



Dati sulla presenza delle candidate nei media

Considerazioni generali

Anche i mass media svizzeri non si limitano a riflettere semplicemente la realtà: al contrario, esse contribuiscono pure a plasmarla, trattando in modo discriminatorio le candidate rispetto ai candidati. Nelle ultime elezioni federali, la differenza tra la percentuale di candidate sulle liste e quella riguardante la loro effettiva visibilità nei media si situava tra il 5 e il 10 per cento. Infatti gli uomini, che rappresentavano il 65 per cento dei candidati, hanno beneficiato di un tasso di copertura mediatica del 70-75 per cento, mentre le donne, con il 35 per cento delle candidature, hanno potuto contare su un tasso di presenza nei media del 25-30 per cento appena.

Immaginiamo di invertire a favore delle donne questo modo di comportarsi: la loro presenza in politica risulterebbe allora del 45 per cento contro il 55 per cento degli uomini. Ciò rappresenterebbe un risultato già più accettabile.

Bisogna inoltre constatare che, nel corso degli ultimi otto anni, la sottorappresentanza delle candidate, nei servizi o negli articoli dedicati alle elezioni, è rimasta pressoché invariata: il ritmo del progresso ha rallentato e talvolta si sono addirittura fatti dei passi indietro.

Recenti ricerche internazionali mostrano che con le candidate i media si concentrano di più sul loro aspetto esteriore, mescolano i loro ruoli privati e professionali e mettono meno in evidenza i loro ruoli attivi. Inoltre trascurano di toccare i temi che sono importanti per molte donne. In tal modo si consolida ulteriormente il concetto di «estraneità» (Holtz-Bacha) delle donne in politica. Infine, è dimostrato che per quanto riguarda gli operatori dei media, le giornaliste non trattano «automaticamente» le candidate in modo più giusto.

Stampa scritta

L'analisi degli articoli pubblicati da 15 quotidiani e giornali domenicali delle tre regioni linguistiche prima delle elezioni federali del 2003 ha dato il seguente esito: nei contributi elettorali, le candidate, con una presenza del 25%, erano nettamente sottorappresentate rispetto alla loro percentuale sulle liste, che era del 35%. Tale risultato combacia con quello di un'inchiesta condotta nel 1995 su cinque testate giornalistiche svizzero-tedesche.

Media elettronici

L'analisi dell'offerta informativa delle emittenti radiotelevisive svizzere precedenti le elezioni del 2003 ha mostrato quanto segue: alla televisione, il tempo di parola medio concesso alle candidate è stato del 29 per cento, alla radio del 27 per cento; così, anche nei media elettronici, le donne erano chiaramente sottorappresentate. Questo dato di fatto è particolarmente evidente nelle emittenti radiotelevisive private, dove la presenza mediatica delle donne era in parte inferiore al 20 per cento.

Per quanto riguarda gli operatori dei media, è emerso che circa due terzi delle trasmissioni elettorali sono state condotte da giornalisti uomini (un dato che corrisponde alla loro proporzione nel giornalismo svizzero). Anche in questo caso i risultati peggiori sono stati registrati dalle emittenti private, che in parte hanno coperto le elezioni senza ricorrere a giornaliste donne. Si sono invece distinte in modo positivo la radio della Svizzera tedesca DRS 1, dove si è quasi raggiunta la parità dei sessi nelle trasmissioni elettorali (tempi di parola delle giornaliste: 47%), come pure la televisione della Svizzera romanda con TSR1 e TSR2. In quest'ultima le giornaliste hanno addirittura raggiunto il 70 per cento dei tempi di parola.

Le elezioni 2003 alla televisione svizzera

TV: Tempo di parola concesso ai candidati uomini e donne secondo l'emittente

	Candidate donne		Candidati uomini	
	Assoluto	Relativo	Assoluto	Relativo
SF1	2:43:54	42.3%	3:43:49	57.7%
TeleZürì	0:14:22	20.9%	0:54:26	79.1%
Tele Top	0:07:11	17.5%	0:33:50	82.5%
<i>Candidati/e Svizzera tedesca</i>		36%		64%
TSR1 / TSR2	3:15:03	32.2%	6:51:16	67.8%
<i>Candidati/e Svizzera romanda</i>		33%		67%
TSI 1	1:31:27	26.8%	4:10:12	73.2%
Tele Ticino	1:04:29	14.8%	6:12:12	85.2%
<i>Candidati/e Svizzera italiana</i>		29%		71%
Tempo di parola totale	8:56:26	28.5%	22:25:45	71.5%
<i>Candidati/e CH</i>		35%		65%

In grassetto: canale con una presenza femminile adeguata o buona

In corsivo, a titolo di paragone: candidati (uomini e donne) secondo la regione linguistica

Fonti: Stalder 2004 (versione integrale), pag. 21; Seitz 2004.

Le elezioni 2003 alla radio svizzera

Radio: Tempo di parola concesso ai candidati uomini e donne secondo l'emittente

	Candidate donne		Candidati uomini	
	Assoluto	Relativo	Assoluto	Relativo
DRS1	2:36:01	28.6%	6:29:50	71.4%
Radio 24	0:01:44	23.6%	0:05:37	76.4%
<i>Candidati/e Svizzera tedesca</i>		36%		64%
La Première	2:26:40	25.7%	7:05:02	74.3%
Radio Lac	0:40:22	26.3%	1:53:14	73.7%
<i>Candidati/e Svizzera romanda</i>		33%		67%
Rete Uno	1:51:27	28.7%	4:36:52	71.3%
Radio Fiume Ticino	0:26:36	18.5%	1:57:11	81.5%
<i>Candidati/e Svizzera italiana</i>		29%		71%
Tempo di parola totale	8:02:50	26.7%	22:07:46	73.3%
<i>Candidati/e CH</i>		35%		65%

In grassetto: canale con una presenza femminile adeguata o buona

In corsivo, a titolo di paragone: candidati (uomini e donne) secondo la regione linguistica

Fonti: Stalder 2004 (versione integrale), pag. 56; Seitz 2004.

Le elezioni 2003 nella stampa scritta svizzera

Stampa scritta: Presenza di candidati uomini e donne secondo la regione linguistica

	Svizzera tedesca	Svizzera francese	Svizzera italiana	Totale
Presenza femminile nei media	26%	26%	11%	25%
Candidate donne	36%	33%	29%	35%
Differenza/Sottorappresentanza	-10%	-7%	-18%	-10%
Presenza maschile nei media	74%	74%	89%	75%
Candidati uomini	64%	67%	71%	65%
Differenza/Sovrarappresentanza	+10%	+7%	+18%	+10%
Presenza complessiva n	n=474=100%	n=336=100%	n=79=100%	n=889=100%

Fonti: Hardmeier 2004, tabella A-4: «Kandidierende nach Geschlecht und Sprachregion», pag. 83.

Bibliografia

*** = disponibili sul sito www.comfem.ch, Rubrica Pubblicazioni

Commissione federale per le questioni femminili/SRG SSR idée suisse/UFCOM (ed.): **Elezioni federali 2003: mass media, politica e parità**. Analisi, incentrata sulla prospettiva di genere, dell'offerta informativa delle emittenti radio-tv svizzere nei programmi trasmessi prima delle elezioni federali del 2003. Autrice: Sonja Stalder. Berna 2004 (versione integrale in tedesco, 97 pagine; sintesi in italiano, francese e tedesco, 30 pagine).***

Commissione federale per le questioni femminili (ed.): **Präsenz, Themen und Selbstdarstellungsstrategien in der Wahlkampfkommunikation**. Eine Inhaltsanalyse zu Doing Gender bei den eidgenössischen Wahlen 2003. Autrici: Sibylle Hardmeier e Anita Klöti. 2004. 108 pagine (disponibile solo in tedesco).***

Sibylle Hardmeier e Anita Klöti: **Doing Gender dans les médias pendant la campagne électorale?** Analyse de la représentation de personnes des deux genres dans la couverture médiatique des élections fédérales 2003. Autrici: Sibylle Hardmeier e Anita Klöti. In «Questioni femminili» 2.2004. pagg. 11-22 (disponibile in tedesco e francese).***

Christina Holtz-Bacha: **L'immagine mediatica dei politici donna**. Commissione federale per le questioni femminili (ed.). In «Questioni femminili» 1.2003, pagg. 47-49.

Claudia Weilenmann: **Introduction au thème principal: Doing Gender dans les médias pendant la campagne électorale**. Commissione federale per le questioni femminili (ed.). In «Questioni femminili» 2.2004, pagg. 7-8 (disponibile in tedesco e francese).

Commissione federale per le questioni femminili (ed.): **Prospettiva Gender – 13 raccomandazioni per le professioniste e i professionisti dei media in vista delle elezioni federali 2003**. 2003. 3 pagine (disponibile in italiano, francese e tedesco).***

Werner Seitz: **Le donne e le elezioni federali del 2003: ostacoli sulla strada verso la parità politica**. In «Questioni femminili» 1.2004, pagg. 51-56.***

Journalistinnenbund: **Die Präsenz von Frauen in den Nachrichten**. Medienbeobachtungen 2005. Bonn 2006 (disponibile sul sito: http://www.journalistinnen.de/verein/pdf/jb_gmmp_2005).

Berna, gennaio 2007