting e giornalismo d'inchiesta mi interessano da sempre. Il podcast è un mezzo, a mio parere, molto utile e a basso costo che consente un approfondimento lento, accurato».

A settembre è uscito un fumetto-inchiesta scritto da lei e disegnato dal fumettista Roberto Melis per *La Revue Dessinée Italia*, una rivista indipendente di giornalismo a fumetti. Il titolo è "Se vuoi, puoi": si tratta di un'indagine all'interno di quelle che vengono definite "sette del potenziale umano", ovvero gruppi piramidali che si rivolgono soprattutto ai giovani promettendo a caro prezzo il segreto del successo, nel lavoro così come nello studio.

Il giornalismo può prendere strade diverse, non meno efficaci di quelle più tradizionali. L'augurio a Giorgia De Carolis e a tanti giovani come lei di continuare a informare anche con nuovi strumenti e con i giusti riconoscimenti. ■

Redazioni locali, laboratori per sperimentare l'IA

Donata Columbro, giornalista e scrittrice femminista dei dati, "data humanizer"

«Le redazioni locali possono vedersi come laboratori per la sperimentazione dell'intelligenza artificiale per approfondire questioni importanti che impattano sulla vita delle persone, diventando un esempio per la stampa nazionale. Sono favoriti dal fatto di essere in un contesto vicino ai bisogni, ai problemi del territorio per capire dati rilevanti e raccontarli che invece non trovano spazio sui media mainstream. Un ottimo esempio positivo ai tempi del covid è stato l'Eco di Bergamo. Il giornalismo locale ha il polso della situazione e parla davvero della realtà delle persone». Ne è convinta la torinese Donata Columbro, giornalista, scrittrice, con una già grande esperienza professionale nella comunicazione dei dati che l'ha portata ad essere docente a contratto all'università IULM di Milano, alla Luiss, alla Scuola Holden, a tenere una rubrica settimanale per l'informazione digitale "Data storie" su La Stampa in cui affrontare temi importanti, impegnati, con uno sguardo attento di genere. Attualmente collabora con Sky Tg24.

Attivista per l'accessibilità dei dati pubblici per renderli un bene comune, si definisce femminista dei dati, "data humanizer", e si identifica nel femminismo intersezionale perché le esperienze delle donne non sono uniformi ma influenzate da plurime identità di cui ciascuna è portatrice, per esempio razza e orientamento sessuale.

«Decidere cosa e chi contare può aumentare l'ingiustizia sociale se ignori, rendi invisibili alcune realtà. Spesso a scapito delle donne». Una grande competenza in materia riportata nei suoi libri: "Ti spiego il dato" (Quinto Quarto editore); "Quando i dati discriminano. Bias e pregiudizi in grafici, statistiche e algoritmi" (Il Margine 2024); "Dentro l'algoritmo. Le formule che regolano il nostro tempo" (Effequ 2022).

«I dati possono essere alleati ma possono anche essere acceleratori di disuguaglianze, possono ingannarci, non sono neutri perché creati dagli esseri umani con le loro mentalità, pregiudizi. L'approccio femminista spiega chi detiene il potere. Quando mancano dati su alcuni temi o problemi per smascherare disuguaglianze è perché qualcuno ha deciso che non contano e quindi di non investire risorse». E cita un caso molto significativo: «Per capire quante donne aventi diritto si sono effettivamente recate alle urne dovremmo ricavare i dati con un calcolo aggiuntivo, come fosse una dimensione di analisi non prevista, non ritenuta rilevante. In Italia bisogna aspettare mesi per avere l'esame dettagliato degli esiti elettorali». In aiuto l'Intelligenza Artificiale per accelerare i tempi, un facilitatore «ma ogni volta che usiamo questi strumenti ricordiamoci che non sono neutri, sono possibili delle rappresentazioni fuorvianti, generando discriminazioni di genere, raz-

za, classe sociale», sottolinea. L'IA è ormai nel processo produttivo di molte redazioni e può essere di aiuto nel lavoro giornalistico nella ricerca di informazioni, dati. Ma, come mette in guardia la FNSI, gli interventi sui testi sono di pertinenza della sola redazione, ricordando l'articolo 42 del contratto nazionale di lavoro giornalistico "per ogni innovazione tecnologica va consultato il Comitato di redazione". In gioco la qualità dell'informazione. C'è il timore di una omologazione del prodotto informativo ma anche il diffondersi di fake news, la non verifica delle fonti. Il confronto nel mondo giornalistico è più che mai aperto e ci si interroga sul confine fra il libero esercizio della professione giornalistica e un'omologazione tecnologica pericolosa per la democrazia prima ancora che per la categoria. Al Corriere della Sera tempo fa i giornalisti hanno chiesto il blocco dell'uso di IA in redazione dopo che la proprietà aveva firmato un accordo con OpenAI, la società che produce il software di intelligenza artificiale GPT, per la fornitura di servizi sull'App Economia senza consultare il Comitato di redazione. Anche sull'accor-

do tra Gruppo Gedi e OpenAI sull'accesso ai contenuti delle testate Repubblica e La Stampa il sindacato guarda con attenzione ma anche forte preoccupazione.

L'IA suscita timori e speranze e s'invoca anche l'etica. Può favorire un accesso più democratico al sapere, favorire il progresso della ricerca scientifica e l'affidamento dei lavori usuranti alle macchine ma anche cancellare migliaia di posti di lavoro. «L'IA può sostituire il giornalista in certi compiti ripetitivi, ma le macchine non conoscono il contesto, non sanno di cosa si sta scrivendo, il lavoro giornalistico sarà sempre più indispensabile», puntualizza. I Paesi del G7 hanno stabilito le priorità principali sull'uso responsabile dell'IA. «In Europa con l'AI Act entrato in vigore nell'agosto 2024 abbiamo già una buona regolamentazione sui dati e gli algoritmi e il loro impatto sulla vita delle persone. E su questo concordo mentre sono critica nei confronti degli Stati Uniti dove non esistono regole». Al un pericolo per l'umanità? «Il problema non è l'AI in sé ma l'uso che se ne fa in modo acritico». E non lasciare il suo controllo in mano a pochi colossi tecnologici. ■

I contenuti dell'informazione locale

In questa osservazione, il formato della notizia è stato considerato una variabile fondamentale per comprendere lo spazio di rappresentazione riservato alle notizie sul genere e sulla disabilità.

Per quanto riguarda il genere, come nella precedente edizione della ricerca che si è focalizzata sull'ambiente tradizionale, il formato prevalente è stato quello della **cronaca, trafiletto e breve**, sia nell'ambiente cartaceo (94,27%) che in quello digitale (93,68%), facendo intendere un approccio al tema asciutto e conciso.

Molto più raramente, invece, sono state presentate in modo più dettagliato con un **editoriale, intervista o approfondimento**, con un'incidenza lievemente più alta nel digitale (6,18%) che nel cartaceo (5,25%).

Il formato della **lettera dalla cittadinanza**, invece, che suggerisce un coinvolgimento molto più diret-

■ **Molestie sessuali in una scuola media**
Corriere di Novara, Novara
13 Novembre 2023



■ **Non perdonate nemmeno uno schiaffo al partner**
Il Biellese, Biella
24 Novembre 2023



TEMA			
Tipologia articolo	Disabilità	Genere	Totale generale
Editoriale, intervista, approfondimento	42,08%	5,25%	18,06%
Cronaca, trafiletto, breve	57,78%	94,27%	81,58%
Lettera da cittadinanza	0,14%	0,48%	0,36%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

Tabella 8. Distribuzione del formato delle notizie cartacee.

TEMA			
Tipologia articolo	Disabilità	Genere	Totale generale
Editoriale, intervista, approfondimento	27,59%	6,18%	10,58%
Cronaca, trafiletto, breve	71,88%	93,68%	89,20%
Lettera da cittadinanza	0,53%	0,14%	0,22%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 9. Distribuzione del formato delle notizie online.

■ Anche l'amore femminile è possessivo
Eco Risveglio, VCO
14 Dicembre 2023



■ Insuperabili Cuneo cercare l'abilità nella disabilità
La Fedeltà, Cuneo
15 Maggio 2024



to e interessato dalla comunità locale, è stato utilizzato solo nel 0,48% dei casi nel cartaceo e 0,14% nel digitale.

Sono state diverse le lettere a firma singola che hanno richiamato l'attenzione sul femminicidio, in particolare dopo l'"effetto Cecchetti" che ha travolto l'intera comunità, anche a livello locale, e che l'ha spinto a riflettere sulla portata di questo fenomeno.

Per quanto riguarda la **disabilità**, i formati **cronaca, trafiletto, breve ed editoriale, intervista, approfondimento** trovano all'interno della dimensione cartacea percentuali che non si discostano molto l'una dall'altra (57,78% e 42,08%). Questo fa riflettere sull'ampia opportunità di analizzare alcune tematiche in maniera più viscerale, data l'alta percentuale di articoli quali approfondimenti. Allo stesso tempo, prevalgono notizie riportate in forma più breve, in cui i fatti o gli argomenti sono trattati in modalità più essenziale e dritta al nocciolo.

■ I MACRO-ARGOMENTI

politica, elezioni: 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;

sport: eventi sportivi;

arte e cultura: 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.

TEMA			
Macro-argomento	Disabilità	Genere	Totale generale
Politica, elezioni	2,48%	17,30%	12,14%
Cronaca nera	0,55%	2,57%	1,87%
Economia, lavoro e infrastrutture	37,53%	9,22%	19,07%
Sport	14,19%	22,51%	19,62%
Arte e cultura	11,98%	13,70%	13,10%
Scienza e tecnologia	1,10%	1,47%	1,34%
Società e welfare	29,75%	28,06%	28,65%
Altro	2,41%	5,18%	4,22%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

Tabella 10. La distribuzione dei macro-argomenti nelle notizie cartacee (% per tema).

TEMA			
Macro-argomento	Disabilità	Genere	Totale generale
Politica, elezioni	0,27%	12,98%	10,37%
Cronaca nera	9,02%	21,29%	18,77%
Economia, lavoro, infrastrutture	34,75%	9,07%	14,35%
Sport	16,45%	22,05%	20,89%
Arte e cultura	6,10%	8,38%	7,91%
Scienza e tecnologia	1,86%	1,58%	1,64%
Società e welfare	28,38%	22,73%	23,90%
Altro	3,18%	1,92%	2,18%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 11. La distribuzione dei macro-argomenti nelle notizie digitali (% per tema).

■ Fiaccolata contro la violenza sulle donne
La Valsusa, Torino
23 Novembre 2023



Nell'ambiente digitale, invece, è più chiara e definita la prevalenza del formato **cronaca, trafiletto, breve** (71,88%) rispetto all'**editoriale, intervista, approfondimento** (27,59%)⁸.

Infine, si noti che il formato della **lettera dalla cittadinanza**, spesso segno di sollecitazioni o problematizzazioni dirette, risulta quasi inutilizzato in entrambi gli ambienti: nel digitale lo 0,55% e nel cartaceo solo lo 0,14%.

Oltre a prendere in considerazione la modalità con cui una notizia è stata presentata, è stato importante per l'Osservatorio rilevare anche l'argomento principale degli articoli, individuando il contesto in cui le tematiche di genere e delle disabilità prendono forma. Per entrambi i topic, tanto nell'ambiente cartaceo quanto in quello digitale, l'argomento che riceve la stessa attenzione è **società e welfare** (per il genere, nel cartaceo 28,06%, nel digitale 22,73%; per le disabilità, nel cartaceo 29,75%, nel digitale 28,38%), portato avanti in particolare dalle realtà associative che vengono più volte interpellate dal giornalismo come stakeholder del discorso privilegiati. Questi soggetti, infatti, ricoprono un ruolo rilevante nel promuovere cause di sensibilizzazione e di inclusione che hanno degli effetti diretti sulla cittadinanza locale, come ad esempio i Centri Antiviolenza (CAV), Rotary, Lions Club, Soroptimist, Croce Rossa e Verde e che, pertanto, diventano degli interlocutori del giornalismo. Oltre a questa rete variegata di enti e associazioni, anche gli ambienti che si occupano di **formazione ed educazione** hanno investito in percorsi volti a sensibilizzare sulla violenza di genere e sulle sue molte forme, così come sulla solidarietà, sul rispetto delle diversità e sulla pace tra le popolazioni. Ma non solo: a suscitare attenzione sono stati anche i progetti volti a colmare il gender gap nelle materie STEM o, comunque, in ambiti a forte prevalenza maschile. Infine, a occupare ampio spazio tra le pagine sono state le **celebra-**

8. Come evidenziato nel disegno della ricerca, questo dato risulta parziale, poiché è stato influenzato dal limite imposto dall'accessibilità delle notizie. Alcuni contenuti erano infatti soggetti a paywall e, di conseguenza, non sono stati pienamente disponibili per l'analisi.

zioni delle ricorrenze del 25 Novembre, Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, che ha polarizzato l'attenzione dei media nel primo trimestre di osservazione, e l'8 Marzo, Giornata della donna, rilevata nel secondo trimestre. Per quanto riguarda le **disabilità**, va anche qui sottolineato un forte interesse verso la sensibilizzazione da parte di varie realtà associative locali come altresì l'impegno all'interno degli ambienti scolastici ed educativi nel promulgare progetti di inclusione e di formazione rivolti non solo a docenti e famiglie, ma anche a compagni di scuola; questo a dimostrazione di un graduale distacco dal modello medico-individualistico delle disabilità, abbracciando così quel modello sociale che vede ogni individuo responsabile e parte di un processo di inclusione.

Per il genere, il secondo tema più diffuso è lo **sport**, con una minima differenza tra l'ambiente cartaceo (22,51%) e quello digitale (22,05%), seguito subito dopo dalla **politica** nel cartaceo (17,30%) e dalla **cro-naca nera** nel digitale (21,29%). Questa differenza trova una spiegazione nelle caratteristiche intrinseche dei due differenti ambienti: le elezioni di donne assessore e sindache, così come di presidenti e consigliere, specialmente nell'ultimo trimestre in occasione delle elezioni europee, regionali e comunali, smuovono un interesse maggiore nell'ambiente cartaceo. Questa attenzione rispetto a società e welfare e sport sembra essere in linea con la scorsa edizione, dove prevaleva l'ambito culturale e sportivo nell'ambiente cartaceo. Per la disabilità è importante evidenziare, invece, come gli articoli analizzati riguardanti **politica ed elezioni**, sebbene se ne contino pochi (cartaceo 2,48%, digitale 0,27%), si riferiscono per lo più a citazioni, soprattutto nei mesi di maggio e giugno, riguardo l'abbattimento delle barriere architettoniche e gli interventi di inclusione sociale pronunciati in fase di campagna elettorale per le elezioni europee, amministrative e regionali.

■ **Rispetto per sé e per gli altri venerdì nell'incontro in palestra**
La Vita Casalese, Alessandria
30 Novembre 2023



■ **Basta violenza sulle donne**
Luna Nuova, Torino
17 Novembre 2023



■ **Verso l'8 Marzo: raffica di appuntamenti tra difesa e prevenzione**
Luna Nuova, Torino
27 Febbraio 2024



■ **L'accessibilità è un diritto**
La Guida, Cuneo
25 Aprile 2024



■ Torino, donna e compagno condannati: il figlio disabile costretto a mangiare i rifiuti, legato e picchiato
Quotidiano Piemontese, Regione
28 Giugno 2024



■ I Carabinieri di Borgomanero hanno arrestato un nigeriano, molestava le donne per strada
VCO, VCO Azzurra TV
1 Dicembre 2023



A differenza delle questioni di genere, che tendono a essere parte integrante di dibattiti politici e polarizzati, il tema delle disabilità è trattato in modo più neutro, trovando un consenso più ampio e meno divisivo.

Le notizie di cronaca nera relative al genere, che riguardano perlopiù maltrattamenti e violenze, hanno un alto grado di notiziabilità nel contesto digitale, stuzzicando l'interesse del pubblico e traducendosi, quindi, in maggiori visualizzazioni per le testate. Questo si riscontra anche per le notizie di cronaca nera riguardanti la **disabilità**, trovando così nell'ambiente digitale (9,02% rispetto ad un 0,55% nel cartaceo) lo spazio per una ripetuta e multipla condivisione di fatti di violenza psicologica o maltrattamenti domestici verso persone disabili, amplificandone così la risonanza.

I servizi del **TGR Piemonte**, invece, sono maggiormente concentrati sulla **dimensione sportiva** (30,5%, 27,3% per le disabilità e 31,8% per il genere), dando tanto spazio ai resoconti delle competizioni settimanali, e preparando il dibattito pubblico sulle prossime Universiadi, programmate per il 2025 nel Torinese. Inoltre, ampia visibilità ha avuto la cronaca delle imprese delle atlete e degli atleti piemontesi alle Olimpiadi a Parigi. Inoltre, spazio è stato dato anche alle notizie di welfare e società, con una copertura in linea con quelle dei giornali e del digitale (26%). La cronaca nera è stata maggiormente trattata per quanto riguarda le tematiche di genere (23,4% vs 9,1% nelle disabilità), considerando il coverage sugli harassment presso l'Università di Torino. Invece, le notizie di carattere economico e infrastrutturale hanno principalmente investito la dimensione delle disabilità (27,3%, vs 5,9% nel genere). Residuale (7,4%) invece, nonostante la scadenza elettorale, è stata la copertura delle notizie riguardanti la politica locale e regionale.

■ Nell'ambiente digitale, le notizie di cronaca nera che coinvolgono persone straniere occupano uno spazio di rilievo, poiché rispondono a criteri di notiziabilità che attraggono particolarmente il pubblico. La logica del *clickbaiting*, tipica delle piattaforme online, sembra alimentare la diffusione di notizie più sensazionalistiche, mirate a confermare le aspettative del pubblico, cadendo nel rischio di perpetuare stereotipi e pregiudizi.

■ Il *clickbait* è una forma di contenuto pensata per attirare l'attenzione degli utenti a cliccare titoli sensazionalistici o ingannevoli per aumentare il traffico sulle pagine web.

In ogni caso, l'ambito politico ha animato il dibattito nel cartaceo più che altro sotto l'aspetto terminologico, come si vedrà, e non tanto come presa in carico, da parte dei personaggi politici, dei temi legati alle pari opportunità. Invece, per quanto riguarda l'attenzione della sfera digitale alla cronaca nera sulle tematiche di genere, ad avere un impatto rilevante è stato l'evento del #MeToo nel torinese, lanciato dalle studentesse e dalle docenti dell'Università di Torino, per denunciare episodi di molestie e abusi sessuali nel contesto accademico.

Lo **sport**, invece, è un argomento su cui sia il genere che le disabilità trovano parimenti terreno fertile per parlare di inclusione sociale, tanto tra le pagine cartacee che sul web. In linea con l'edizione precedente, si sta consolidando l'interesse mediatico sulle atlete nel panorama sportivo: oltre ad articoli sulle categorie femminili delle varie discipline, dall'analisi sono emerse anche notizie su progetti di avvicinamento ad attività tipicamente considerate maschili, come per esempio il calcio, di cui singoli club locali si fanno promotori. Spostando la riflessione sulla **disabilità**, lo **sport**, la cui presenza è simile nel cartaceo e nel digitale (14,19% e 16,45%), fa non solo riferimento ai risultati sportivi di atlete e atleti paralimpici alle qualificazioni in vista delle Paralimpiadi 2024, ma concentra molta attenzione anche su iniziative di inclusione da parte di varie società sportive che, a livello locale o regionale, organizzano eventi, gare o corsi di attività atletiche e sportive

■ La rabbia e i silenzi, all'Università di Torino accuse al rettore di inerzia sulle denunce di molestie

La Stampa, Torino
23 Febbraio 2024



■ Tante brave allenatrici Ma il calcio italiano è deciso dagli uomini Il Piccolo, Alessandria 2 Aprile 2024



■ La nuova stagione del calcio integrato
Il Monferrato, Alessandria
12 Luglio 2024



■ Un incontro dedicato all'imprenditoria rosa
Il Corriere di Alba, Cuneo
22 Luglio 2024



■ L'autonomia femminile parte dalla paghetta data alle bambine
La Stampa, Torino
9 Marzo 2024



(agonistiche e non) mirando alla sensibilizzazione e alla conoscenza delle discipline paralimpiche, ma soprattutto alla capacità di creare coesione anche attraverso attività integrate.

Riguardo le tematiche di genere, sia nel cartaceo (9,22%) che nel digitale (9,07%), l'ambito **economia, lavoro e infrastrutture** è meno affrontato se paragonato alla disabilità, sia nella stampa tradizionale (37,53%) che sul web (34,75%), raccogliendo la maggior parte degli articoli proprio su questo tema. Complice di percentuali così elevate, infatti, è la solida presenza di notizie che riguardano l'abbattimento di barriere architettoniche, portando l'attenzione sull'accessibilità di edifici pubblici, strutture private, negozi e tutti gli spazi aperti che interessano la comunità come parchi, marciapiedi, parcheggi; riconoscendo alla persona con disabilità il diritto alla partecipazione, alla vita pubblica o quantomeno problematizzando la sua assenza. Inoltre, hanno in parte contribuito a dare ampio spazio di visibilità al tema molte notizie su progettazione edilizia e costruzione di strutture di carattere socio-assistenziale o adibite a progetti di Vita Indipendente o di collaborazione con e tra persone con disabilità, come anche approfondimenti sulle questioni di carattere lavorativo e le difficoltà riscontrate nella ricerca di occupazione da parte di persone con disabilità.

A intersecarsi con le tematiche di genere, sono perlopiù articoli in cui le rappresentanti delle istituzioni, come sindache, assessore o consigliere, intervengono su attività di manutenzione delle infrastrutture o allocazione delle risorse economiche locali oppure presenziano a eventi e incontri pubblici a sfondo economico. A spiccare sono anche le figure manageriali

■ Il concetto di Vita Indipendente, come riportato nell'articolo 19 della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità, rappresenta la possibilità di prendere decisioni per la propria vita e poter compiere azioni in maniera autonoma, godendo dei propri diritti come ogni altra persona.

di svariati settori lavorativi, singolarmente o in associazioni imprenditoriali, che vengono presentate a capo di imprese *in rosa* o in network *al femminile*, sottolineando volontariamente il loro genere di appartenenza.

Per il genere, il tema **arte e cultura** è spesso chiamato in causa dall'informazione locale come sfondo delle numerose iniziative cittadine nel trattare la violenza di genere, inscenando spettacoli e mostre o organizzando presentazione di libri e proiezioni cinematografiche. Questo tipo di eventi, tuttavia, sembra essere molto più attrattivo per l'ambiente cartaceo (13,70%) che per quello digitale (8,38%). Allo stesso modo, per la disabilità, la tematica **arte e cultura** (cartaceo 11,98%, digitale 6,10%) rispecchia l'interesse per notizie legate a presentazioni di libri o proiezioni di film e cortometraggi sul tema, ma fa altresì riferimento a collaborazioni con persone disabili per la realizzazione di spettacoli ed eventi, oltre che a richiamare l'attenzione sull'accessibilità degli spazi dedicati all'arte, come ad esempio mostre artistiche progettate per essere fruite anche da persone cieche o ipovedenti.

In entrambi gli spazi, invece, l'attenzione rivolta alle notizie su **scienza e tecnologia** è molto bassa: in generale, è un ambito che richiede specifiche competenze tecniche per essere compreso ed evidentemente ancora non gode di rilevanza all'interno del panorama informativo di prossimità. Quanto riguarda la disabilità, si riferisce a sporadiche notizie in ambito medico nel quale si fa riferimento all'acquisto di macchinari o a procedure specifiche per pazienti con disabilità o con disturbo dello spettro autistico.

Alla luce delle tematiche di genere, allo stesso modo, questo ambito viene interpellato per parlare di nuove strumentazioni o procedure per prevenire e curare specifiche malattie femminili. In alcuni casi, tuttavia, sono state offerte anche riflessioni sul gender gap nelle materie STEM, coinvolgendo donne esperte sul tema per sensibilizzare la cittadinanza su questo divario.

■ Ars Populi presenta
«Pensavo Fosse Amore...»:
concerto per l'Inclusività
e la Parità di Genere
L'Ancora, Alessandria
12 Maggio 2024



■ Tutti pronti per "Il primo volo"
Regia organizzativa
affidata a "Il Sogno", sodalizio
che valorizza la diversità
Corriere di Novara, Novara
18 Aprile 2024



■ Il "gender gap" ancora
svantaggia le ragazze
Il Monferrato, Alessandria
30 Gennaio 2024



■ Donne in politica
squilibrio di genere
La Vita Casalese, Alessandria
6 Luglio 2024



■ Si è parlato di
femminicidi dentro
e fuori le mura
L'Ancora, Alessandria
17 Dicembre 2023



Diseguaglianze e inclusione

Oltre alla capacità di penetrare nel discorso di comunità, il genere e la disabilità sono tematiche osservate in relazione alla capacità dei media di contestualizzarle all'interno di strategie di politiche, offrendo una problematizzazione più approfondita che riesca, da un lato, a far emergere la loro dimensione sistemica e, dall'altro, a presentare possibili soluzioni e progetti che tengano conto proprio di questo carattere generalizzato.

Sottolineare in maniera più dettagliata e chiara le questioni di **diseguaglianza** (TAB. 12 e 13) sembra essere più facile quando si parla di disabilità (6,13%), mentre inquadrare le disparità tra i generi appare meno frequente (1,87%) sia nell'ambiente cartaceo (13,26%) che in quello digitale (5,63%), a conferma di quanto già osservato nell'edizione precedente. Sembra che ci sia una maggiore difficoltà, da parte delle testate, ad affrontare la disuguaglianza in maniera globalizzata, tenendo quindi conto delle matrici culturali e sociali che la influenzano. Nell'ambiente cartaceo, oltre che in occasione delle ricorrenze sul tema, si è parlato di disparità anche in

TEMA			
Disuguaglianza	Disabilità	Genere	Totale generale
Sì	6,13%	1,87%	3,35%
No	93,87%	98,13%	96,65%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

Tabella 12. La distribuzione della tematizzazione del concetto di disuguaglianza nella carta (% per tema).

TEMA			
Disuguaglianza	Disabilità	Genere	Totale generale
Sì	13,26%	5,63%	7,20%
No	86,74%	94,37%	92,80%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 13. La distribuzione della tematizzazione del concetto di disuguaglianza nell'online (% per tema).

ambito politico: è stato affrontato il *gender gap* da alcuni partiti politici che, tramite le loro reti locali, si sono esposti sul tema, facendo fronte a una richiesta sempre più pressante di prendere posizione su questi temi. Sul digitale, invece, la questione della disuguaglianza sembra essere allargata a diversi punti di vista, dipingendo un contesto abbastanza variegato, con alcuni esempi virtuosi che colloquiano con esperti ed esperte per scavare a fondo in questo prisma: dal basso tasso occupazionale delle donne come ostacolo per il processo di emancipazione femminile alle radici strutturali dell'omofobia che colpisce la comunità LGBTQ+⁹, dal divario di genere in ambito accademico al diritto di avere una città sicura da attraversare anche di notte.

Nel caso della **disabilità**, ci si riferisce a questioni di disuguaglianza portando all'attenzione chiari fattori di esclusione sociale, come lo stigma verso le persone autistiche, il rifiuto all'assunzione lavorativa di persone con disabilità o, ancora, la mancata accessibilità agli spazi e alla vita pubblica. A questo conseguono notizie che fanno riferimento alla disparità sociale e alle difficoltà a esse legate, puntando il riflettore, ad esempio, sull'impatto delle barriere architettoniche nella vita delle persone con disabili-

■ No alla violenza, si all'equità: uno strumento chiave sono i Centri per uomini

Gazzetta d'Alba, Cuneo

20 Dicembre 2023



9. Come nell'edizione precedente, anche se le parole chiave includevano temi LGBTQ+, questi continuano a ricevere poca attenzione nel panorama mediatico. Quando si parla di violenza di genere, l'attenzione è quasi sempre rivolta alla violenza maschile contro le donne.

TEMA			
Politiche, progetti, iniziative di inclusione	Disabilità	Genere	Totale generale
Sì	49,10%	1,40%	17,99%
No	50,90%	98,60%	82,01%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

Tabella 14. La distribuzione delle politiche, progetti, iniziative di inclusione nelle notizie cartacee (% per tema).

TEMA			
Politiche, progetti, iniziative di inclusione	Disabilità	Genere	Totale generale
Sì	44,83%	3,50%	12,00%
No	55,17%	96,50%	88,00%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 15. La distribuzione delle politiche, progetti, iniziative di inclusione nelle notizie digitali (% per tema).

■ "A Torino sono penalizzate anche le docenti", l'allarme sul gender gap lanciato dalla vicerettrice del Politecnico La Stampa, Torino
20 Marzo 2024



■ Difendersi dalle molestie per strada attraverso un gruppo Whatsapp: due studentesse UniTo creano una rete di mutuo sostegno per tutte le torinesi Quotidiano Piemontese, Regione
24 Marzo 2024



■ "Cercare lavoro a misura di disabile è un vero incubo" La Nuova Provincia di Asti, Asti
30 Aprile 2024



tà. Pur considerando che la tematica della disegualianza è affrontata in modo esplicito in percentuali abbastanza basse rispetto al totale di articoli analizzati, si può captare una leggera attenzione in più al tema nell'ambiente digitale (13,26% rispetto al 6,13% sul cartaceo), confermando, almeno in apparenza, una riflessione sull'opportunità dello spazio online quale cassa di risonanza per questioni di disparità, come emerso per le tematiche di cronaca nera in entrambi i *topic*.

Questo panorama molto sfaccettato si è registrato nell'ambiente digitale (3,50%) anche quando le notizie hanno trattato **progetti, iniziative e politiche sull'inclusione**. Gli interventi sembrano rifarsi a una prospettiva simbolica, spingendo sulla sensibilizzazione della parità di genere piuttosto che su iniziative pratiche e concrete. Questa tendenza si osserva anche all'interno della sfera cartacea: la lotta alla violenza maschile contro le donne sembra passare attraverso iniziative pubbliche, mirate da un lato a prevenire gli abusi e dall'altro a rimuovere le disegualianze tramite l'inserimento di donne all'interno del tessuto politico, sociale ed economico. Un tema molto caldo, specialmente nell'ambiente *legacy*, sono i piani per la parità di genere, sia in ambito aziendale che politico: fanno notizia le iniziative come il **Gender Equality Plan (GEP)** e le strategie messe in atto dalle imprese per ottenere la certificazione per la parità di genere. Il GEP, in particolare, è un requisito necessario per molte istituzioni al fine di ottenere i finanziamenti previsti da programmi europei e impone obiettivi chiari per migliorare la rappresentanza femminile e ridurre il divario di genere in ambito lavorativo. Anche le politiche DE&I (diversity, equity, inclusion) per promuovere la diversità e garantire che le differenze di genere non siano un ostacolo alla carriera. Queste politiche includono misure per combattere la discriminazione e promuovere condizioni di lavoro più eque, come la parità salariale, il supporto alla maternità/paterni-

tà e una maggiore rappresentanza femminile nelle posizioni dirigenziali. La certificazione per la parità di genere, invece, attesta l'impegno delle aziende nel rispettare criteri precisi per ridurre le disuguaglianze e sembra interessare sempre più imprese, tanto che il suo ottenimento da parte di un'azienda ha una rilevanza mediatica a livello locale.

Le notizie che riguardano la disabilità, nel caso di **progetti, iniziative e politiche**, presentano in egual misura in entrambi gli ambienti una chiara prospettiva d'interesse verso l'inclusione sociale delle persone disabili (cartaceo 49,10%, digitale 44,83%). È importante sottolineare, infatti, che in entrambi gli spazi analizzati vengono fatti chiari riferimenti a iniziative che prevedono il coinvolgimento diretto di persone con disabilità o il loro conseguente inserimento in attività e/o progetti a loro dedicati, a servizio della comunità o in specifici ambiti. In particolare, si evidenziano molte iniziative di inclusione e di pari opportunità sportive e agonistiche all'interno di diverse società a livello locale, come si evidenzia altresì una solida presenza di progetti d'inclusione sociale chiarificati dalla volontà, da un lato, di abbattere le barriere architettoniche e, dall'altro, di esplicitare la necessità di rendere gli spazi adeguati e accessibili a tutti, facendo riferimento a progetti appena conclusi o in fase di esecuzione. Non meno comuni, ancora, le politiche sull'inclusione sociale che si riferiscono a quell'insieme di azioni volte a garantire la presenza delle persone con disabilità all'interno di eventi pubblici o degli spazi condivisi, a simboleggiare un'effettiva considerazione dell'esistenza delle persone disabili all'interno della realtà sociale¹⁰.

I dati confermano quanto già emerso nella precedente edizione: le iniziative concrete di inclusione per le persone con disabilità sono rappresentate più frequentemente rispetto a quelle rivolte alle donne. Infatti, la maggior parte della copertura sulle iniziative per le donne si concentra su aspetti più simbolici che pratici.

■ **L'outdoor può diventare un mestiere per le giovani donne, anche in Pakistan**, L'Eco del Chisone, Torino
10 Maggio 2024



■ **Parità di genere in Municipio con lezioni e un vademecum**, Corriere di Chieri, Torino
19 Gennaio 2024



■ **Regione Piemonte e CPD insieme per la disabilità: un'app per mappare le barriere architettoniche**, Quotidiano Piemontese, Regione
19 Febbraio 2024



10. Si segnala che in alcuni casi sono state considerate iniziative di inclusione anche quelle occasioni di formazione e di sensibilizzazione specifiche sul tema rivolte alla comunità, poiché, validando quanto sostiene il modello sociale delle disabilità, l'obiettivo presentato è quello di condurre l'inserimento sociale delle persone disabili attraverso un cambio di prospettiva che parta soprattutto dalla società di cui fanno parte.

Empowering Voices

Francesca Rossi, Regista e fondatrice di DADA TV

Si chiama Francesca Rossi, ha 26 anni e da due anni ha fondato "DADA TV, la web TV di cui non sapevamo di avere bisogno". Si chiama proprio così e nel sottotitolo risiede tutta l'urgenza di comunicare di una generazione che ha trovato nel racconto visivo uno strumento potente, con un affondo tematico sulle questioni di genere. Dopo aver sottoposto l'idea a un'amica, Rossi comincia aggregando un team tutto al femminile formato da giovani donne appassionate e attente al tema, ma con percorsi di formazione diversi: c'è una storica, una filosofa, una giurista, insomma un gruppo con punti di vista vari da cui affrontare il presente delle donne.

Lo spunto della fondatrice è tutto personale, il padre le regala una telecamera quando era ancora piccola, da allora lei non ha più smesso di guardare e raccontare il mondo attraverso l'obiettivo. "Non sono brava davanti alla telecamera, ho scoperto al contrario che mi piace molto come riesco a far stare/raccontare gli altri stando dietro, in regia. Con una spinta bottom up DADA TV fa una capillare attività di ricerca raccogliendo interviste per strada, dalla società civile, intercettando anche i giovanissimi e questo materiale diventa la traccia su cui hanno sviluppato i due format principali intorno ai quali ruota l'attività. Se da un lato seguono eventi di interesse, realizzando servizi spot, dall'altro hanno lanciato il "visual podcast" progetto con cui affrontano argomenti diversi insieme a un personaggio di rilievo, cui propongono le domande raccolte du-

rante le loro esplorazioni urbane. Il focus è sempre lo stesso, i temi possono essere trasversali, dice Rossi, ma il punto di vista è sempre al femminile.

La web tv di cui non sapevamo di avere bisogno ha uno sviluppo tutto locale e ha nella stampa territoriale un grande strumento per intercettare le notizie da approfondire. Partendo da questa lettura affronta il tema del linguaggio che per una web TV ha aspetti spigolosi legati all'oralità. Francesca Rossi afferma che "il linguaggio è la nostra forza, parliamo come se fossimo seduti al bar, diamo libertà al racconto, non indirizziamo il linguaggio", il video, volenti o nolenti, lascia a chi parla la libertà di esprimersi come meglio gli riesce. E se questo comporta che una assessora, una avvocatessa o una procuratrice si presenti parlando di sé al maschile, "allora interveniamo con una chiosa in cui ribadiamo la posizione sul femminile. Su questo non si transige", Rossi infatti ricorda che la loro è una spinta genuina di affermazione femminile e racconta di quando, giovane studente, studiò la figura di Alda Grimaldi, la prima regista donna della RAI: "Vidi un video su YouTube e lei stava raccontando della sua amicizia con Calvino. Mi ha dato un senso di orgoglio. Anni dopo, quando ho avuto l'idea della web TV ho subito pensato a lei, Alda che tutti chiamavano Dada, per il nome". Sarebbe orgogliosa oggi Dada Grimaldi di queste giovani autodidatte che, come lei, forti di una telecamera cercano nuovi spunti narrativi forse anche per superare la diffidenza

sui temi di genere. L'esperienza di DADA TV, infatti, si lega anche alla critica mossa dai coetanei maschi che questi argomenti siano raccontati in maniera "lagnosa", con formule che non cambiano da oltre dieci anni e di questo hanno fatto tesoro proprio per offrire una formula innovativa. Il dibattito è sempre acceso, la questione tiene banco anche quando si presentano, regista e troupe, agli eventi: "Arrivo io con un paio di collaboratrici di diciotto anni (DADA TV tiene corsi nelle scuole superiori e molte ragazze continuano la formazione anche dopo, ndr) e vedo l'espressione delle persone. Magari non dicono nulla, ma mi sento sempre messa alla prova, perché sono giovane e perché sono donna. È proprio in quei momenti che mi dico che allora DADA TV serve veramente. Ed è un pensiero triste e bello allo stesso tempo".

Tornando al linguaggio, l'attività di Francesca Rossi e del team si è confrontata con la disabilità in occasione del Disability Pride:

"Sono figlia di un'insegnante di sostegno e so che non è un argomento facile da comunicare, per questo a ogni lavoro che affrontiamo ci interroghiamo su come dobbiamo esprimerci noi, come porre le domande, insomma come strutturare la notizia". Il risultato è il superamento dello stile del linguaggio che, in DADA TV, non trattano con superficialità, ma con l'accuratezza di chi desidera raccontare un mondo nuovo con formule moderne.

I nuovi progetti, soprattutto per il visual podcast, si stanno orientando verso l'adolescenza, un periodo complicato che in pochi raccontano con cura e Francesca Rossi, consapevole che gli adolescenti hanno da poco smesso di essere bambini, mi saluta citando il maestro Franco Lorenzoni quando dice che per i più giovani è importante conoscere adulti appassionati che offrano loro pienezza e certezza. Le giovani adulte di DADA TV lo stanno facendo grazie alla web TV di cui non sapevamo di avere bisogno. ■

Le persone nelle notizie

Un aspetto importante dell'analisi riguarda le persone rappresentate nelle notizie locali. Considerare le persone nei media locali significa indagare attentamente i processi di inclusione o esclusione, non solo a livello individuale ma anche collettivo. Questo tipo di analisi permette di valutare come determinate categorie vengano rappresentate o marginalizzate, mettendo in luce eventuali squilibri o discriminazioni che di conseguenza hanno un'influenza sulla percezione e sulla struttura di una comunità.

La rappresentazione mediatica ha il potenziale di **amplificare voci e storie**, oppure di oscurare intere comunità. Nei media locali, dove il rapporto con il territorio e le persone che lo abitano è stretto e diretto, tali dinamiche sono ancora più tangibili. Pertanto, analizzare la presenza o l'assenza di individui e gruppi nei media locali diventa cruciale per

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/essa, Altro

TEMA

Ruoli e professioni delle persone coinvolte nelle notizie	Disabilità	Genere	Totale generale
Politici, amministratori locali	26,44%	35,67%	32,7%
Dirigente, manager, presidente (no politica)	21,46%	18,12%	19,20%
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore	7,98%	12,84%	11,28%
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante, personaggio televisivo	6,90%	8,20%	7,78%
Esperto accademico, docente, insegnante, preside	4,73%	7,16%	6,38%
Altre professioni	32,49%	18,01%	22,66%
Totale	1.452	2.723	4.175

Tabella 16. Le persone nelle notizie cartacee (risposta multipla).

TEMA

Ruoli e professioni delle persone coinvolte nelle notizie	Disabilità	Genere	Totale generale
Politici, amministratori locali	27,67%	29,57%	29,19%
Dirigente, manager, presidente (no politica)	19,45%	13,69%	14,84%
Sportivo, atleta, giocatore, allenatore	10,41%	16,22%	15,06%
Celebrità, artista, attore, scrittore, cantante, personaggio televisivo	5,75%	6,16%	6,08%
Esperto accademico, docente, insegnante, preside	4,66%	5,13%	5,04%
Altre professioni	32,06%	29,23%	29,79%
Totale	377	1.456	1.833

Tabella 17. Le persone nelle notizie online (risposta multipla).

comprendere come essi influenzano le dinamiche di potere, le opportunità sociali e la costruzione di un'immagine della comunità stessa. Questo processo non riguarda solo la quantità di spazio dedicato, ma anche la **qualità della rappresentazione**, ovvero il modo in cui le persone vengono ritratte, con quali ruoli, e in che tipo di narrazioni vengono inserite.

Per esempio, le donne sono presenti solo in ambienti tradizionalmente associati al genere femminile, come cultura e welfare, oppure sono rappresentate anche in settori come la politica e lo sport? Le persone con disabilità vengono mostrate come individui attivi o come soggetti passivi?

Per rispondere a queste domande, il database è stato strutturato in modo da identificare fino a tre persone rilevanti per ogni notizia, quando presenti.

Sia nella carta che nell'online, è stata indagata la presenza della professionalità, indice di una maggiore accuratezza nella raccolta delle informazioni e anche imparzialità rispetto alle persone coinvolte. Un dato, che per quanto riguarda la disabilità, si lega ad uno scarso riferimento alle persone, tendendo a rappresentare con più facilità le politiche e iniziative. Quando presente, le professioni più comuni sono politici (26,44% nella carta e 27,67% nell'online), dirigenti e presidenti (21,46% nella carta e 19,45% nell'online), seguiti da personalità sportive (7,98% nella carta e 10,41% nell'online) e persone del mondo dell'arte e dello spettacolo (6,90% nella carta e 5,95% nell'online). Interessante segnalare una importante presenza di politiche e sportive all'interno del tema della disabilità, sia nella carta che sull'online. Due terreni di potenziale visibilità e promozione delle politiche per le pari opportunità.

Sul fronte delle questioni di genere, si nota una significativa presenza di politiche (35,67% nella carta

■ L'assessora Foglietta bendata in giro per la città: "Voglio capire i problemi per i non vedenti"

La Stampa, Torino
19 Novembre 2023



■ La campionessa paralimpica Ambra Sabatini al Grifone Meeting di Asti

La Nuova Provincia di Asti, Asti
2 Maggio 2024



GENERE PROTAGONISTA

Funzione protagonista	Donna	Uomo	Totale generale
Portavoce	36,78%	30,71%	33,89%
Soggetto protagonista	62,49%	68,10%	65,17%
Voce esperta	0,73%	1,18%	0,95%
Totale generale	3.151	2.875	6.026

Tabella 18. La funzione delle persone nelle notizie cartacee (% per genere).

GENERE PROTAGONISTA

Funzione protagonista	Donna	Uomo	Totale generale
Portavoce	30,78%	27,62%	29,38%
Soggetto protagonista	67,12%	70,56%	68,65%
Voce esperta	2,10%	1,81%	1,97%
Totale generale	1.241	992	2.233

Tabella 19. La funzione delle persone nelle notizie online (% per genere).

e 29,57% nell'online), oltre ad una buona presenza di dirigenti e presidenti (18,12% nella carta e 13,69% nell'online). Dati significativi sicuramente alimentati da un corpus di parole chiavi contenenti professionalità specifiche.

C'è invece una **presenza marginale**, configurata come "altro" insieme ad altre professioni, **della figura dell'attivista**, che rappresenta circa il 3%. Questo evidenzia una difficoltà a entrare nel giornalismo locale, prospettiva però essenziale per stimolare il dibattito sulle questioni sociali.

Un ulteriore livello di analisi ha previsto la rilevazione delle funzioni delle persone nelle notizie locali. Analizzare chi è presentato come protagonista, esperto o portavoce può fornire indicazioni su chi ha accesso ai mezzi di comunicazione e voce nei dibattiti pubblici.

Nelle notizie, sia su carta stampata che online, si nota una **maggiore presenza di uomini come protagonisti rispetto alle donne**. Sui giornali cartacei, gli uomini sono protagonisti nel 68,1% dei casi, mentre le donne lo sono nel 62,49%. Questa rappresentazione si rileva anche sul digitale, dove gli uomini costituiscono il 70,56% dei protagonisti, contro il 67,12% delle donne.

Tuttavia, quando si tratta di figure che agiscono come portavoce, la tendenza si inverte. Le donne assumono questo ruolo più frequentemente degli uomini, sia nei media tradizionali che online. Nella carta stampata, le donne sono portavoce nel 36,78% dei casi, rispetto al 30,71% degli uomini. Nel digitale, la differenza è simile: le donne ricoprono il ruolo di portavoce nel 30,78% dei casi, contro il 27,62% degli uomini.

Questa dinamica emerge chiaramente nei contesti politici e nel terzo settore. In politica, le donne, spesso in ruoli come sindache, assessore e consigliere, rappresentano schieramenti, dando voce alle loro posizioni. Nel terzo settore, invece, le donne agiscono da portavoce di questioni sociali, rappresentando associazioni che si occupano di problematiche rilevanti per la comunità.

In ambito sportivo, si verifica una situazione diversa: se nei singoli sport le campionesse ricevono spesso attenzione, soprattutto in vista delle Olimpiadi di Parigi, negli sport di squadra è più comune che sia un uomo, come allenatore o presidente, a essere intervistato o a parlare nei media a nome del team.

In generale, **le voci esperte**, intese come fonti autorevoli su argomenti specifici, **sono ancora piuttosto rare**. Tuttavia, si osserva una leggera prevalenza di esperti di sesso maschile nella carta stampata, che costituiscono l'1,2% delle voci esperte, rispetto allo 0,7% delle donne. Nel mondo digitale, invece, la

■ **Educare al rispetto e alla dignità**

Eco Risveglio Arona, VCO
29 Novembre 2023



■ **Prevenzione: con Igea odv**
400 visite in 14 mesi
La Sesia, Vercelli
10 Maggio 2024



tendenza è invertita: le donne rappresentano il 2,1% delle voci esperte, superando leggermente gli uomini, che si fermano all'1,81%. Di solito, le voci esperte riguardanti le questioni di genere si trovano nel campo medico, soprattutto per le malattie che colpiscono le donne, o nel campo psicologico, legato alla violenza. Per quanto riguarda le disabilità, invece, le figure esperte si concentrano maggiormente sull'aspetto educativo, specialmente nelle scuole.

Restando nell'ambito delle funzioni svolte dalle persone nei media locali e confrontando questi ruoli con i temi trattati, emergono ulteriori dati interessanti. Nonostante si registri un maggior numero di soggettività femminili, risultano comunque meno rappresentate come protagoniste, sia nelle questioni di genere che delle disabilità. Infatti, il protagonismo maschile resta prevalente.

Tuttavia, le donne mantengono una maggiore visibilità nelle notizie quando ricoprono il ruolo di portavoce, come già osservato nei due contesti mediatici. Anche se le voci esperte, in generale, appaiono poco numerose nei media, le donne si distinguono particolarmente in questo ruolo nelle notizie online. In particolare, le donne rappresentano il 2,19% delle voci esperte nel tema della disabilità e il 2,06% nelle questioni di genere.

Nell'ambito delle notizie sulla disabilità, la maggior parte delle persone coinvolte viene rappresentata come protagonista della notizia (87% circa), con una leggera prevalenza maschile. Questo dato può essere interpretato in modo positivo, in quanto potrebbe riflettere una maggiore visibilità e centralità di persone disabili nelle notizie. Tale investitura come protagonisti diventa particolarmente significativa se confrontata con il ruolo di portavoce, che risulta essere meno frequente (11% circa). Tuttavia, analizzando le notizie, va sottolineato che i protagonisti rappresentati sono raramen-

te persone con disabilità. Come evidenziano i dati, infatti, i protagonisti e i portavoce sono spesso persone con ruoli e professioni specifiche che si sono occupate di argomenti e settori propri (come infrastrutture, società, sport, arte) e che, a loro volta, citano direttamente o indirettamente questioni legate alla disabilità, come l'accessibilità agli spazi urbani, progetti di inclusione scolastica, manifestazioni sportive inclusive e altro. È molto comune trovare notizie che parlano di persone con disabilità non riferendosi a loro direttamente, ma facendo riferimento a una comunità di persone inserita in determinati contesti. In altri pochi casi, perlopiù legati a notizie sull'autismo o a precisi progetti di inclusione lavorativa, si presentano i protagonisti con disabilità con il loro nome e/o con la loro occupazione. Resta importante, però, evidenziare che tra le soggettività con disabilità osservate si concentra un **elevato numero di atleti e atlete**; ciò è motivato dallo spazio dedicato alle notizie sportive che si riferiscono con più specificità alle discipline paralimpiche e agli eventi sportivi inclusivi, sia sul cartaceo che sull'ambiente digitale.

Un ulteriore aspetto da considerare riguarda gli argomenti in cui le persone vengono rappresentate. Nell'ambito delle disabilità vi sono alcuni dati attesi mentre altri in controtendenza: si registra una maggiore presenza di **donne come protagoniste nelle notizie legate a società e welfare**, con il 36,61% nella carta stampata e il 32,8% nell'online. Inoltre, nell'online c'è una maggiore presenza femminile (34,18%) rispetto a quella maschile (31,86%) nelle questioni legate all'economia e all'infrastruttura. D'altra parte, gli uomini continuano a essere rappresentati come protagonisti, soprattutto nella carta, negli ambiti economici e infrastrutturali (35,29%) e in quelli sportivi (21,5%).

Per quanto riguarda le questioni di genere, le donne risultano maggiormente rappresentate come

protagoniste nelle notizie che trattano di società e welfare, con il 28% nella carta stampata e il 21% nell'online. Diversamente dalle disabilità, nelle questioni di genere le donne sono prevalenti nei temi legati all'economia, al lavoro e alle infrastrutture, in quanto protagoniste: 10,4% nella carta e 11,7% nell'online.

Sia le donne che gli uomini appaiono poco nelle notizie riguardanti la violenza e la cronaca nera, almeno nella carta stampata, dove questi argomenti sono meno trattati. Si osserva una lieve prevalenza di protagonisti maschili (3,35%) rispetto alle donne (2,23%). La situazione cambia invece nel contesto digitale, dove si registra una maggiore copertura mediatica della violenza e una conseguente maggiore presenza di soggetti coinvolti. Nell'online, infatti, il 27,6% dei protagonisti sono uomini, mentre il 15,8% sono donne. Per lo più si riferiscono ad autori (o potenziali) di violenza e ad attori dell'antiviolenza (forze dell'ordine, magistrati e avvocati).

Cambia il peso dei generi tra online e offline in materia di politica, infatti gli uomini sono maggiormente presenti nella carta (22,14% contro 20,84% delle donne), mentre il protagonismo femminile, seppure di poco, è maggiormente presente nell'online (18,45% contro 16,22% degli uomini).

Emergono dunque delle differenze nella rappresentazione mediatica delle persone tra i due contesti, offline e online: nella carta stampata, gli uomini sono più spesso protagonisti in materie considerate dure, mentre online si assiste a una maggiore visibilità femminile anche in quei contesti. Nel complesso, sebbene permangano alcune aree di disparità, specialmente nei temi economici e sportivi, si osserva un **progressivo equilibrio nella rappresentazione di genere, particolarmente evidente nelle piattaforme digitali.**

L'analisi delle discriminazioni

Una parte fondamentale della ricerca ha riguardato l'**analisi grammaticale e l'eventuale presenza e portata degli stereotipi**, considerati indicatori rilevanti nel valutare l'approccio dell'informazione locale al tema dell'inclusione in riferimento al discorso pubblico nazionale.

Stereotipi e analisi grammaticale sono due aspetti fortemente concatenati: il linguaggio impiegato dai media può essere un elemento sfidante nei confronti degli stereotipi, prendendo una posizione netta contro i luoghi comuni, per esempio con l'utilizzo di ruoli professionali solitamente maschili declinati al femminile quando si tratta di donne, oppure essere una conferma degli stereotipi, rafforzando aspettative e pregiudizi verso una determinata categoria.

L'analisi sull'uso del linguaggio e sugli stereotipi nei servizi televisivi del TGR risulta anche in questa edizione particolarmente complessa, principalmente a causa delle limitazioni strutturali delle fonti della Mediateca RAI. Infatti, tramite questo archivio non è possibile ottenere i testi o le trascrizioni complete dei notiziari, ma soltanto una breve descrizione dei servizi trasmessi. Questa mancanza di accesso ai contenuti verbali rende impossibile condurre un'analisi approfondita sull'uso del linguaggio di genere o sugli stereotipi all'interno dei servizi stessi. Pertanto, l'analisi si trova costretta a concentrarsi esclusivamente sulle descrizioni sintetiche fornite dalla Mediateca, le quali offrono solo un quadro molto limitato e spesso insufficiente per trarre conclusioni significative nel contesto giornalistico televisivo del TGR.

“Siamo una società multi-etnica ma non si può dire”

Marcella Rodino, giornalista all'Ufficio Pastorale Migranti

«Quando sento parlare di migranti come categoria a sé, anche nel luogo di lavoro, mi interrogo sulle motivazioni profonde di una stagnazione della narrazione di un fenomeno che nel frattempo si è evoluto e che fa dell'Italia un paese multi-etnico, con un numero basso di nuovi arrivi. Sono oltre cinque anni che il numero di stranieri residenti si aggira intorno ai 5 milioni di persone, per lo più famiglie, persone che hanno investito il loro futuro in Italia, che pagano le tasse e che contribuiscono alla vita economica, sociale e culturale. Senza contare chi ha ottenuto la cittadinanza italiana. Siamo una società multi-etnica ma ancora non si può dire». È un quadro scoraggiante quello che delinea Marcella Rodino sui migranti, forte delle molteplici esperienze di giornalista impegnata nel sociale.

Dopo aver lavorato per cinque anni all'ufficio comunicazione e stampa del Gruppo Abele collaborando alla rivista mensile *Narcomafie*, Rodino approda all'Ufficio Pastorale Migranti, luogo simbolo dell'accoglienza disinteressata di Torino. Scrive articoli e comunicati e si occupa della pubblicazione di una newsletter mensile. Dal 2021 cura la sezione di approfondimento sugli studenti internazionali in Italia del Rapporto Immigrazione nazionale di Caritas/Migrantes, nonché la formazione per giornalisti sui temi legati alla mobilità umana, da anni un appuntamento organizzato con GiULIA Giornaliste e il Concor-

so Lingua Madre. Dal suo osservatorio lo sguardo sui mezzi di informazione tradizionali è molto critico: «A parte la maggior attenzione all'uso delle parole, a mio parere l'approccio ai fenomeni migratori rimane quello di trent'anni fa. Rimane notiziabile l'emergenza dei flussi, l'invasione, la criminalità che aumenta e si segue il dibattito politico spesso cavalcando la tesi più divisiva per raggiungere la pancia di più lettori. Di quel mondo di 5 milioni di persone si continua a non parlarne».

Ho conosciuto e apprezzato Rodino quando nel 2008 ha iniziato a collaborare con l'Istituto Euro-mediterraneo del Nord-Ovest in cui coordinavo l'area giornalistica e culturale e la versione italiana della rivista on line *Babelmed.net*. Fu coinvolta nel progetto europeo "Incontrare l'altro" in un pool di giovani giornalisti europei impegnati a scoprire forme di espressione artistica e culturale di persone con background migratorio. È poi rimasta presso l'Istituto collaborando nelle attività giornalistiche. Esperienze importanti come promuovere il riconoscimento della professionalità di giornalisti stranieri, creare pluralismo di voci dalle diverse sponde del Mediterraneo e la corretta rappresentazione giornalistica dei fenomeni migratori ("Carta di Roma" a cui Paralleli ha dato un suo contributo).

Per diversi anni Marcella Rodino ha pubblicato inchieste giornalistiche su temi sociali

anche "scomodi" su Lo Straniero, Avvenimenti, Il nostro Tempo, la Rivista Madre, Il Cenacolo, Redattore sociale. «Una parte della nostra attenzione andava ai fenomeni migratori. Già allora, negli anni Novanta e nei primi anni del 2000, si registrava la necessità di fornire una narrazione diversa del fenomeno rispetto a quella corrente». Rodino è una giornalista che ha l'opportunità di vivere quotidianamente la società multietnica e conosce di persona un pezzo di Torino. «La diffidenza appartiene a entrambe le parti, non è sentimento esclusivo degli autoctoni. I luoghi dell'accoglienza sono rari, ma esistono. A bussare alle porte spesso sono persone in difficoltà. Essere lontani dai propri punti di riferimento, dalla famiglia, dalla lingua rende l'esistenza sempre appesa a un filo. Pensiamo alle donne che si occupano di assistenza agli anziani. E non dimentichiamo che una parte di donne migranti è vittima di tratta e sfruttamento, fenomeno che cambia molto rapidamente le sue caratteristiche. Per esempio la possibilità di richiedere la protezione internazionale è stata colta dal racket, come quello

nigeriano, che continua ad avere in pugno le donne e sfrutta la loro accoglienza. Molte di queste hanno figli dai loro sfruttatori perché violentate e la prole rappresenta un doppio legame con lo sfruttatore. Vere e proprie schiave del terzo millennio».

In tempi recenti si è registrata un'ondata di arrivi di donne con figli dal Perù, spesso con figli malati gravi. Altro capitolo è quello della disabilità e l'iter per il riconoscimento dell'invalidità: «Un iter complesso, spesso aggravato da problemi legati ai documenti e dai costi: un medico di famiglia chiede da 50 a 150 euro per redigere un certificato di invalidità civile. Alcuni patronati chiedono tra i 10 e i 25 euro per inoltrare lo stesso certificato all'INPS». Problemi questi, come tanti altri, che non trovano spazio nell'informazione, anche in quella locale. Sarà forse perché ancora nelle redazioni i figli dell'immigrazione non ci sono? come sottolinea Rodino. «Scelgono di esprimersi lontano dai mezzi d'informazione tradizionale, scegliendo i social col rischio di creare diverse italie, troppe italie che non si parlano e non condividono». ■

Gli stereotipi

È importante sottolineare che, in generale, **non ci sono molti articoli che mettono in discussione i temi trattati**. I giornalisti e le giornaliste, infatti, tendono ad avere un approccio più neutro quando riportano le notizie. Tuttavia, ci sono alcune differenze significative tra i due contesti mediatici esaminati che vale la pena evidenziare.

Il genere, sia nell'ambiente cartaceo (7,27%) che in quello digitale (8,45%), è un terreno dove è più facile incontrare articoli sfidanti, che mettono in discussione gli stereotipi, rispetto alla disabili-

TEMA			
Sfida stereotipi	Disabilità	Genere	Totale generale
Si	3,44%	7,27%	5,94%
No	96,56%	92,73%	94,06%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

Tabella 20. La distribuzione della sfida agli stereotipi nell'ambiente cartaceo (% per tema).

TEMA			
Sfida stereotipi	Disabilità	Genere	Totale generale
Si	5,84%	8,45%	7,91%
No	94,16%	91,55%	92,09%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 21. La distribuzione della sfida agli stereotipi nell'ambiente online (% per tema).

tà (rispettivamente 3,44% e 5,84%), segno di una maggior consapevolezza e interiorizzazione delle tematiche di genere e della loro presentazione non solo corretta, ma anche ferma antagonista. Questa tendenza sembra andare in contrapposizione con l'edizione precedente della ricerca, dove invece la disabilità nel cartaceo sembrava essere più sfidante rispetto al genere.

Per esempio, diversi sono gli articoli che prendono in carico manifestazioni e campagne di sensibilizzazione sulla violenza di genere, non solo affidandosi a numeri e statistiche, ma anche affermando in maniera chiara ed esplicita le radici culturali di questo fenomeno. Tale rappresentazione, che di conseguenza ha una ricaduta sulla società, veicola un'immagine della violenza in quanto problema sociale da contrastare attraverso una risposta collettiva e non come un costo da caricare alle donne.

Non solo: a occupare un posto importante nella lotta agli stereotipi di genere che viene riportata nel panorama informativo è la copertura di donne in sfere professionali tipicamente abitate da uomini. Lo sport in questo è un grande amplificatore del tema: mol-

tissimi articoli hanno preso in carico questa battaglia, sia declinando correttamente il ruolo delle atlete (come, per esempio, «la capitana»), sia raccontando degli sforzi per rendere l'ambiente agonistico più inclusivo e attento alle esigenze femminili. Lo stesso discorso vale per altri ambiti dove le donne sono sotto-rappresentate, per esempio il cinema o la fotografia. Questa prospettiva si amplifica sul digitale che sembra intercettare maggiormente i discorsi sull'inclusione e le pari opportunità. Un esempio virtuoso è senza dubbio la serie di videointerviste realizzate dalla Gazzetta d'Alba in occasione del 25 Novembre 2023 e in collaborazione con l'Assessorato alle Pari Opportunità di Alba: il servizio non si limita a snocciolare i dati della violenza, ma la affronta a tutto tondo, a partire dall'esperienza di chi si rapporta con il fenomeno sotto vari punti di vista, come ad esempio la medicina di genere, sollevando il problema degli studi condotti finora che hanno preso in considerazione gli uomini e non le donne. Ancora, i Centri per uomini maltrattanti, un passaggio essenziale per interrompere il continuum della violenza ed evidenziare le responsabilità maschili. Tra i due ambienti c'è da rilevare che quello digitale sembra prendere in carico più spesso e in maniera più approfondita il tema della parata del Pride, ovvero la marcia per l'orgoglio delle persone appartenenti alla comunità LGBTQ+, approfondendo le loro rivendicazioni e le lotte per l'ottenimento dei diritti civili.

La disabilità narrata all'interno degli articoli analizzati, seppur in percentuali molto ridotte come sopra delineato, ha portato il lettore a sfidare il confronto con alcuni stereotipi ricorrenti. In entrambi gli ambienti, sia digitale che cartaceo, **lo stereotipo che più si cerca di sfidare è quello legato alla concezione della disabilità secondo un modello medico-individualistico**, portando quindi all'attenzione l'esistenza di un paradigma differente quale è il modello sociale, che sposta la responsabilità legata all'inclusione o all'esclusione delle persone con di-

■ **Violenza sulle donne. A che punto siamo?"**

La Nuova Periferia di Chivasso,
Torino
22 Novembre 2023



■ **Donne e sport, c'è la Carta etica**

La Nuova Provincia di Asti, Asti
14 Maggio 2024



■ **L'idea @apotropaike e le sue 'vulve svelate' alla Casa delle Donne Il Piccolo, Alessandria**
19 Gennaio 2024



■ **No alla violenza, sì all'equità: uno strumento chiave sono i Centri per uomini**
Gazzetta d'Alba, Cuneo
20 Dicembre 2023



■ **La disabilità
come opportunità
da valorizzare**

La Sesia, Vercelli
14 Giugno 2024



■ **Un cineforum sui
problemi della disabilità**

L'Ancora, Alessandria
25 Febbraio 2024



■ **Vinovo Nessun
ballottaggio,**

Maria Grazia Midollini
al primo turno
L'Eco del Chisone, Torino
12 Giugno 2024



sabilità non più alle loro caratteristiche fisiche, ma alla società di cui fanno parte, considerando l'inclusione un impegno collettivo che interessa la comunità tutta, i suoi contesti e le sue norme socialmente costruite. Va inoltre evidenziata la presenza di alcuni articoli, seppur sporadici, che sfidano la rappresentazione pietistica delle persone disabili, facendo cenno alla possibilità di una vita indipendente che va oltre le narrazioni basate sugli stereotipi che presentano la persona disabile come persona debole, fragile, bisognosa solo di cure e non in grado di poter vivere una vita piena, attiva e soddisfacente.

Se è vero che nel contesto delle questioni di genere si nota una maggiore attenzione nello sfidare gli stereotipi, si registra, allo stesso tempo, una tendenza a confermarli, soprattutto nella stampa cartacea (15,94%) ma anche nei media digitali (12,84%). Questo dato è in contrasto con quello dell'edizione precedente, dove gli stereotipi legati alle disabilità erano confermati più frequentemente. Ciò indica che le questioni di genere vengono affrontate da prospettive diverse, a volte contraddittorie, il che suggerisce una certa complessità e ambivalenza nel trattare il tema.

Questo si nota soprattutto quando si tratta di usare correttamente i termini femminili per le professioni. Non è raro trovare articoli in cui una donna che ricopre una posizione di vertice venga indicata sia al maschile che al femminile, oppure esclusivamente al maschile. Questo dimostra una certa disattenzione, da parte delle redazioni locali, nell'uso di un linguaggio inclusivo. In alcuni casi, sembra addirittura che ci sia una resistenza all'uso di termini come "sindaca", "assessora" o "la presidente", quasi come se non si volesse riconoscere che il linguaggio stereotipato sta alla base della piramide della violenza giocando un ruolo importante nella diffusione della cultura della violenza.

Il rischio di cedere a immagini distorte della violenza si nota anche quando si tratta il tema della violenza di genere. Per esempio, stravolgendo i dati sulla

TEMA			
Conferma di uno stereotipo	Disabilità	Genere	Totale generale
Si	9,37%	15,94%	13,65%
No	90,63%	84,06%	86,35%
Totale generale	1.452	2.723	4.175

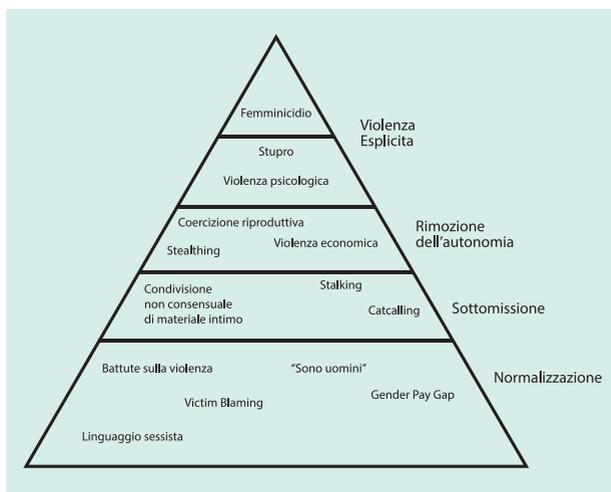
Tabella 22. La distribuzione della conferma di stereotipi nell'ambiente cartaceo (% per tema).

TEMA			
Conferma di uno stereotipo	Disabilità	Genere	Totale generale
Si	10,34%	12,84%	12,56%
No	89,66%	87,16%	87,44%
Totale generale	377	1.456	1.833

Tabella 23. La distribuzione della conferma di stereotipi nell'ambiente digitale (% per tema).

PIRAMIDE DELLA VIOLENZA

La piramide della violenza di genere è un modello che dimostra come comportamenti apparentemente innocui, come battute sessiste, linguaggio discriminatorio e stereotipi, sovrapposono forme di violenza più gravi, fino a sfociare in atti estremi come il femminicidio.



Alcuni consigli di lettura:

- ◆ Vagnoli, C. (2021). *Male-detta sfortuna: vedere, riconoscere e rifiutare la violenza di genere*. Milano, Fabbri Editori: Mondadori Libri.
- ◆ <https://vawnet.org/material/pyramid-discrimination-and-violence>
- ◆ <https://www.ualbertain.ca/en/current-students/sexual-assault-centre/resources/create-change.html#:~:text=The%20pyramid%20of%20Sexual%20Violence,vioence%20is%20allowed%20to%20continue>
- ◆ <https://eugem.ultimatefederation.eu/wiki/4425269/>

violenza per sottostimare il problema, sminuendo il legame con cause socio-culturali. Oppure, dando risalto a casi di cronaca in cui gli autori delle violenze sono stranieri, rafforzano la falsa idea che siano principalmente gli immigrati a commettere questi abusi.

■ **Omicidi di donne: l'Italia è in fondo alla classifica**

La Vita Casalese, Alessandria
30 Novembre 2023



■ **Palpeggiava le donne, un ivoriano in carcere (VIDEO)**

Gazzetta d'Alba, Cuneo
12 Gennaio 2024



■ **Verso il voto, chi vuole la sindaca? Alle prossime elezioni poche le candidate donna**

Il Corriere di Alba, Bra, Langhe e Roero, Cuneo
29 Febbraio 2024



Lo zoccolo duro che irrobustisce il numero di articoli che confermano i luoghi comuni è però rappresentato dagli articoli che rientrano in questa categoria per un uso scorretto del linguaggio, che verrà approfondito nel prossimo paragrafo.

L'approccio contraddittorio del giornalismo locale alle questioni di genere è evidenziato dal fatto che **la presenza di stereotipi e il tentativo di sfidarli possono coesistere**, e non si escludono a vicenda: uno stesso articolo può, per esempio, proporre un'analisi critica del *gender gap* in politica e utilizzare termini scorretti come *sindaci donne*. Non è detto, quindi, che dare visibilità ad alcuni temi o affrontarli da una prospettiva sistemica e strutturale garantisca che l'articolo trovi complessivamente una coerenza. Una tendenza rilevata maggiormente nelle testate tradizionali rispetto al digitale.

Spostando la riflessione sul tema disabilità, le percentuali legate alla conferma di stereotipi sono molto simili in entrambi gli ambienti (cartaceo 9,37%, digitale 10,34%), discostandosi lievemente dall'edizione di ricerca precedente che vedeva un più basso 6,3%. Questo dato, a primo impatto, avvia la riflessione su una scarsa consapevolezza nell'utilizzo di termini o usi linguistici comuni, sinonimo di una strada ancora percorribile verso una migliore narrazione delle questioni legate al tema della disabilità. Come per il genere, anche il tema della disabilità riscontra situazioni di compresenza tra stereotipi sfidati e stereotipi confermati, ovvero la presenza di una variabile non esclude per forza l'altra. Gli stereotipi confermati possono essere legati a questioni lessicali e abitudini linguistiche, come l'uso preponderante e ripetuto della parola "disabile" o "disabili" come sostantivo, spostando in secondo piano la persona e dando risalto alla sola caratteristica della disabilità. Sono stati riscontrati altresì articoli che confermano lo stereotipo del **pietismo narrativo**. Generalmente la persona con disabilità viene, infatti, accostata alla sfera della fragilità e

■ DIVERSAMENTE ABILI

Il termine "diversamente abile" è stato per un lungo periodo considerato una buona alternativa a espressioni più obsolete come "portatore di handicap". Tuttavia, viene considerato oramai un'espressione scorretta poiché esiste per definire chi, a favore di un impianto abile-normativo, si allontana dalla norma socialmente accettata ovvero "essere abile". **Si ritiene più opportuno usare "persona con disabilità", per evidenziare la persona e non la sola caratteristica della disabilità, oppure "persona disabile" rivendicando e risaltando lo stato politico e sociale di minoranza oppressa.**

della debolezza, ma soprattutto la variabile **disabilità** viene spesso **generalizzata** non considerando le diverse casistiche e specificità riferite al concetto di disabilità stessa, producendo incomprensioni o stereotipando le caratteristiche. Si evidenzia anche una **narrazione legata al modello medico della disabilità**, con un utilizzo di termini come "portatori di handicap", "portatori di disabilità". A primo impatto, sembra essere più diffuso l'uso di espressioni come "affetto da autismo" o "affetto da disabilità", il che aumenta l'ambiguità tra disturbo e malattia e fomenta lo stereotipo legato alla patologizzazione generalizzata della disabilità. Oltre agli stereotipi legati alla fragilità, si rilevano casi che perpetuano lo stereotipo della persona disabile come eroe, presentandola come esempio da seguire poiché riesce a raggiungere determinati obiettivi nonostante la propria disabilità, non considerando indirettamente la norma sociale nella quale è inserita e che impedisce di fatto di considerare le abilità di una persona in base alle sue caratteristiche, assumendo che debba adeguarsi ad un contesto normativo socialmente costruito. In conclusione, la questione del pietismo è fortemente legata anche ad un **abilismo inconscio** che si nasconde nell'utilizzo di termini come "speciali" e "speciale", spesso ritrovati per presentare persone con disabilità o con disturbo dello spettro autistico impegnate in attività di inclusione, in eventi dedicati o in manifestazioni sportive. Il termine speciale, infatti, enfatizzando la sfera della "specialità" si riferisce in questi casi a dimensioni di eroismo o di pietismo, nascondendo un distacco dalla norma riconosciuta evidentemente

Scrivere è un lavoro che tocca i sentimenti

Gian Mario Gillio, Giornalista

Gian Mario Gillio è figura originale nel panorama della nostra informazione. Giornalista del settimanale Riforma, Direttore Responsabile dell'Agenzia di Stampa Nev, Addetto Stampa della Tavola Valdese, siede nel direttivo della Carta di Roma, è stato Direttore della rivista di dialogo fra culture e religioni Confronti e molto altro che ne delinea i tratti caratteristici di persona con una visione rigorosa e illuminata sui fatti del mondo. Il mondo delle narrazioni è quello in cui si è formato e cresciuto, in passato ha diretto Radio Beckwith, emittente comunitaria che trasmette da Luserna San Giovanni, arrivando in tutto il nostro Paese, da cui sono passati molti nomi del giornalismo di oggi. Occupandosi di comunicazione per le chiese evangeliche ci interessava confrontarci con un mondo che, per sua caratteristica, apre alle donne ruoli apicali e quindi ha già da tempo introiettato formule al femminile di ruoli: la pastora, la moderata. Certamente le donne protestanti sono giunte a questi risultati attraverso le loro battaglie e le loro lotte che, tuttavia, si sono confrontate, non scontrate, con un humus sociale più aperto all'ascolto. Certo la storia dei luoghi dove insistono queste confessioni è densa di legnosità, paesi e chiese "arroccati" sulle montagne, nel caso dei Valdesi, donne e uomini di tempra, ma con un'attitudine diversa: le chiese protestanti hanno per propria natura la capacità di creare dialogo e

dibattito, confronto e approfondimento, senza preclusioni. Non è un caso che casi importanti di emancipazione femminile siano avvenuti proprio in seno alla comunità, come la prima avvocatessa d'Italia Lidia Poët. Siamo nella seconda metà del 1800 e, se per le donne valdesi era normale studiare, formarsi, il resto dell'Italia non era pronto, tanto che le fu preclusa la possibilità di iscriversi all'ordine degli avvocati perché la legge allora non prevedeva l'esercizio dell'avvocatura per le donne; una sentenza, quella della sua esclusione, che fa rabbia, dove troviamo scritto, fra le varie assurdità, che "nella razza umana, esistono diversità e disuguaglianze naturali". La storia di Lidia Poët si inserisce perfettamente nel solco di ciò che Gian Mario Gillio racconta, ovvero una predisposizione naturale ad aprirsi al cambiamento, senza preclusioni, grazie a un allenamento all'ascolto e al racconto che non ha bisogno di regole, perché già superate. Far parte di una comunità in cui le donne sono inserite a tutti i livelli, rende normale in occasione di convegni ed eventi in generale avere donne nel panel di discussione, non hanno bisogno di fare attenzione alle quote rosa e anche nel linguaggio usato non trovano, come spesso viene detto in altri ambiti, cacofonici i termini al femminile. Sono abituati. Questo agio si riflette anche nel linguaggio usato negli articoli, nei servizi radiofonici, si fa attenzione alle parole,

senza entrare nel torbido o nel gossip per i casi di cronaca “perché non ci interessa”. Qui Gian Mario Gillio fa un affondo molto interessante sul metodo dell’informazione usato mettendo al centro la persona: se si racconta un fatto, una violenza, ci si deve concentrare sul fenomeno, non sul contorno, senza infingimenti, se si desidera essere parte di un servizio che sia sì di informazione, ma anche utile alla comprensione. È un lavoro che tocca i sentimenti, appare chiara l’abitudine alla complessità degli argomenti, all’assunzione di responsabilità, con la consapevolezza che si può sbagliare e che l’errore va sempre riconosciuto, corretto e non coperto. Se nel mondo dell’informazione i giornalisti avessero sempre ben chiaro che si scrive di persone, ci sarebbe meno bisogno di carte deontologiche. È davvero una questione di sensibilità verso l’altro, avere cura nell’utilizzo delle parole perché importi davvero non ferire l’altro e se si sta scrivendo di un tema che non appartiene alla nostra area di competenza, è fondamentale lo studio e, se possibile, il confronto con i diretti interessati. Gillio rimarca anche l’importanza della formazione continua, la Piattaforma Giornalisti offre libertà di scelta e varietà di temi, è un privilegio potervi accedere, un dovere creare la giusta mappa per affrontare tutti gli argomenti

Il mondo delle chiese protestanti, quindi, parla molto al femminile e le donne evangeliche d’Italia sono molto attive in ogni ambito e alimentano quel senso di comunità che rende vigili sui temi e su come si raccontano. L’ultimo sinodo ha affrontato il tema della disabilità a tutto tondo, a cominciare dai templi che devono essere rivisti nell’accessibilità, fino al progetto “Dopo di noi”, una iniziativa con lo scopo, attraverso l’8x1000, di aiutare enti e associazioni che si occupano di persone con disabilità. Un modo per dare sollievo ai genitori angustati da cosa succederà ai figli e alle figlie con disabilità quando verranno meno. La comunità si stringe, anche in questo caso, con naturalezza e molte storie sono state raccontate, senza titubanze, cercando il confronto, come quando Gian Mario Gillio ha intervistato Pitzu Sathya. Lo studente denunciò l’incivile abitudine di parcheggiare davanti alla rampa dedicata all’accesso delle persone con disabilità, lui stesso rimase bloccato ore al Campus Einaudi. “Per intervistarlo e non sbagliare ho fatto la cosa più naturale del mondo, gli ho chiesto come fosse corretto esprimermi”. Le carte deontologiche sono, senza dubbio, uno strumento fondamentale, ma l’etica e il buonsenso nella costruzione delle narrazioni, ha ragione Gian Mario, afferiscono alla responsabilità e alla sensibilità di ogni giornalista. ■

Il linguaggio di genere

Raccontare correttamente le questioni di genere e la disabilità implica scegliere con attenzione il linguaggio da impiegare: riportare semplicemente una manifestazione o un progetto di sensibilizzazione non è sufficiente se non viene debitamente descritto con termini ed espressioni adeguate. Così, il linguaggio è stato considerato una variabile essenziale nel monitoraggio dell'informazione locale di fronte a questi temi.

Nelle questioni di genere, la corretta adozione dei **titoli professionali o istituzionali** per le donne è stata osservata molto più frequentemente, sia nella stampa cartacea (85,04%) che nei media digitali (84,57%), rispetto a quando si parla di disabilità (rispettivamente 77,50% e 74,55%)¹¹. Questo dato suggerisce che i giornalisti e le giornaliste potrebbero essere più sensibilizzati sulle questioni di genere rispetto a quelle legate alla disabilità. Allo stesso tempo, il fatto che le questioni di genere ot-

11. Si noti che il corpus di parole-chiave contiene diverse accezioni al femminile sia per titoli istituzionali (come "sindaca", "assessora", "consigliera") che professionali ("la presidente", "presidentessa").

TEMA			
Titolo femminile grammaticalmente corretto	Disabilità	Genere	Totale generale
Corretto	77,50%	85,04%	83,46%
Non corretto	22,50%	14,96%	16,54%
Totale generale	569	2.152	2.721

Tabella 24. La distribuzione dei titoli femminili grammaticalmente corretti nelle notizie cartacee (risposta multipla).

TEMA			
Titolo femminile grammaticalmente corretto	Disabilità	Genere	Totale generale
Corretto	74,55%	84,57%	82,96%
Non corretto	25,45%	15,43%	17,04%
Totale generale	194	1.064	1.258

Tabella 25. La distribuzione dei titoli femminili grammaticalmente corretti nelle notizie online (risposta multipla).

TEMA				
Titolo grammaticalmente corretto	Disabilità		Genere	
	Firma femminile	Firma maschile	Firma femminile	Firma maschile
Corretto	94,90%	95,30%	97,30%	96,20%
Non corretto	14,10%	17,20%	12,70%	14,10%
Totale	177	232	490	553

Tabella 26. La distribuzione del titolo grammaticalmente corretto (% per genere della firma).

tengano più visibilità nel dibattito pubblico potrebbe spiegare un maggior controllo su questo tema. Tali ambiguità non emergono solo nella politica, ma in generale quando si concede visibilità a donne che occupano posizioni in settori, evidentemente ancora oggi, considerati maschili. Diversi articoli evidenziano una discontinuità nei titoli professionali: la stessa donna è presentata come “la presidente”, ma anche come “l’avvocato”, mostrando una reticenza maggiore di fronte ad alcuni ruoli professionali. Questo dato rientra nella percentuale di articoli che non riportano le cariche correttamente, 14,96% sul cartaceo e 15,43% sul digitale, suggerendo che l’ambiente online sia più impermeabile ai discorsi sulla correttezza del linguaggio, pur essendo più dinamico e variegato.

Sebbene ci sia stata maggiore attenzione al linguaggio, persiste ancora una certa incoerenza nell’uso dei titoli professionali e istituzionali declinati al femminile per entrambi i temi trattati. Da un lato, questa incoerenza può essere attribuita a una sensibilità più o meno spiccata del giornalista o della giornalista. Dall’altro lato, la mancanza di una linea editoriale chiara e uniforme all’interno delle redazioni locali potrebbe contribuire al fatto che giornalisti e giornaliste non seguano sempre una prassi comune nell’uso dei titoli femminili. A “sbagliare” di meno sono in genere le giornaliste, che però firmano decisamente meno pezzi rispetto agli uomini. Nel complesso però si riscontra un miglioramento rispetto al periodo precedente.

■ Consumatori, Polliotto (Unc):
 “Ecco il decalogo
 per saldi sicuri”
 Torino Oggi, Torino
 11 Gennaio 2024



Strutturare il linguaggio del futuro

Pasquale Quaranta, Giornalista della divisione digitale e Diversity Editor del Gruppo GEDI

In occasione della prima uscita del nostro report avevamo intervistato, nell'estate del 2022, Pasquale Quaranta che, in forma quasi profetica, aveva anticipato la necessità della figura del Diversity Editor nel mondo dell'informazione. Un'idea allora solo in nuce, ma che nel maggio del 2023 prende forma concreta con la nomina di Quaranta prima con questo ruolo per il quotidiano La Stampa poi, nel 2024, di tutto il Gruppo GEDI editore, tra gli altri, anche di Repubblica. Insomma, avevamo intercettato il vento di un cambiamento che ha poi ispirato anche un altro importante gruppo editoriale, quello del Sole 24 Ore che, di lì a poco, nominerà Monica D'Ascenzo nello stesso ruolo. Insomma Pasquale Quaranta ha fatto da apripista per la creazione di una figura che prima di lui non esisteva nel nostro Paese e che con il suo lavoro e la sua visione ha contribuito a costruire, vista l'assoluta necessità di vigilare sul linguaggio che i giornali veicolano. Troppi errori, troppa approssimazione, scivoloni che non potevano più essere tralasciati, cominciando con l'"esserci", su questo il primo Diversity Editor d'Italia comincia a lavorare organizzando corsi di formazione per giornaliste e giornalisti nell'ambito della formazione obbligatoria dell'Ordine sui temi di genere, convinto di aver intrapreso la strada giusta: sono sette i primi proposti dopo la nomina, i primi tre pianificati con GIULIA giornaliste dando contezza anche del lavoro di ORA. Molte le persone invitate come ospiti e molte a partecipare per correggere le storture nelle narrazioni che diventano

complicate quando si parla di violenza, di corpi "grassi, magri, pesiamo le parole, non le persone", suggerisce Quaranta che sottolinea la necessità di formare chi si occupa di informazione sì, ma anche andare nelle scuole per strutturare con ogni studente e studentessa il corretto linguaggio del futuro. Ce n'è un grande bisogno, l'esempio della narrazione dei Giochi Olimpici di Parigi è dirompente, abbiamo letto ogni tipo di errore, da Imane Khelif pugile intersex definita transgender, come se i termini fossero sinonimi, quando in sé, al contrario, racchiudono vissuti personali completamente diversi e neppure affini, fino all'episodio di misgendering di J.K.Rowling ai danni dell'atleta paralimpica Valentina Petrillo, un atto di microviolenza cui i giornali hanno dato una rilevanza eccessiva. Ma non solo, Quaranta sottolinea il vulnus nelle narrazioni dedicate alle persone che questo mondo si ostina a categorizzare: le donne, le persone con disabilità, le comunità afrodiscendenti. Per non parlare del permanere di aneliti voyeuristici e scabrosi per cui, ad esempio, la parola trans rimane nell'immaginario collettivo sinonimo di prostituta e, se una persona transessuale è protagonista, nel bene o nel male, di un fatto di cronaca questo viene sottolineato, quasi fosse un epiteto. Errori grossolani che confermano quanto mai sia necessario che la figura di Diversity Editor sia implementata in ogni ambito delle narrazioni. Infine l'affondo sui social, tema che ci accompagna quest'anno, cui Quaranta guarda con favore definendoli "alleati preziosi del gior-

nalismo". Ormai moltissime persone scelgono i social come piattaforma per informarsi e ci sono profili che svolgono davvero bene questo lavoro, con un'attenzione al linguaggio che altrove manca. La forza è l'inversione del punto di vista, sui social è chi legge a essere protagonista e i profili diventano sentinelle che vigilano e segnalano errori e imperfezioni. Le redazioni in questo ambito sono composte da giovani e riflettono meglio la modernità dell'oggi, tuttavia non sono redazioni giornalistiche, chi collabora non ha l'obbligo di formazione, non si applicano

contratti giornalistici, mancano quindi quelle tutele che sono parte fondamentale del mondo dell'informazione.

La visione di Pasquale Quaranta, cui in passato consigliavano di non specializzarsi troppo su questo tema, è oggi una realtà consolidata, riferimento per molte lettrici e molti lettori, speriamo esempio per altri gruppi editoriali. Lui non si sottrae, crede nei passi avanti fatti, nei risultati ottenuti a cominciare da quell'"esserci" che lo ha portato, ormai da tre edizioni, a guidare il carro de La Stampa al Torino Pride. ■

Non sono solo parole

Manuela Manera, Linguista

Parlare, scrivere, raccontare, comunicare, tutte azioni che gli esseri umani compiono con assoluta naturalezza per abitudine, necessità, vezzo con la presunzione che, siccome tutti parlano, tutti sanno farlo. Eppure non è così, la lingua cambia, crea realtà e immaginari, si intreccia alle persone, al mondo e al modo in cui vivono, diventa strumento di potere e, troppo spesso arma per esprimere violenza. Manuela Manera è custode dei linguaggi, da sempre li osserva, li studia, con particolare attenzione al linguaggio di genere di cui ha trattato nei suoi libri.

Abbiamo chiesto a Manuela Manera il suo punto di vista sul linguaggio del giornalismo in Italia e ne è uscita una visione di grazia, per nulla censoria, equilibrata ed efficace. Quello che emerge è una differenza fra chi investe in formazione e acquisisce consapevolezza che, di fatto, è un modo per sentirsi investiti di una responsabilità oggi quanto mai necessaria. Chi pensa di non aver bisogno di approfondire e ritiene di essere preparato, non si lascia coinvolgere dall'argomento di cui tratta e spesso emerge una comunicazione frettolosa e poco competente. È un fatto sostanziale che dice molto delle persone: a chi sbaglia (frequenti gli scivoloni quando si tratta di identità di genere) manca la presa in carico della responsabilità del lavoro che sta svolgendo. È ciò che abbiamo visto accadere anche durante le recenti cronache sportive dei Giochi Olimpici in cui, troppo spesso, i giornalisti si esprimono male, talvolta in modo offensivo, magari anche involontariamente, nei confronti delle

atlete. Questo può accadere se non ci si interroga sul proprio ruolo, perché "tanto sono solo parole" e se si ha un nome anche di una certa rilevanza che fa sentire in diritto di dire tutto ciò che passa per la testa, senza sottoporlo a nessun tipo di analisi.

La questione è generale: da un lato, continua Manera, la ricerca costante di sensazionalismo nel dare le notizie, con dettagli morbosamente scandalistici (come spesso succede quando si parla di persone transessuali ndr) che attirino l'attenzione di chi legge a discapito di una informazione corretta, prima ancora che rispettosa. Dall'altro la strumentalizzazione politica del linguaggio. Fa buon gioco raccontare i fatti con ricorrenti formule errate che si vanno ben a piantare su un humus che si vuole coltivare con riferimenti che richiamano classici cavalli di battaglia della destra estrema. Il caso Imane Khelif è un esempio calzante di come il contesto condizioni il linguaggio, non a caso un certo tipo di narrazione è avvenuta in Italia, in un contesto ideologico fortemente conservatore.

Il piano della narrazione è fortemente importante, Manera è anche docente nella scuola secondaria di primo grado, laddove si formano le nuove generazioni di cittadini, e sottolinea come a un linguaggio nitido si acceda nelle bolle di chi a quei temi si interessa, mentre al resto del mondo arriva un'ondata becera e feroce di voci che semplificano, banalizzano, stigmatizzano e appiattiscono le notizie. Si travisa così il contesto e la realtà dei fatti, riconducendo tutto a una storia che

confermi frame ideologici discriminatori. Non tutti gli studenti possono studiare con professoressa come Manera, non si lavora abbastanza fin dalla scuola all'abitudine alla lettura o, quanto meno, all'acquisizione della notizia. E quando il tema diventa la violenza, in particolare il femminicidio, fornire strumenti diventa fondamentale.

Manera non distingue fra penne al maschile o al femminile, non dipende dal sesso di chi scrive, ma dallo sguardo. È un bias quello che spinge a pensare che chi vive nella marginalizzazione, o percepisce quel pericolo, abbia più attenzione nel raccontarlo. Sulla violenza di genere e sui femminicidi in preoccupante crescita, l'autrice è dell'avviso che si spinga troppo, nella narrazione, sulla romanticizzazione del delitto. Una abitudine insopportabile che fa sì che non si affronti nella cronaca un problema grave e reale della nostra società, lasciando spazio alla stucchevole ricerca di sentimenti, alle descrizioni, salvaguardando l'atto odioso e non chi lo ha subito. In questo modo non si offrono elementi critici, ma si racconta una storia di morte inquadrandola in una cornice d'amore, quasi normalizzando le dinamiche.

In questo scenario chi scrive e racconta si ripara dietro un irricevibile "è il pubblico che lo chiede", ma la cronaca non è fiction e il pubblico si forma su quel che legge e ascolta, è dovere del giornalismo dare vita a narrazioni attente, rispettose dei linguaggi e dei fatti per evitare la formazione di pregiudizi, false percezioni e, soprattutto, vittimizzazioni

secondarie.

Manuela Manera ha parole di apertura, riconosce i passi avanti fatti, con esempi virtuosi che sostengono il cambiamento e usano un giusto linguaggio di genere e inclusivo. Vede con favore la figura di Diversity Editor di cui alcune realtà editoriali si sono dotate, segnale importante a patto che sia un punto di partenza e non di arrivo, in modo che ce ne siano sempre più, a presidiare ogni ambito. Anche il mondo della disabilità che, soprattutto nella stampa locale, ma non solo, è ancora legato a descrizioni pietistiche e compassionevoli. Eppure ci sono ambiti legati a questo mondo che stanno producendo storie che non riescono ancora ad arrivare in modo pervasivo a un pubblico più ampio e quando emergono sono esaltate come "atti eroici".

I processi sono troppo lenti e in questo mondo rappresentato dai social, i cui linguaggi variano a seconda delle generazioni, molto si può e si deve fare. I giovanissimi parleranno fra vent'anni in modo completamente diverso da come parliamo noi, ma noi, gli adulti di oggi, non stiamo facilitando questo passaggio. Loro hanno gli strumenti e lo sguardo, il cui orizzonte si offusca quando devono frequentare luoghi formativi in cui a condurre le danze sono persone molto più avanti con gli anni. I ragazzi hanno bisogno di adulti illuminati come la professoressa Manera, altrimenti quel mutamento sarà irrimediabilmente rimandato e forse compromesso. ■

Manuela Manera è componente del comitato scientifico del CIRSEDE, insegnante della Scuola Secondaria di secondo grado, autrice di "La lingua che cambia" e "Fa differenza. Comunicazione corretta e lotta di classe".

Conclusioni

Il "2° Report ORA" ha offerto una panoramica dettagliata su come i media locali piemontesi trattano i temi cruciali di genere e disabilità. La ricerca si è concentrata su giornali cartacei, media digitali e servizi del TGR Piemonte, offrendo una visione d'insieme del modo in cui queste questioni sociali vengono affrontate su piattaforme diverse. Un aspetto centrale che emerge, a conferma di quanto già si conosce, è la netta differenza osservata nel trattamento delle notizie tra i giornali cartacei e i media digitali.

Durante i nove mesi esaminati, il report ha rivelato che **i giornali cartacei continuano a essere il mezzo principale per la diffusione di notizie locali**, con oltre 4.000 articoli analizzati, seguiti dalle testate digitali con circa 1.800 articoli. Il tema del genere ha ricevuto molta più copertura rispetto alla disabilità, con i giornali cartacei che hanno prodotto il doppio degli articoli su questioni di genere rispetto a quelli dedicati alla disabilità.

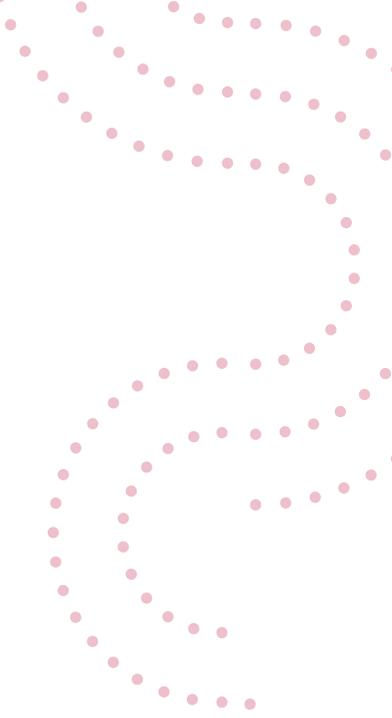


Nei giornali cartacei, le notizie tendono a essere più strutturate e distribuite nel tempo, con picchi significativi in momenti specifici, come novembre (legato alla Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne) e marzo (per la Giornata internazionale dei diritti delle donne). In particolare, il femminicidio di Giulia Cecchetti ha avuto un forte impatto mediatico, stimolando riflessioni più profonde, anche su scala locale. Nei media digitali, invece, si nota un andamento diverso: le notizie appaiono più immediate, polarizzate e spesso legate a fatti di cronaca, con un'attenzione più volatile. I temi legati al genere, in particolare, raggiungono picchi di attenzione in seguito a eventi mediaticamente rilevanti, ma tendono poi a calare rapidamente.

L'informazione locale varia notevolmente da provincia a provincia. Torino si distingue come la provincia con il maggior numero di articoli pubblicati, mentre Biella, pur contando un'unica testata, mantiene una copertura costante. È interessante notare come alcune province pongano maggiore attenzione alla disabilità rispetto ad altre: ad esempio, Novara e Vercelli dedicano una percentuale maggiore di articoli a questo tema rispetto alla media regionale.

Un altro aspetto cruciale rilevato dalla ricerca ha riguardato la rappresentazione delle persone nelle notizie, in particolare il genere delle firme giornalistiche. Nei giornali cartacei, la maggior parte degli articoli non è firmata, o è firmata da uomini, con una prevalenza di firme maschili per quanto riguarda articoli su politica ed economia. Nei media digitali, invece, si nota una maggiore parità tra firme maschili e femminili, suggerendo un contesto più inclusivo per le giornaliste. Tuttavia, questo potrebbe anche riflettere la precarietà del lavoro nell'editoria digitale, che spesso offre opportunità meno stabili ma più accessibili.

L'uso del linguaggio è un altro aspetto che ci dice molto sulle differenze tra media cartacei e digitali. **I giornali tradizionali tendono a essere più conserva-**



tori nell'uso del linguaggio, con una minore inclinazione a sfidare gli stereotipi di genere e disabilità. **Le testate digitali**, d'altro canto, **sembrano più disposte ad affrontare questi temi in maniera più diretta e innovativa**. Per esempio, è nei media digitali che troviamo una copertura più approfondita delle iniziative legate al Pride e alle rivendicazioni della comunità LGBTQ+, oltre a una maggiore attenzione alla rappresentazione di donne in ruoli non tradizionali, come nello sport o nella politica.

La differenza principale tra giornali cartacei e online risiede nel trattamento dei temi. Nei giornali cartacei, prevalgono articoli brevi e cronachistici, mentre gli approfondimenti o le interviste sono meno frequenti. Le piattaforme digitali, pur avendo anch'esse una prevalenza di notizie brevi, mostrano una maggiore varietà di formati, includendo contenuti multimediali come video e post social che alimentano discussioni più immediate e interattive. In sintesi, il report evidenzia come i giornali cartacei e quelli digitali offrono due approcci distinti alla trattazione di temi sociali complessi come genere e disabilità. I media cartacei tendono a essere più conservatori e cronachistici, con un minore spazio dedicato all'approfondimento e alle analisi critiche. D'altro canto, i media digitali sembrano più aperti a discutere queste questioni in modo più dinamico, soprattutto attraverso i social media, dove le discussioni possono evolversi rapidamente e avere un impatto immediato.

Confermando l'importanza di questo tipo di informazione per saldare la dimensione territoriale con la costruzione di rappresentazioni, in entrambi i casi, **resta tuttavia ancora molto da fare per migliorare la profondità dell'analisi e per ridurre la presenza di stereotipi nella rappresentazione delle persone nei media locali**.



ORA è un progetto di

GiULiA Giornaliste è una rete nazionale nata nel 2011 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 giornaliste e 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".

Il centro Cirsde è nato nel 1991 per iniziativa di un gruppo di docenti e ricercatrici dell'Università di Torino, proponendosi come struttura di riferimento per iniziative di ricerca e di didattica e spazio di confronto per studiose e studiosi, nell'ambito degli studi di genere. Dal giugno 2002 è divenuto Centro di interesse d'Ateneo ed è tra i soci fondatori della Association of Institutions in Feminist Education and Research in Europe (AOIFE). Insieme alla didattica universitaria offre consulenza e formazione a fini di ricerca a enti e agenzie esterne.

Attualmente l'attività di ricerca prosegue con il progetto quadriennale MINDtheGEPs (Modifying Institutions by Developing Gender Equality Plans) volto a preparare il terreno per cambiamenti strutturali



verso la parità di genere in sette istituti di ricerca europei. Il progetto è finanziato nell'ambito dell'azione Science with and for Society di Horizon 2020, programma quadro per la ricerca e l'innovazione dell'Unione Europea, ha una durata di 48 mesi e un budget di circa 3 milioni di Euro. UniTo guida un consorzio internazionale che coinvolge vari paesi (Italia, Spagna, Irlanda, Polonia, Serbia, Svezia e Olanda) e vari tipi di organizzazioni (università, centri di ricerca pubblici o privati, case editrici), in particolare: University of Gdańsk (UG), Uppsala University, School of Electrical Engineering-University of Belgrade (ETF), Jagiellonian University (JU); Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR), Institute of Technology Tralee (ITT); Fundación para la Promoción de la Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico en la Industria de Automoción de Galicia (CTAG); Knowledge and Innovation (K&I); Elsevier (ELSE). (<https://www.cirsde.unito.it/it/il-centro/la-storia>).

Regione Piemonte con l'approvazione della legge regionale n. 5/2016, 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 Milanese e da Enzo Cucco.

Il team di ORA



MARINELLA BELLUATI | marinella.belluati@unito.it

Insegna Sociologia della Comunicazione e Comunicare l'Europa all'università di Torino, fa parte del Comitato di gestione del Cirsde ed è responsabile scientifica del progetto ORA. Ha curato il volume *Femminicidio. Tra realtà e Rappresentazione* (Roma Carocci, 2021). Si occupa di Genders media studies e ha partecipato al GMMP. Coordina il progetto MagIA.news (<https://magia.news/>).



STEFANELLE CAMPANA | stefanellecampana@gmail.com

Del Direttivo nazionale dell'associazione GiULiA Giornaliste e fondatrice di GiULiA-Piemonte. Già giornalista a La Stampa è stata presidente della CPO della regione Piemonte e rappresentante della CPO-FNSI. Tra le curatrici della Mostra a Palazzo Madama "In prima linea. Donne fotoreporter in luoghi di guerra". Ha diverse esperienze in campo editoriale e televisivo sui temi di genere. Fa parte del Comitato di Indirizzo della Ricerca.



ROSSELLA IANNONE | rossella.iannone@unito.it

Dottoranda in Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing presso l'Università Sapienza di Roma. Per ORA ha coordinato il gruppo di ricerca e curato la stesura dell'attuale report. È operatrice antiviolenza, con esperienza in attività di comunicazione, coordinamento e ricerca. I suoi interessi di ricerca includono la rappresentazione sociale delle donne, della violenza di genere e dei Centri Antiviolenza.



ILARIA LECCARDI | ilaria.leccardi@gmail.com

Giornalista, si occupa di sport, ambiente, movimenti sociali e ha lavorato diversi anni alla redazione esteri dell'agenzia stampa LaPresse. Fa parte di GiULiA Giornaliste. Nel 2019 ha fondato la casa editrice indipendente Capovolte, che pone al centro i femminismi, la prospettiva intersezionale, i temi dell'antirazzismo e lo sguardo decoloniale.



ELENA MIGLIETTI | elenina.miglietti@gmail.com

Giornalista, scrittrice, docente della Scuola Holden. Da sempre vicina alle questioni di genere, è responsabile per il Piemonte di GiULiA giornaliste, l'associazione che si batte per un linguaggio senza stereotipi. Rappresenta in Piemonte la Fondazione Sportcity, realtà che si occupa di sportivizzare le città, promuovendo lo sport, inteso come cultura del movimento, in contesti urbani. Nel 2024 è uscito il libro *In mezzo scorre il fiume - storie e sport a Torino*.



ELENA MORRONE | emorrone@unisa.it

È dottoranda in Educational and social research - Dipartimento di Studi Politici e Sociali dell'Università degli Studi di Salerno ed è stata borsista di ricerca per il progetto ORA sulle tematiche di genere. Scrive per il blog online *VioleDiMarzo* sul femminismo, discriminazioni e questioni di genere, è la Responsabile Media Partnership per il festival MAC Fest (SA) e ha preso parte all'ultima edizione di Salerno Letteratura (SA) come presentatrice.



ARIANNA PELLIZZER | ariannapellizzer@outlook.it

È dottoressa magistrale in Comunicazione pubblica e politica all'Università degli Studi di Torino, con una tesi sulle rappresentazioni pubbliche della disabilità e l'abilismo riscontrato nei media. Per il progetto ORA è stata borsista di ricerca partecipando all'analisi dei dati e al report.



SARA PERRO | sara.perro89@gmail.com

Giornalista ed esperta di comunicazione per il settore culturale e sociale, si occupa da anni della divulgazione delle tematiche di genere. Iscritta a GiULiA giornaliste, l'associazione che si batte per un linguaggio senza stereotipi, per ORA si è occupata, come borsista di ricerca, del racconto e della condivisione della ricerca e delle attività dell'Osservatorio sui social media.



FRANCESCA TAMPONE | f.tampone@campus.unimib.it

Dottoranda presso il Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale dell'Università di Milano - Bicocca. Attualmente si occupa di giornalismo locale, tra prossimità geografica, digitale e delle redazioni giornalistiche. I suoi interessi di ricerca riguardano anche le dimensioni intersezionali e di genere della comunicazione, sia pubblica sia giornalistica.



REGIONE
PIEMONTE

[cirsde]

centro interdisciplinare di ricerche
e studi delle donne e di genere



UNIVERSITÀ
DI TORINO

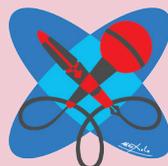
GiULiA
giornaliste

ISBN 978-8-87590-328-2



9 788875 903282

con il patrocinio di



ORDINE DEI
GIORNALISTI
DEL PIEMONTE