

Campagna elettorale per le europee 2009: la visibilità femminile nei programmi Rai

a cura di Monia Azzalini

mazzalini@osservatorio.it

"In lista molti professionisti e poche donne", così titolava un articolo de *Il Sole 24 ore* alla vigilia delle elezioni del 6 e 7 giugno 2009¹, proponendo un'analisi delle 828 candidature italiane al parlamento europeo e il profilo, in sintesi, dell'euro-candidato italiano "tipo": "professionista, cinquantenne, maschio". "La presenza femminile si ferma al 32%", così recitava il sottotitolo del medesimo articolo, mettendo in evidenza la percentuale di donne candidate, appena vicina alla tacita ripartizione di quote secondo la regola dei due terzi ("in ogni gruppo nessuno dei due sessi può essere rappresentato in misura superiore ai due terzi"²) che ha guidato le candidature alle precedenti elezioni europee, nel 2004, e ispirato diversi disegni di legge sulle cosiddette quote rosa³, mai approvati, però, in via definitiva dal parlamento italiano. Una regola, dunque, non nel senso di una norma, bensì di una prassi in vigore da qualche tempo, che, se ha contribuito a incrementare la rappresentanza femminile italiana a Strasburgo - aumentata dal 19% del 1999, al 21% delle ultime elezioni⁴ - è ancora lontana (in realtà anche idealmente) dal garantire una distribuzione di genere che rappresenti la proporzione fra donne e uomini esistente nella società italiana, dove le prime rappresentano il 51% della popolazione, i secondi il restante 49%⁵. La perdita di 11 punti percentuali, dalle liste ai seggi, indica forse l'accumulo per le donne di qualche svantaggio allo svantaggio iniziale, che, si annida certamente nel voto, ma anche, probabilmente, nel sistema di formazione delle liste e della ripartizione dei seggi, con le candidature plurime dei *leader*, tutti maschi, in cima alle liste in diverse circoscrizioni.

E la televisione? Che ruolo ha giocato? Ha contribuito a dare alle donne - in politica sempre sotto-rappresentate dal piccolo schermo - un po' di visibilità?

I trentasette giorni di campagna televisiva, dal 30 aprile al 5 giugno, hanno dato spazio a più di 81 ore di dichiarazioni, interviste, dirette, voci di donne e uomini politiche/i, fra candidate/i e non⁶ alle competizioni in previsione per giugno. Di questo tempo complessivo le donne hanno occupato solo il 10,8%, poco meno del tempo registrato lo scorso anno, in occasione della campagna elettorale per le politiche del 13 e 14 aprile, quando avevano registrato una visibilità pari all'11,1%.

¹ Articolo di Gianni Trovati, pubblicato su *Il Sole 24 ore*, lunedì 1 giugno 2009, n. 149, p. 7

² Cfr DDL n. 3051, 19 luglio 2004, fonte

<http://www.senato.it/japp/bgt/showdoc/frame.jsp?tipodoc=Ddlpres&leg=14&id=115744>

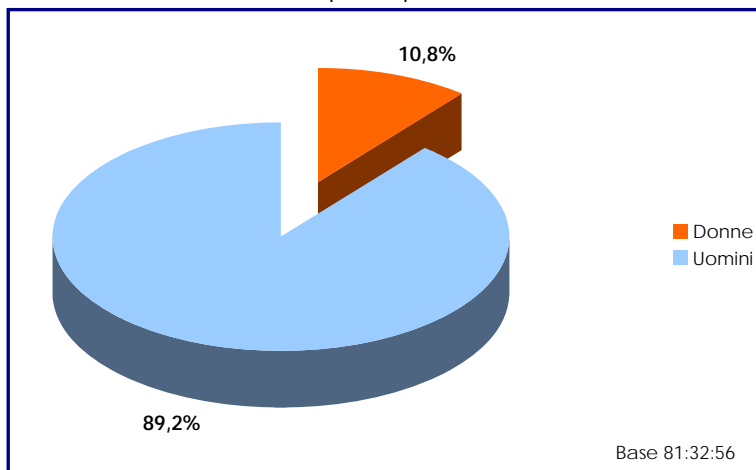
³ DDL n. 3660, 18 novembre 2005, DDL n. 3051 del 19 luglio 2004

⁴ Fonte http://www.europarl.europa.eu/parliament/archive/elections2009/it/italy_it.html#ancr5

⁵ Dati calcolati sulle tavole ISTAT, fonte <http://demo.istat.it/pop2008/index.html>

⁶ Tutti i dati a cui si fa riferimento in questo rapporto si riferiscono ai soggetti politici singolarmente considerati (sono stati tralasciati i dati relativi ai soggetti collettivi), candidati e non

Grafico 1 Europee 2009: distribuzione del tempo di parola fra donne e uomini



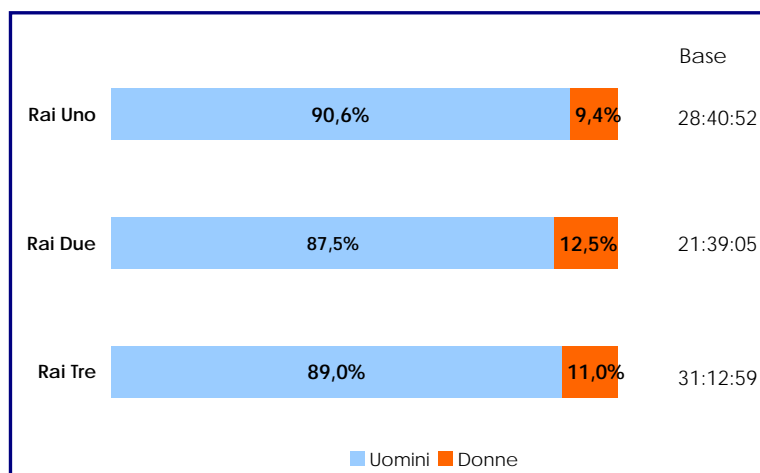
In termini assoluti, le donne politiche hanno avuto più tempo a disposizione per esprimere le loro opinioni e rispondere alle domande dei giornalisti su Rai Tre, l'emittente che nel complesso registra il più alto tempo di presenze politiche in campagna elettorale (31 ore, 12 minuti e 59 secondi).

Tabella 1 Europee 2009: tempo di parola delle donne politiche per rete

	hh:mm:ss
Rai Uno	2:42:18
Rai Due	2:42:20
Rai Tre	3:25:50
Totale	8:50:28

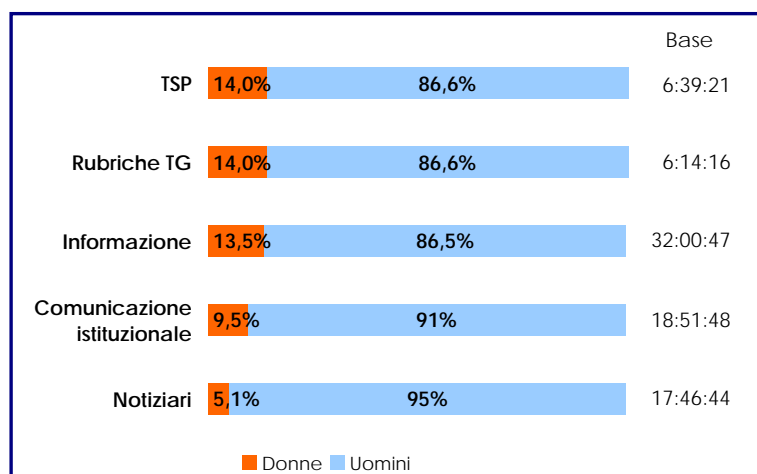
Se si considerano i risultati in termini di distribuzione percentuale per le diverse emittenti, è Rai Due, invece, la rete che, in proporzione, dà maggiore visibilità alle donne⁷: 2 ore, 42 minuti e 20 secondi su un totale di 21 ore 39 minuti e 5 secondi, pari al 12,5%. Un risultato ascrivibile prevalentemente alla concentrazione su questo canale Rai di numerose trasmissioni parlamentari a cura della testata Tribune e Servizi Parlamentari (TSP), un genere particolarmente accogliente per le donne, come si desume anche dalla distribuzione dei tempi politici per i generi televisivi.

Grafico 2 Europee 2009: distribuzione del tempo di parola fra donne e uomini per rete



⁷ I risultati espressi in valori assoluti, ore, minuti e secondi di presenza femminile sono utili per dar conto della visibilità effettiva delle donne in TV, le distribuzioni percentuali di donne e uomini per le diverse reti e i diversi generi televisivi consentono di

Grafico 3 Europee 2009: distribuzione del tempo di parola fra donne e uomini per genere del programma



I programmi a cura della testata giornalistica TSP, dedicati all'attività parlamentare, e le rubriche a cura delle testate giornalistiche, dedicate a varie tematiche di informazione specialistica (economia, costume e società, etc) registrano una presenza femminile pari al 14%, attestandosi come i generi televisivi più aperti alle donne politiche. Il primo confermando una tradizione di apertura alle donne, il secondo, invece, rappresentando una novità. Anche l'informazione, genere televisivo che comprende programmi di approfondimento come *Porta a porta*, *Ballarò*, *Anno zero*, mostra un'accoglienza alle donne superiore alla media, confermando il superamento della chiusura "storica" già registrato nel corso della campagna elettorale del 2008, dove si rilevava per la prima volta una presenza femminile pari al 13,7%, in linea con il dato attuale del 13,5%, ben oltre i "tradizionali" valori del 2 o 3%⁸.

La comunicazione istituzionale registra invece una rappresentanza femminile inferiore alla media, anche se di poco (9,5% vs 10,8%), e merita una particolare riflessione, perché costituisce lo spazio meno mediato dalla televisione e più gestito direttamente dalla politica o meglio dai partiti. Tutti i programmi classificati sotto questa etichetta sono infatti o messaggi autogestiti dai partiti o tribune politiche e referendarie⁹. In entrambi i casi spazi di propaganda elettorale che la Rai si limita a rendere disponibili durante le proprie trasmissioni, secondo le disposizioni delle norme di legge vigenti e delle direttive della Commissione di vigilanza parlamentare sulla Rai, che stabilisce quali e quanti spazi spettano a ciascun partito. Rientra poi nella strategia di comunicazione interna a ciascuna forza in lizza la scelta dei volti e delle voci da portare in TV in propria rappresentanza. Nella maggior parte dei casi, i partiti scelgono di essere rappresentati dai loro *leader*, quasi sempre maschi; le donne che hanno avuto visibilità in questo genere di programmi sono infatti poche: Roberta Angelilli per il PdL, Emma Bonino per i Radicali, Monica Frassoni per la lista Sinistra e Libertà e Daniela Melchiorre *leader* della lista Liberal Democratici MAIE, l'unica donna *leader* ufficiale di queste elezioni europee e anche la più vista sugli schermi della Rai.

I notiziari, infine, secondo una tradizione che li piega alle ferree logiche del *newsmaking*, che prediligono le interviste ai *leader*, quasi tutti maschi, risultano il genere televisivo più chiuso alle donne, con una visibilità politica femminile del 5,1%. Una "quota" comunque che merita attenzione perché segna un *trend* in rapida crescita: dopo anni di visibilità politica femminile inferiore al 3% (2,4% in occasione delle europee del 2004, 2,6% in occasione delle politiche del 2006¹⁰) la campagna elettorale per le europee del 2008 aveva già segnato il superamento di

comprendere attraverso il confronto di queste variabili quali sono le variabili, ovvero i fattori, che favoriscono o sfavoriscono la presenza femminile in TV

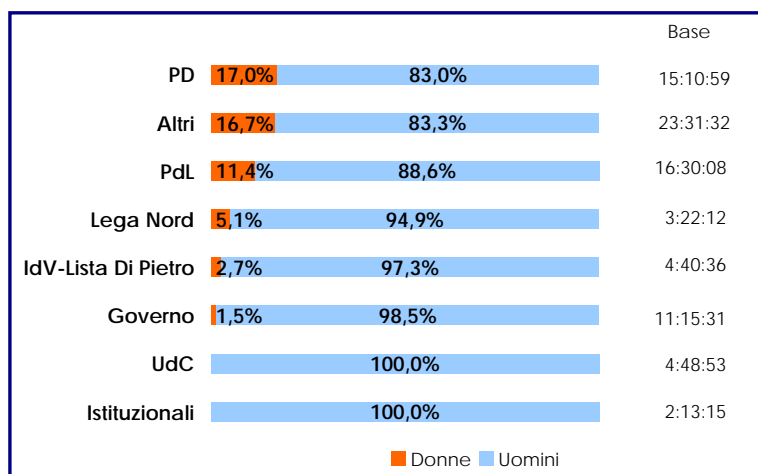
⁸ Cfr M. Azzalini, *Campagna elettorale 2008: la visibilità femminile nei programmi Rai*, download disponibile all'indirizzo internet <http://www.osservatorio.it/download/Visibilita%2588-femminile2008.pdf>

⁹ Il periodo di campagna elettorale monitorato comprende anche trasmissioni dedicate al Referendum del 21 e 22 giugno, per una sovrapposizione fra i due periodi di campagna, elettorale e referendaria

¹⁰ Cfr M. Azzalini, *Le "quote" della TV nella campagna elettorale 2006*, in *Donne e Comunicazione*, numero monografico della rivista *Inchiesta*, Anno XXXVI, n. 153, luglio-settembre 2006, edizioni Dedalo, Bologna, pp. 24-25, download disponibile

questa barriera con una presenza politica femminile del 3,5% e ora si registra un avanzamento importante di quasi 2 punti percentuali.

Grafico 4 Europee 2009: distribuzione del tempo di parola fra donne e uomini per liste candidate



Se si considera la distribuzione di genere fra le liste candidate, il partito più rappresentato dalle donne è il PD, seguito a poca distanza, con il 16,7%, dalle donne candidate in partiti minori raggruppati nella voce "altri", comprendente sia i Liberal Democratici con Daniela Melchiorre sia il Partito dei Radicali con Emma Bonino, le due donne più presenti sulle reti Rai, durante questa campagna elettorale, e che da sole detengono quasi il 40% del tempo di parola femminile complessivo. Sopra la media del 10,8% si attesta poi la rappresentanza delle donne del PdL, con l'11,4% di presenza televisiva. Le donne dell'Italia dei Valori, della Lega Nord e del Governo registrano invece una presenza piuttosto bassa, con valori rispettivamente del 5,1%, del 2,7% e dell'1,5%. Le donne dell'UdC risultano assenti. Quanto alle donne "istituzionali" la loro assenza televisiva va ricondotta alla loro assenza reale; questa voce comprende infatti i presidenti della Repubblica, della Camera e del Senato e i commissari europei, attualmente tutti incarichi ricoperti da uomini.

Tabella 2 Europee 2009: distribuzione del tempo di parola fra le prime dieci donne e fra i primi dieci uomini a confronto

Prime 10 donne politiche	hh:mm:ss	%	Primi dieci uomini politici	hh:mm:ss	%
Melchiorre Daniela	1:45:25	19,9	Franceschini Dario	7:37:25	10,5
Bonino Emma	1:31:02	17,2	Berlusconi Silvio	7:29:18	10,3
Mussolini Alessandra	0:35:18	6,7	Casini Pier Ferdinando	3:28:35	4,8
Moratti Letizia	0:26:28	5,0	Di Pietro Antonio	2:28:13	3,4
D'Antona Di Serio Olga	0:25:13	4,8	Pannella Marco	2:10:42	3,0
Bindi Rosy	0:25:55	4,7	Vendola Nichi	1:58:25	2,7
Turco Livia	0:19:58	3,8	Ferrero Paolo	1:52:26	2,6
Melandri Giovanna	0:19:05	3,6	Maroni Roberto	1:47:52	2,5
Francescato Grazia	0:18:12	3,4	Lombardo Raffaele	1:36:37	2,2
Pinotti Roberta	0:16:39	3,1	Ferrando Marco	1:33:12	2,1
Altre	2:28:13	27,9	Altri	40:40:43	55,9
Totale	8:50:28	100,0	Totale	72:42:28	100,0

all'indirizzo internet <http://www.osservatorio.it/interna.php?m=v§ion=analysis&idsection=000079>; Osservatorio di Pavia, *Elezioni europee 2004. Le quote tv delle donne candidate a confronto con i candidati uomini*, download disponibile all'indirizzo internet <http://www.osservatorio.it/download/DonneElezioniEuropee.pdf>

Come si è anticipato più sopra, le donne politiche che hanno avuto il più ampio spazio televisivo durante questa campagna elettorale sono state le candidate Daniela Melchiorre e Emma Bonino, che, rispettivamente con il 19,9% e il 17,2% di tempo di parola, ottengono quasi il 40% dello spazio dedicato alle donne, confermando la caratteristica distribuzione del tempo femminile rilevato in tutte le precedenti analisi dell'Osservatorio di Pavia: una forte concentrazione del tempo limitatamente a poche donne, a fronte invece di una maggiore distribuzione fra numerosi e diversi soggetti nel caso dei politici maschi. Se è vero, infatti, che anche i due leader dei più grandi partiti italiani, Franceschini e Berlusconi, si posizionano in testa ai primi dieci politici più visibili con una percentuale che distanzia di parecchi punti il terzo politico in ordine di maggior visibilità ottenuta durante la campagna elettorale, Pierferdinando Casini, è vero anche che la percentuale di tempo che essi concentrano è pari al 10%, quasi la metà del tempo percentuale di Daniela Melchiorre e Emma Bonino. E se i primi dieci uomini occupano meno della metà dello spazio riservato ai politici maschi, lasciando agli "Altri" il 55,9% di tempo, con percentuali tutte inferiori al 2,1%, nel caso delle donne, invece, le prime dieci lasciano alle "Altre" solo il 27,9% del tempo, con percentuali inferiori al 3,1%, una soglia più alta di quella maschile. Ciò significa che non solo le donne registrano nel complesso una presenza nettamente inferiore a quella maschile, un decimo circa, ma che godono di una rappresentanza meno diversificata, meno articolata, meno plurima, rispetto ai loro colleghi maschi.

Se si considerano i dati relativi a Daniela Melchiorre e Emma Bonino, emergono in maniera evidente i fattori che hanno giocato a favore della loro visibilità.

Tabella 3 Distribuzione del tempo di parola di Daniela Melchiorre per genere del programma

	hh:mm:ss	%
Comunicazione istituzionale	1:22:43	78,5%
Rubriche TG	0:09:10	8,7%
Informazione parlamentare	0:06:38	6,3%
Notiziario	0:04:54	4,6%
Informazione	0:02:00	1,9%
Totale	1:45:25	100,0%

Tabella 4 Distribuzione del tempo di parola di Emma Bonino per genere del programma

	hh:mm:ss	%
Informazione	0:51:03	56,08%
Notiziari	0:22:44	24,97%
Comunicazione istituzionale	0:16:09	17,74%
Rubriche TG	0:00:51	0,93%
Informazione parlamentare	0:00:15	0,27%
Totale	1:31:02	100,00%

Come risulta evidente dal confronto fra le tabelle 3 e 4 Daniela Melchiorre ha ottenuto massima visibilità nei programmi di comunicazione istituzionale, che registrano ben il 78,5% del tempo totale della candidata: essendo la *leader* ufficiale della sua lista, Daniela Melchiorre è stata protagonista dei messaggi autogestiti della sua lista e ha evidentemente scelto, essendo a capo del suo partito, di rappresentarlo partecipando in prima persona agli spazi televisivi riservati alla sua lista. Lo stesso fenomeno si riscontrò con la candidatura di Flavia D'Angeli e Daniela Santanchè alle scorse elezioni politiche, entrambe *leader* ufficiali delle loro liste hanno goduto durante la campagna elettorale del 2008 la massima visibilità fra le donne¹¹.

Il caso di Emma Bonino presenta invece aspetti un poco diversi: Emma Bonino concentra la maggior parte del suo tempo nei programmi di informazione e poi nei notiziari, dunque in programmi in cui la visibilità è garantita anzitutto dalle regole del *newsmaking* che stabiliscono chi e cosa fa notizia e che seguono le contingenze non solo del lungo periodo della campagna

¹¹ Cfr M. Azzalini, *Campagna elettorale 2008: la visibilità femminile nei programmi Rai*, cit.

elettorale, ma anche del brevissimo periodo dell'informazione quotidiana ed Emma Bonino è stata al centro, in questo periodo, di una vicenda che ha fatto notizia, alzando l'attenzione della televisione e della Rai specialmente sulla candidata radicale e sui suoi compagni: la protesta del Partito Radicale contro il silenzio dell'informazione Rai e la conseguente occupazione degli studi di Saxa Rubra. Come si evince dal confronto fra le tabelle 5 e 6, mentre il principale argomento di Daniela Melchiorre sono state le elezioni europee, quello di Emma Bonino è stata la protesta di cui sopra. L'agenda di Emma Bonino evidenzia poi una certa articolazione interna su diverse tematiche di cronaca e di attualità.

Tabella 5 Elezioni europee 2009: l'agenda tematica di Daniela Melchiorre

Elezioni europee	40,6%
Caso Noemi e candidature femminili nel PdL	36,7%
Immigrazione	10,1%
Politiche sociali per le donne e per la parità	5,5%
Disegno di legge sulla sicurezza	3,3%
Scuola	3,0%
Crisi economica	0,8%
Totale	100,0%

Tabella 6 Elezioni europee 2009: l'agenda tematica di Emma Bonino

Protesta Radicali vs Rai	35,0%
Elezioni europee	29,1%
Caso Noemi e candidature femminili nel PdL	19,1%
I valori cristiani	11,3%
Referendum elettorale	2,0%
Dibattito sul taglio del numero dei parlamentari	1,8%
Arresto di Aung San Suun Kyi	0,8%
Rapporto di Action Aid sulle crisi dimenticate	0,3%
Immigrazione	0,3%
Imprenditoria cinese	0,3%
Totale	100,0%

Certamente Emma Bonino ha goduto anche del vantaggio di essere una donna politica di lunga esperienza, con un prestigioso passato da commissaria nell'Unione Europea e questo, presumibilmente, le ha garantito sufficiente autorevolezza per partecipare ai programmi di dibattito informativo come *Anno Zero*, *In mezz'ora*, *L'era glaciale* e *Uno mattina* di cui è stata ospite con tempi di parola elevati.

Per concludere, resta un dato curioso da sottolineare: il "caso" Berlusconi-Noemi con le annesse polemiche relative ai criteri di scelta delle candidature femminili nel PdL è stato un tema importante sia per l'agenda di Daniela Melchiorra sia per quella di Emma Bonino, occupandone una percentuale piuttosto rilevante, il 36,7% nel primo caso, il 19,1% nel secondo.