



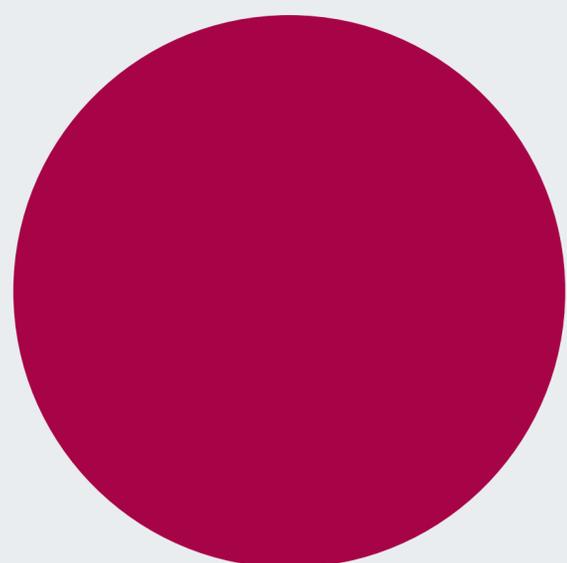
## La narrazione delle donne

*Donne in Pista – Imola 26-29 Ottobre 2017*



*“Dobbiamo tener conto che si lavora con stereotipi dappertutto. Non me ne vogliate, ma la neotelevisione ha espunto il tema della tragedia: rappresentiamo commedie e le commedie si muovono per stereotipi”*

Stefano Gnasso (Marketing strategico Mediaset)  
sul Fatto Quotidiano 25/9/2017

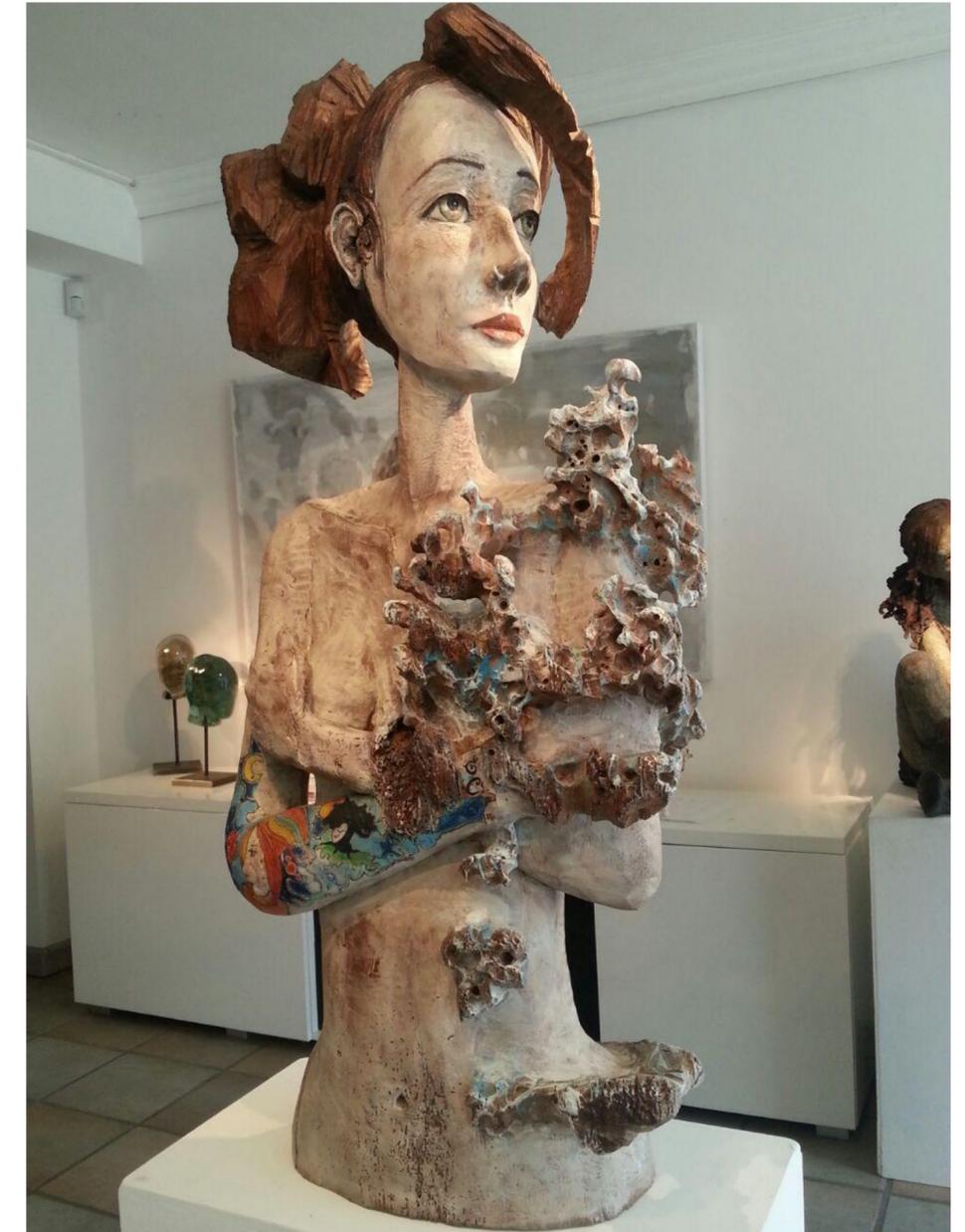


# Qualche dato, tra il mondo e l'Italia

Secondo il Global Media Monitoring Project, che ogni cinque anni esamina le dinamiche di genere all'interno dell'informazione mondiale, nel 2015 **le donne sono al centro delle notizie veicolate da quotidiani, tv e radio solo per il 24%**, esattamente come accadeva nel 2010. Ed anzi la visibilità delle donne nell'informazione politica è addirittura peggiorata. E la cosa ancora più preoccupante è che **questa tendenza si è estesa al digitale**, dove la presenza di news riguardanti il genere femminile riguarda solo il 26% del totale.

Con riferimento al mondo del lavoro, dove a livello globale le donne coprono il 40% dell'universo, **l'informazione fa riferimento al genere femminile solo nel 20% dei casi**, mentre sale al 67% se si parla di disoccupazione.

**Solo il 4% delle storie raccontate sfida chiaramente gli stereotipi di genere**, con un aumento di un solo punto percentuale dal 2005.



Su 800 film monitorati in una ricerca della USC's Annenberg School for Communication and Journalism (Usa) solo il **31,4% dei caratteri "parlanti" è composto da donne**, figura rimasta statica dal 2007 al 2015 e **solo il 4,1% è diretto da donne!**

Sui 100 top film del 2015:

- solo 32 ritraevano donne con ruoli di leadership
- su 1365 figure sopra la linea (regista, produttore/trice, autore/rice) le donne hanno coperto il **19% dei ruoli** (solo il 7,5% di donne registe!)

## INEQUALITY IN 800 POPULAR FILMS

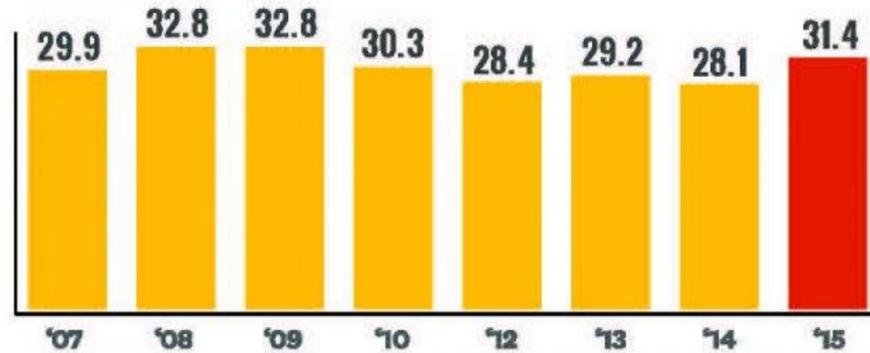
MEDIA, DIVERSITY, & SOCIAL CHANGE INITIATIVE

USC ANNENBERG

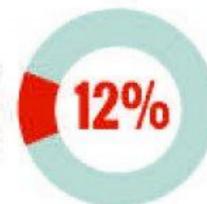
@MDSCInitiative

### FEMALES ARE GROSSLY UNDERREPRESENTED IN FILM

Prevalance of female speaking characters across 800 films, in percentages



Percentage of 800 films with Balanced Casts



Ratio of males to females



Total number of speaking characters

35,205

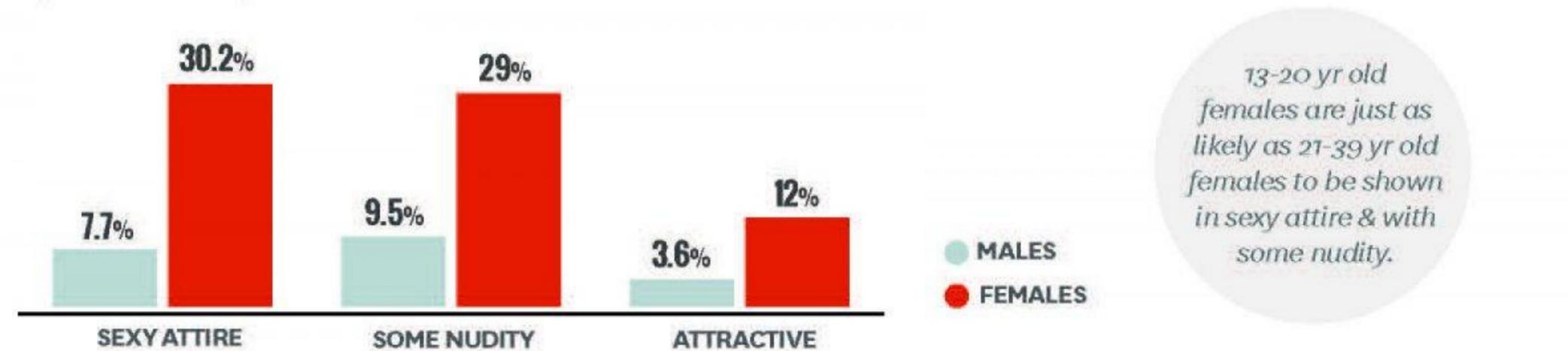
### FEMALE DIRECTORS AND COMPOSERS ARE CROPPED OUT OF FILM

	'07	'08	'09	'10	'12	'13	'14	'15	TOTAL	OVERALL
# OF FEMALE DIRECTORS	3	9	4	3	5	2	2	8	36	4.1%
OUT OF	112	112	111	109	121	107	107	107	886	
# OF FEMALE COMPOSERS	0	2	2	2	2	2	1	1	12	1.4%
OUT OF	107	108	109	115	105	114	105	114	877	

Nei film è molto più frequente che siano le donne ad interpretare ruoli “sexi” (30.2% vs. 7.7%), a spogliarsi (29% vs. 9.5%) e ad essere identificate come fisicamente attrattive.

## SEXY CONTINUES TO BE THE STATUS QUO FOR FEMALES IN FILM

Top Films of 2015





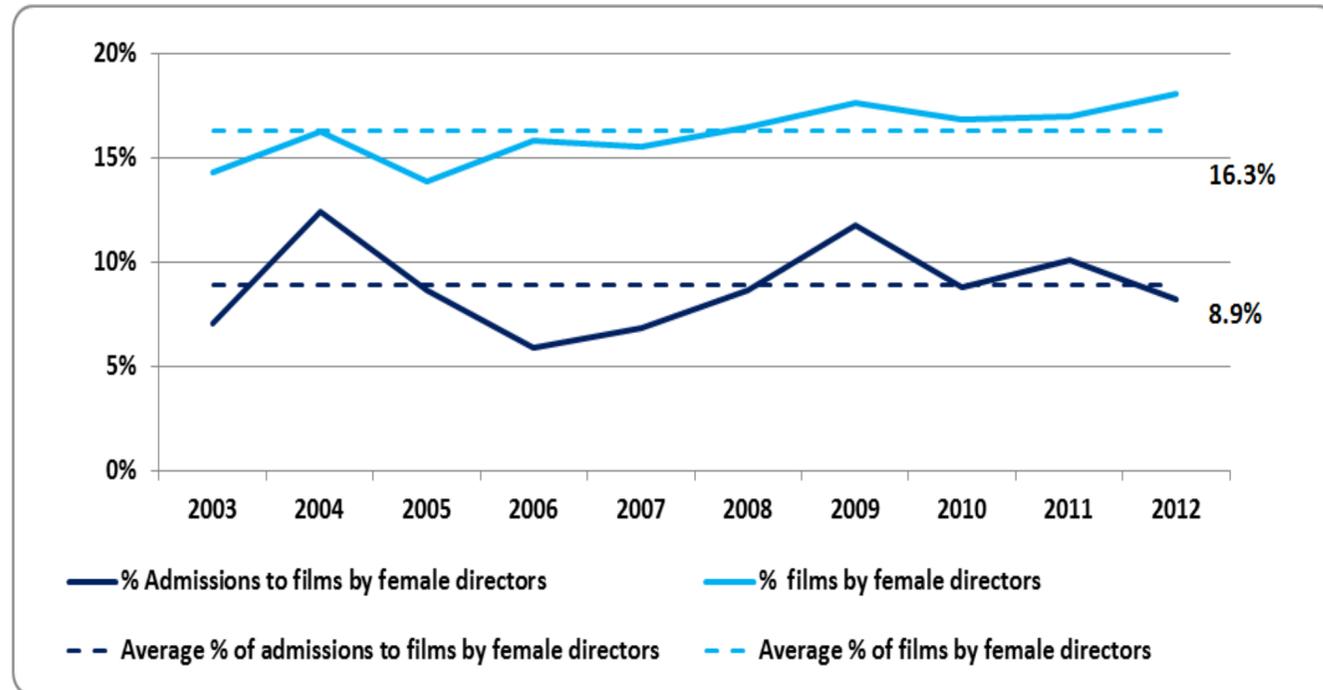
Secondo uno studio del Center for the Study of Women in Television & Film, San Diego State University, condotto su fiction, comedy e reality, la situazione in televisione è solo leggermente migliore, con un **42% di presenze femminili tra i caratteri principali** e il **28% tra le figure sopra la linea** (regista, produttore/ttrice etc).

Permangono però molto forti gli **stereotipi** (la donna è madre o moglie, l'uomo imprenditore) .

Secondo uno studio dell'Osservatorio Europeo dell'audiovisivo, in Europa mediamente tra il 2003 e il 2012 solo il **16,3% dei film ha avuto una donna come regista**. Se riferita agli ingressi a film diretti da donne la percentuale cala all'8,9%

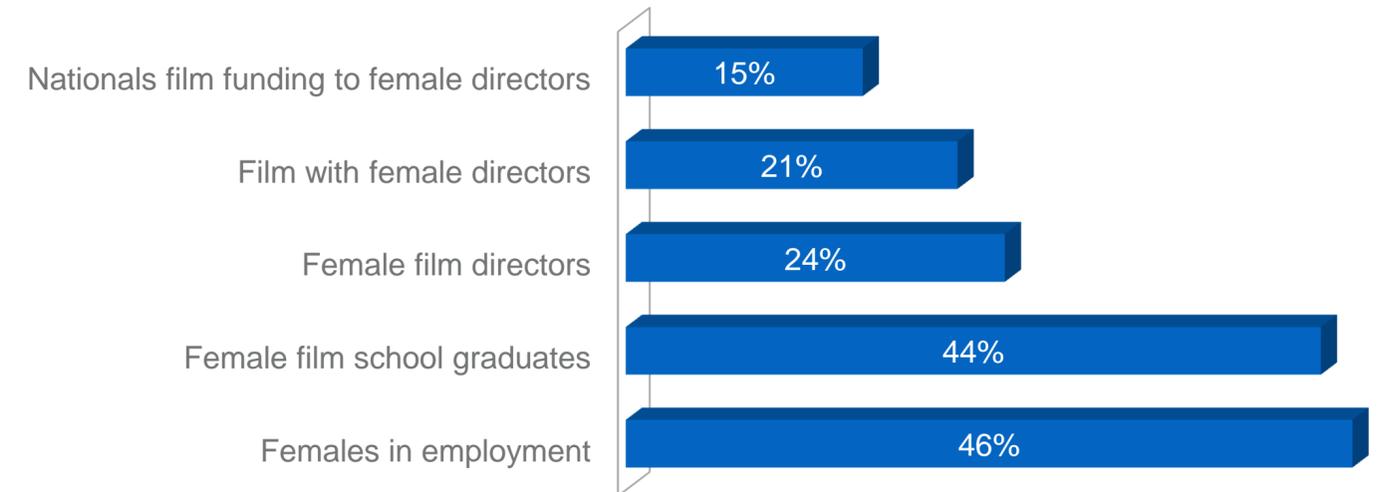
Comparison of relative volumes of films and admissions by gender (2003 - 2012)

As a percentage



Source: OBS LUMIERE

Loss of female directors from the workforce



Un altro studio del 2013, "Where are the Women Directors?" mostra che **meno di un quarto dei film girati in Europa è diretto da una donna** e che la maggioranza delle risorse nazionali (85%) vanno a film diretti da uomini.

Eurimages, il fondo per il cinema europeo del Consiglio d'Europa, nell'ambito della Gender Equality Strategy 2014-2017, ha istituito un **gruppo di studio sulla "Gender Equality"** che fa raccolta dati e monitoraggio sul tema e, tra l'altro, realizza una analisi delle sceneggiature mediante il "**Bechdel Test**" che verifica se *nel testo sono previsti almeno due personaggi femminili con nome, se le due donne parlano almeno una volta tra di loro, e se parlano di qualcosa che non sia un uomo.*

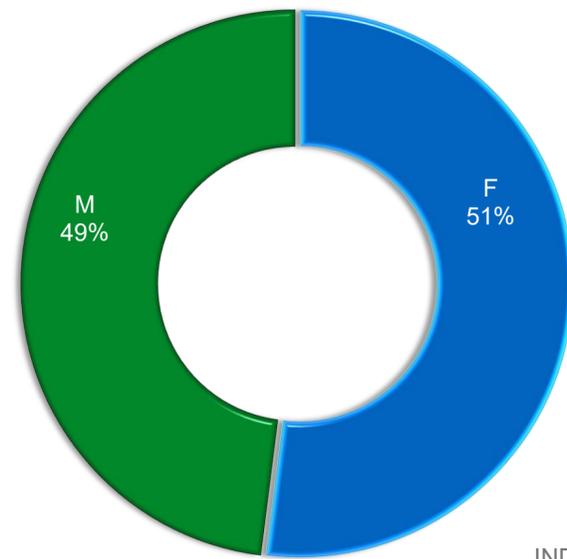


Nel 2015 a Sarajevo si è tenuta una **conferenza del Consiglio d'Europa sulle questioni di genere nell'industria cinematografica** che ha prodotto una dichiarazione che incoraggia gli stati membri ad avviare iniziative di vario genere per contrastare la marginalizzazione delle donne (avviare studi e statistiche sul tema, promuovere l'accesso ai fondi pubblici, avviare corsi di formazione dedicati, incrementare la visibilità delle donne registe etc...)

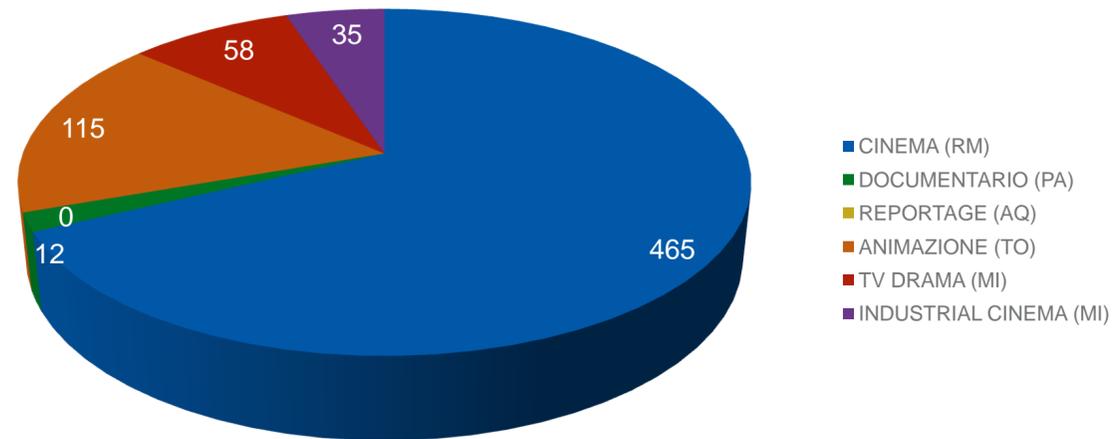
# Cinema: in Italia

Nella formazione (Scuola Nazionale di Cinema) già la quota di presenza femminile si abbassa....

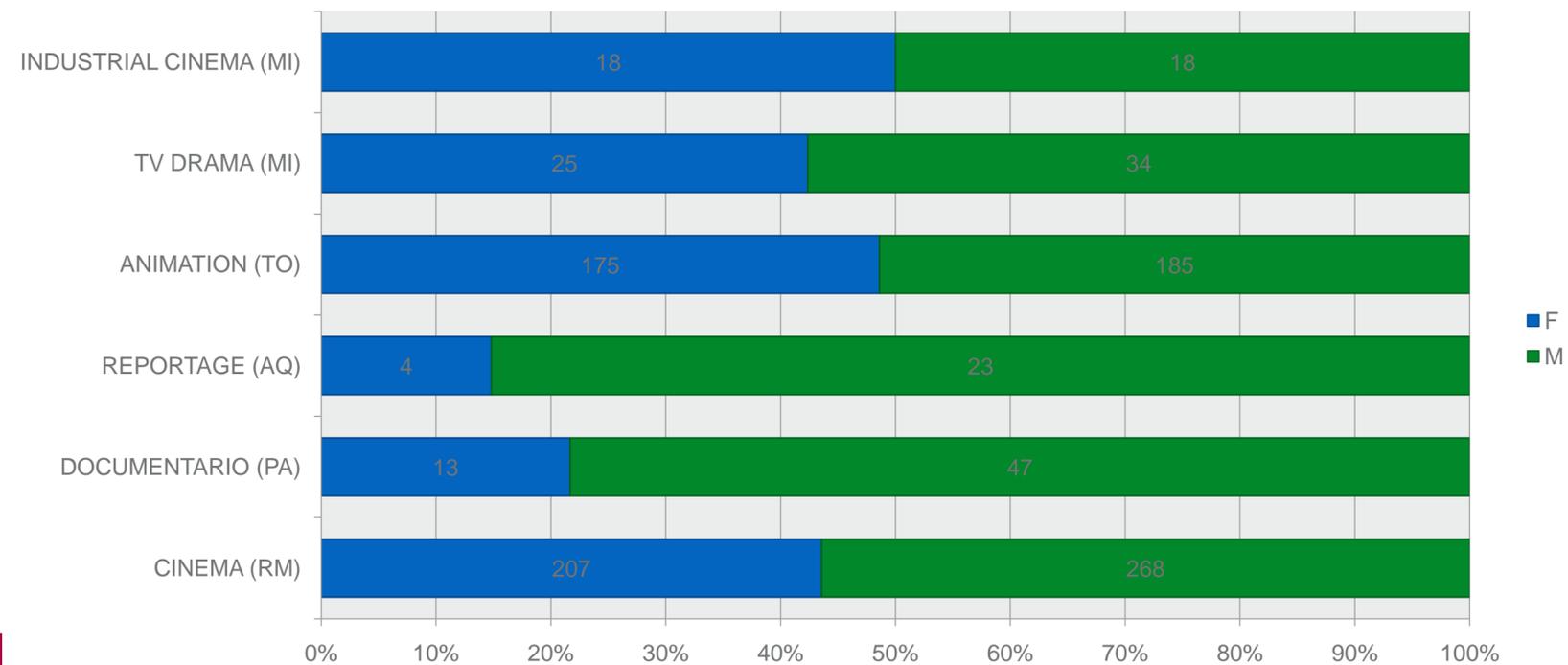
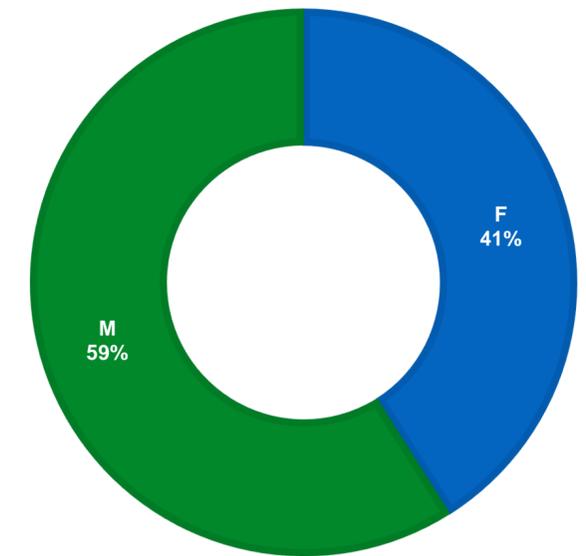
POPOLAZIONE ITALIANA: UOMINI VS DONNE



DIPLOMATI 2006-2013



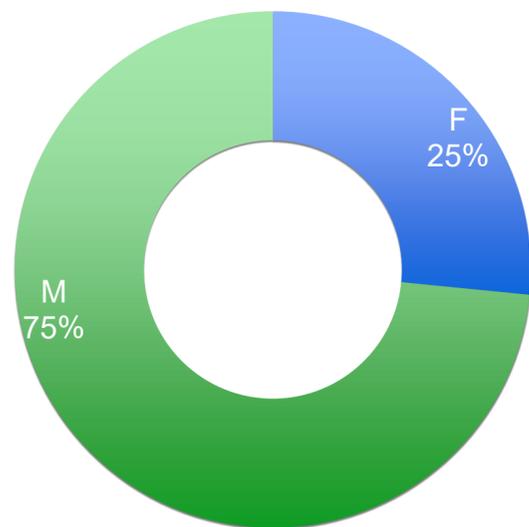
DIPLOMATI SCUOLA NAZ CINEMA



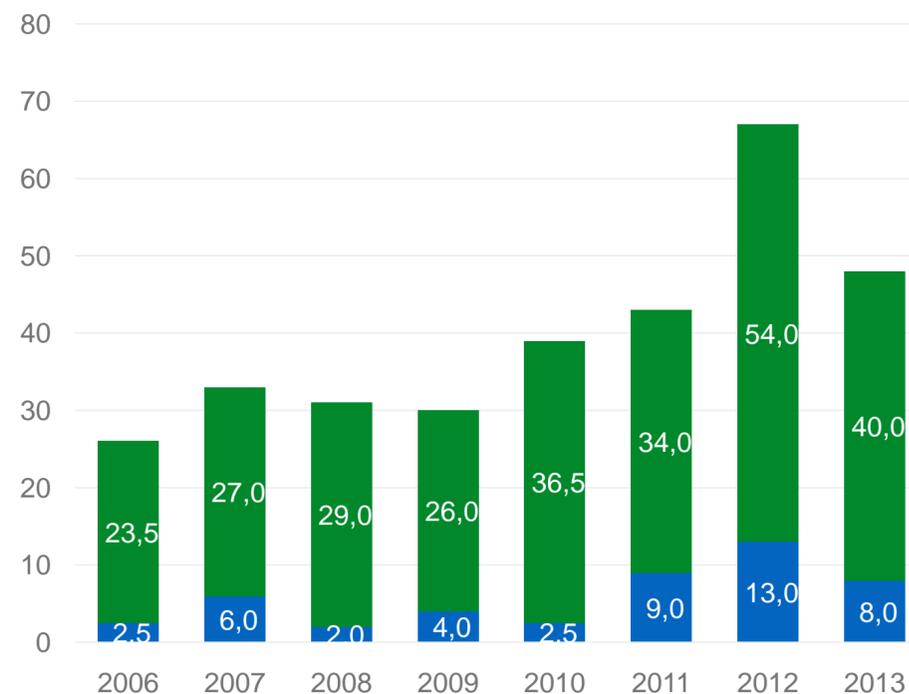
Fonte: Istat, Rilevazione sulle forze di lavoro, Eurostat, Labour Force Survey; CSC – Centro Sperimentale di Cinematografia.

Poi si entra nel **mondo del lavoro**. 25% nel 2013 la percentuale di registe, autrici e sceneggiatrici rispetto al 75% dei corrispettivi maschi (Siae) e nell'accesso ai fondi pubblici la % si abbassa ancora: se nel 2013 solo il 16% di donne ha fatto domanda di finanziamento per "opere prime e seconde" e il 12% per "interesse culturale", ad ottenere il finanziamento sono state il 15% e il 10% di donne

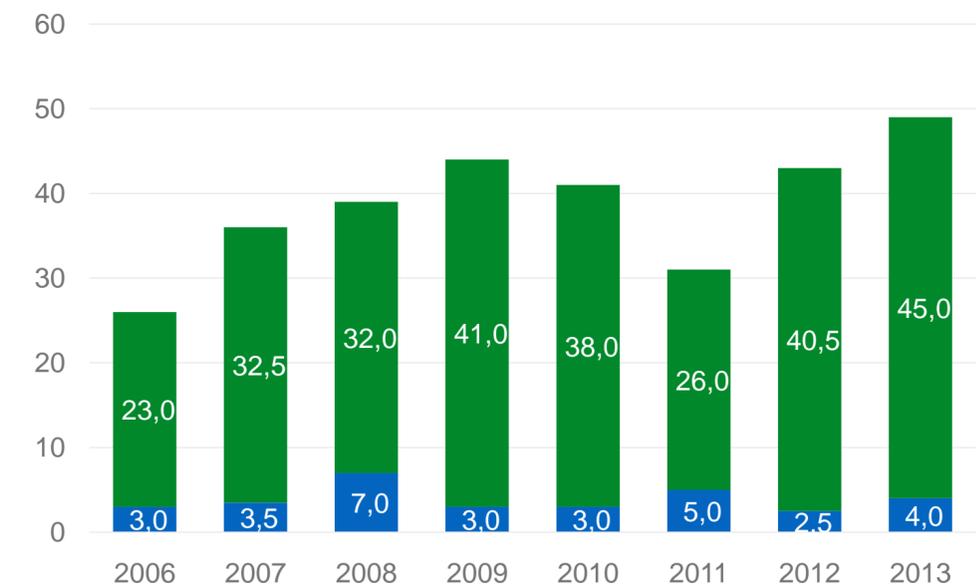
REGISTE/AUTRICI, SCENEGGIATORI/TRICI



FINANZIAMENTO PUBBLICO (OPS)

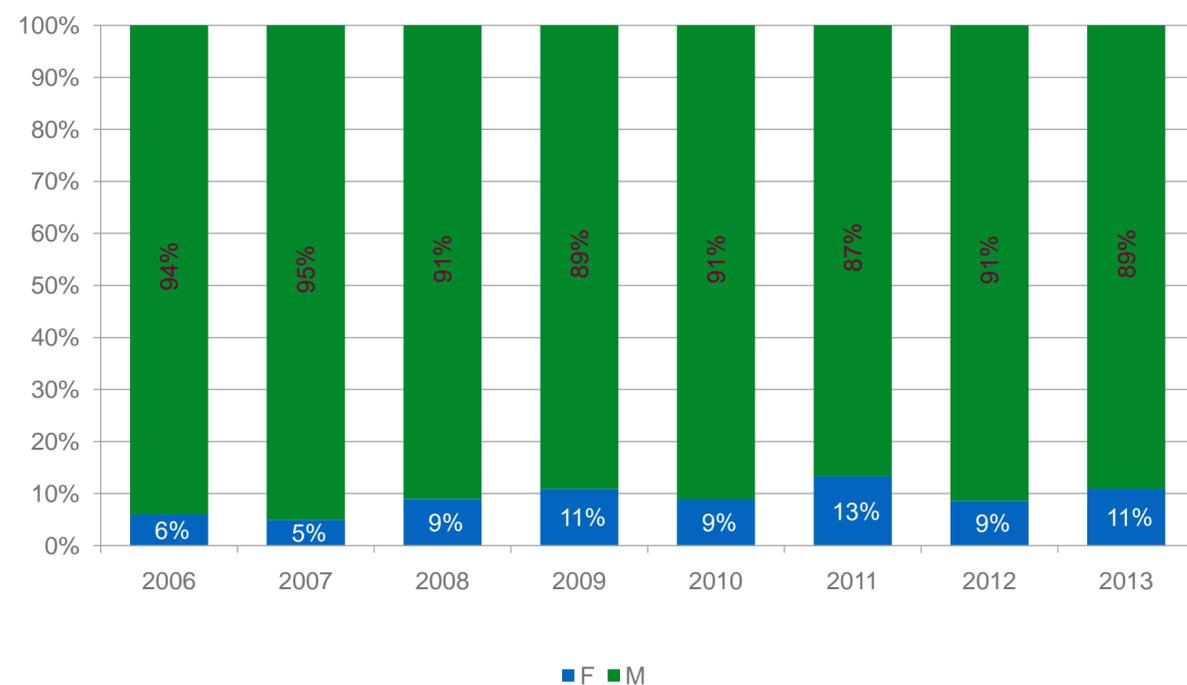


FINANZIAMENTO PUBBLICO (IC)

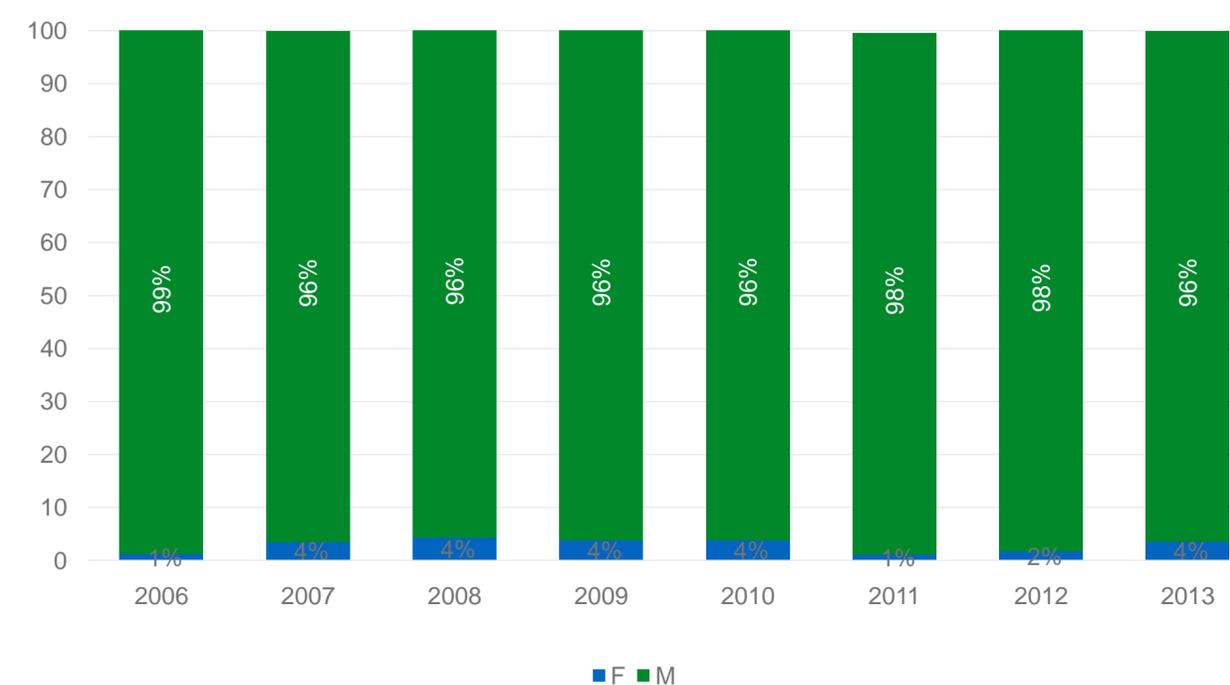


Sui film nazionali usciti nel 2013, solo l'11% ha un regista donna, e la stessa quota riguarda la fiction e i documentari. E al Box Office i risultati peggiorano ancora

I FILM IN USCITA



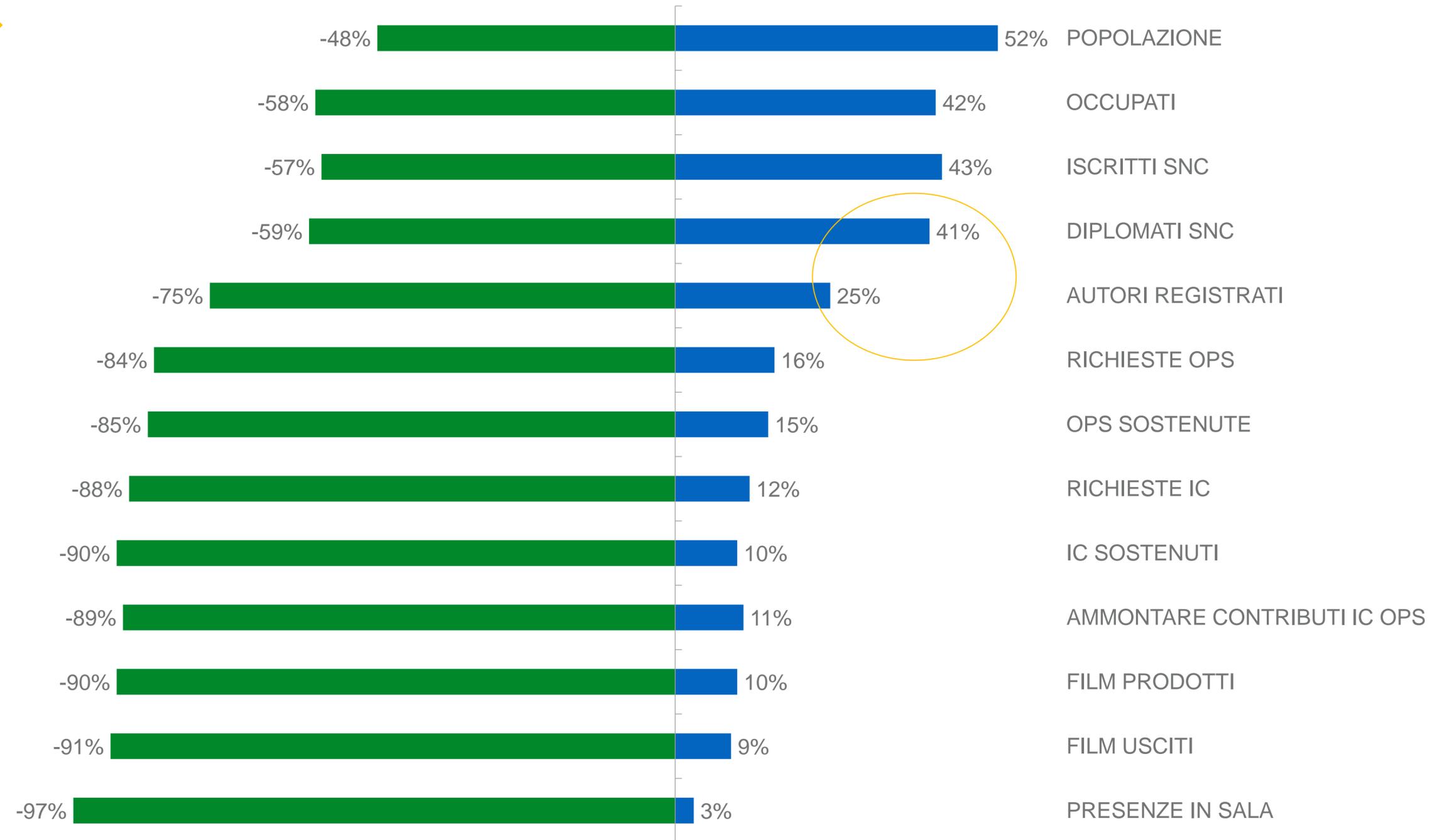
AL BOX OFFICE



Fonte: SIAE

# Cinema: in Italia

Una sintesi

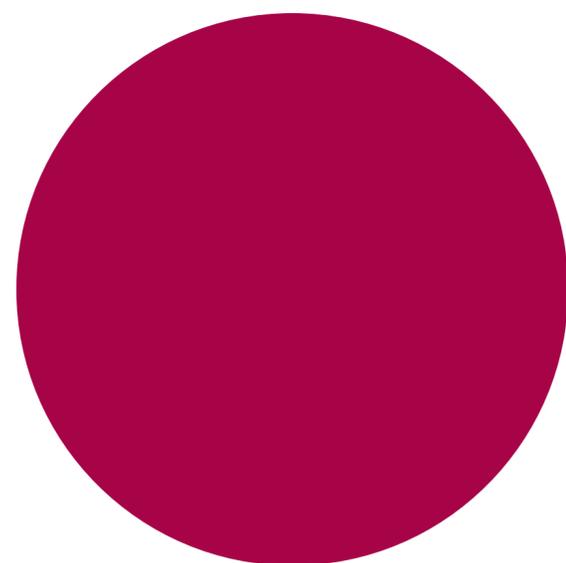


Il “Monitoraggio sulla rappresentazione femminile in Tv” realizzato su 700 programmi Rai nel 2016, mostra che le donne coprono poco più di un terzo dei “racconti” televisivi: **nei programmi tv continua a prevalere il protagonismo maschile.**

Permane una forte asimmetria nelle rappresentazioni di genere, laddove le donne sono spesso voci dell’opinione popolare e di esperienze mentre gli uomini esprimono competenza e leadership

Ed esaminando il “tempo di parola” dei soggetti politici ed istituzionali nei telegiornali, emerge che **su 100 minuti 12 sono occupati da donne e 88 da uomini**, sia su Rai che su Mediaset, mentre le cose migliorano leggermente sul La7 dove le donne hanno uno spazio del 22% (dati Geca Italia)





# ***I doveri* delle politiche pubbliche**

# Perché le donne restano “fuori”

**Pregiudizi di genere**  
riguardo alle capacità  
delle donne di portare a  
casa un progetto con un  
buon rapporto qualità-  
prezzo

**Scarsa presenza di  
donne** tra le figure apicali  
che governano i mercati  
(sia lato pubblico che  
privato)

**Competizione più scarsa**  
delle donne, anche a  
fronte di impegni su altri  
fronti (famiglia)

Perché siamo *tutte/i*  
**chiusi negli stereotipi:**  
schemi mentali di  
interpretazione della  
realtà per categorie



Inserire il tema della **eguaglianza di genere** in tutti i livelli della formazione (specifica per il settore ed educazione scolastica)



Garantire la presenza di **tecniche e politiche donna nella governance dei processi pubblici** (ruoli apicali nei ministeri competenti etc)



**Quote femminili** (per film diretti e prodotti da donne) nei finanziamenti pubblici: ad es. con specifici incentivi ai produttori a mettere sotto contratto registe e autrici (Vedi Legge Franceschini!)



Strumenti di supporto diretto



Costruire **campagne di comunicazione** dedicate a promuovere la professionalità femminile

# Cosa può fare il servizio pubblico

Chi seleziona i programmi e compone il palinsesto del servizio pubblico è un “architetto delle scelte” come chi dispone gli alimenti in una mensa scolastica (vedi il noto saggio di Thaler e Sunstein, 2009, *La spinta gentile*, Feltrinelli).

Breve cronistoria (triste) dell’idea di “servizio al pubblico”:



# Cosa può fare il servizio pubblico

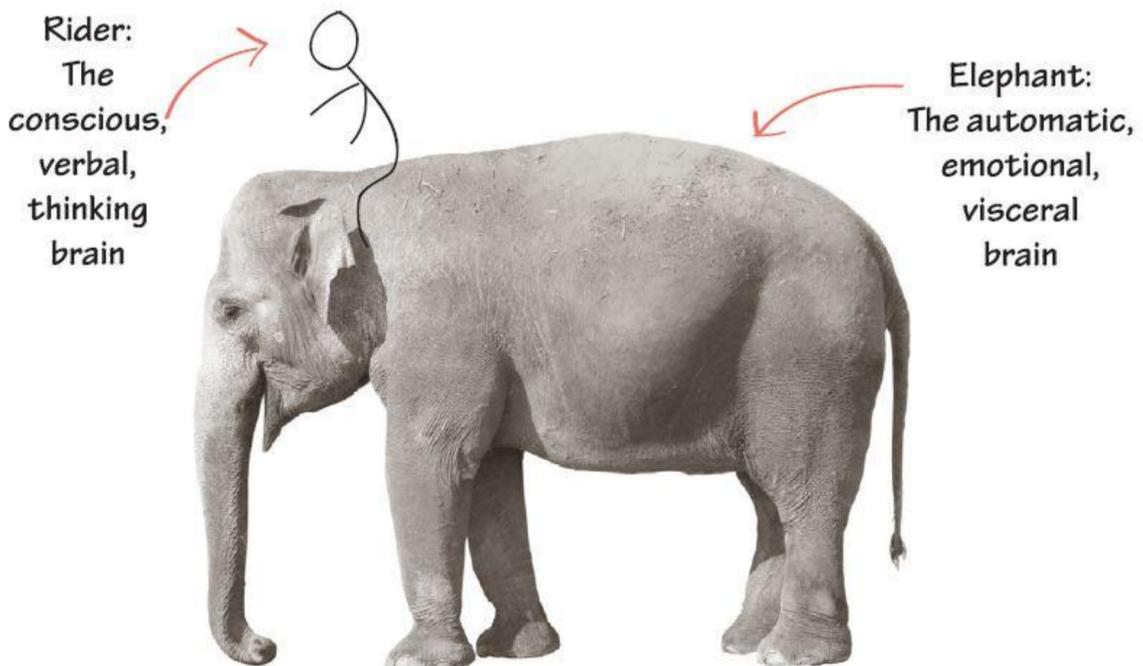
Thaler (economista) e Sunstein (giurista), nel loro libro “Nudge”, partendo dai cibi disposti in una mensa scolastica, hanno elaborato il **concetto di “paternalismo libertario”** che giustifica il ruolo dell’attore pubblico in quei **contesti in cui le cittadine e i cittadini possono essere aiutati a compiere scelte migliori**.

Il nodo è che gli esseri umani sono guidati, principalmente, da impulsi e sentimenti, che vengono via via influenzati positivamente e negativamente dai contesti in cui ci troviamo ad operare.

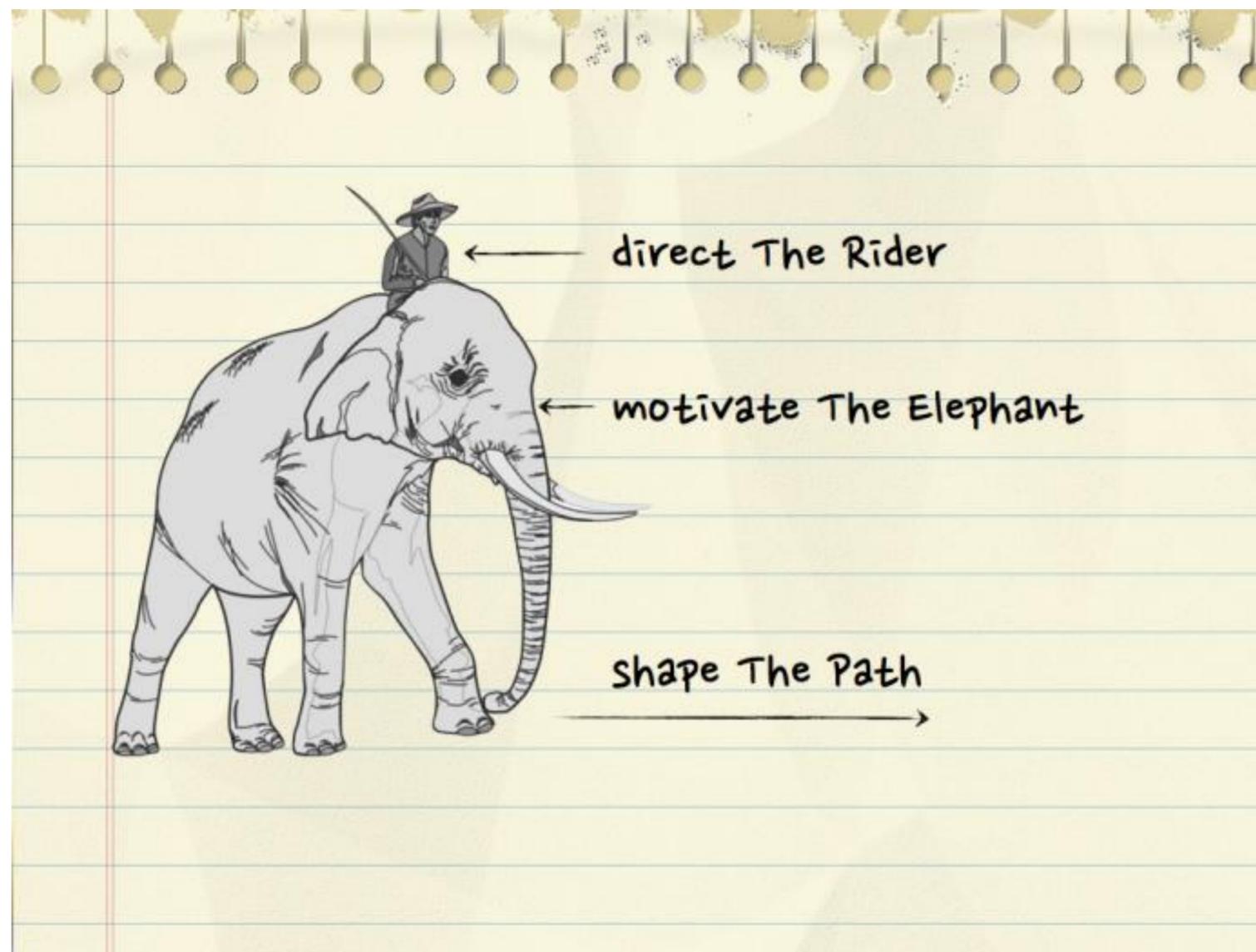
Questi contesti non sono mai neutrali, sono sempre definiti a monte da un **“architetto delle scelte”**, che decide dove disporre i cavolfiori e le patatine fritte in una mensa scolastica. Il soggetto pubblico ha il dovere di promuovere l’architettura migliore, in grado di beneficiare al meglio la vita delle persone.



# Cosa può fare il servizio pubblico



Jonathan Haidt's book, *The Happiness Hypothesis*  
(<http://www.happinesshypothesis.com/>)





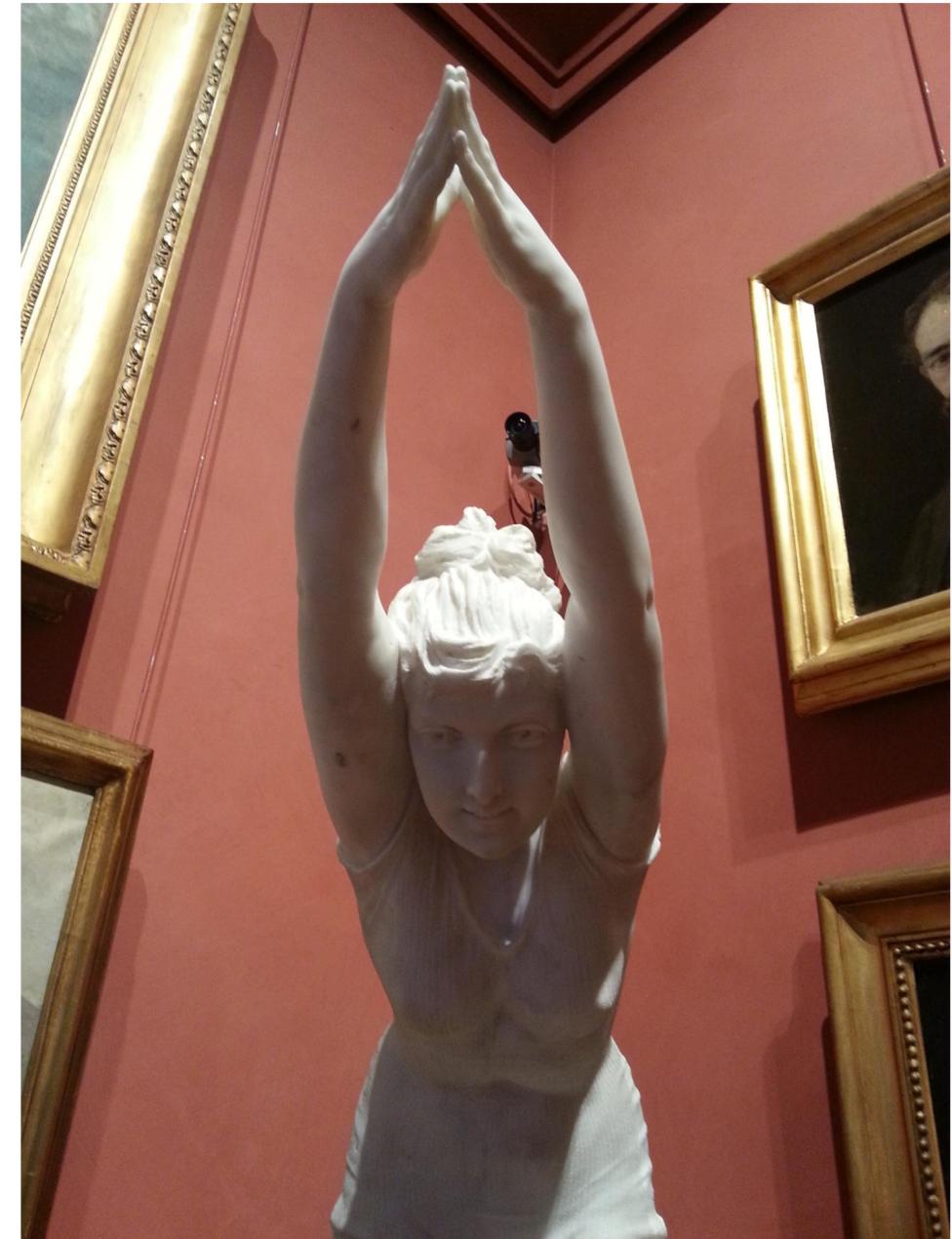
Così il broadcaster pubblico, uno dei principali architetti delle scelte degli italiani, nel momento in cui pianifica il palinsesto, seleziona i programmi, definisce le linee guida ed il codice etico, **ha la responsabilità di fare delle scelte che aiutino le persone a compiere le scelte migliori per il proprio benessere**, promuovendo inclusione sociale, competenza, partecipazione.

Ad esempio escludere un tema dalla programmazione (le questioni di genere) significa escluderlo dal dibattito pubblico.

Il servizio pubblico è uno strumento “unico”, dedicato al “bene comune”, che ogni giorno raggiunge nelle loro case milioni di persone, e può fare la differenza, ad es.:

- bannando dalla Rai qualunque programma che abbia linguaggi e contenuti sessisti
- promuovendo programmi (fiction, intrattenimento etc) che aiutino il pubblico a comprendere le trasformazioni che avvengono nel Paese (vedi tema “unioni civili”)
- lavorando sulla costruzione di nuove immagini e nuovi linguaggi

- ◆ Aumentare i luoghi di dibattito e discussione, e *promuovere reti* tra donne e tra associazioni che si occupano di questioni di genere
- ◆ Pretendere che i media *negoziino* con noi, le donne, la società civile, l'immagine che ci ritrae...
- ◆ ... e *imporre nell'agenda pubblica* la presenza delle donne, il dibattito delle donne e sulle donne



- **“Il posto delle donne nel cinema italiano”**, di Iole Maria Giannattasio e Federica D’Urso, 27 maggio 2015, Roma
- **“Inequality in 800 Popular films”** Professor Stacy L. Smith and the Media, Diversity & Social Change (MDSC) Initiative at USC’s Annenberg School for Communication and Journalism <http://annenberg.usc.edu/news/faculty-research/hollywood-equality-all-talk-little-action>
- **“Female directors in European Film Productions. State of play and evolution between 2003 and 2012”**, by Julio Talavera Milla, European Audiovisual Observatory, 18/09/2014
- **“Boxed In 2016-17: Women On Screen and Behind the Scenes in Television”**, Dr. Martha M. Lauzen, Center for the Study of Women in Television & Film, San Diego State University, September 2017 [http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2017/09/2016-17\\_Boxed\\_In\\_Report.pdf](http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2017/09/2016-17_Boxed_In_Report.pdf)
- **Where are the woman directors?** Report on gender equality for directors in the European film industry, European Women’s Audiovisual Network, 2006-2013 [http://www.ewawomen.com/uploads/files/MERGED\\_Press-2016.pdf](http://www.ewawomen.com/uploads/files/MERGED_Press-2016.pdf)
- **Gruppo di studio Eurimages sulla Gender Equality** [https://www.coe.int/t/dg4/eurimages/Gender/Gender\\_en.asp](https://www.coe.int/t/dg4/eurimages/Gender/Gender_en.asp)
- High-level Conference Sarajevo, 14 August 2015 **“Women in today’s European film industry: gender matters. Can we do better?”** Sarajevo Conference Declaration <https://www.sff.ba/upload/documents/Conference-Declaration-on-Gender-Equality.pdf>
- **Who makes the news?** Global Media Monitoring Project 2015, World Association for Christian Communication (WACC), November 2015 <http://whomakesthenews.org/gmmp-2015>
- **La rappresentazione femminile nella programmazione televisiva della Rai**, Anno 2016, Isimm Ricerche, Marzo 2017 e **Monitoraggio sulla Rappresentazione femminile in TV**, Anno 2015, Osservatorio di Pavia, gennaio 2016
- **Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe**, a cura di Karen Ross, Claudia Padovani, Routledge, 2016
- **La spinta gentile**, Thaler e Sunstein, 2009, Feltrinelli
- **Public Service Media and the Common Good**, Flavia Barca, Digitcult, Maggio 2016 <http://www.digitcult.com/index.php/dc/article/view/4>
- **The Happiness Hypothesis**, Jonathan Haidt, [www.happinesshypothesis.com/](http://www.happinesshypothesis.com/)

# A C U M E

A cura di Flavia Barca

20 Ottobre 2017

Email [flavia.barca@acume.net](mailto:flavia.barca@acume.net)

[www.acume.net](http://www.acume.net)