

GAP&CIAK

I DIVARI DI GENERE NEL LAVORO
E NELL'INDUSTRIA AUDIOVISIVA:
LO STATO DELL'ARTE
2016

UN PROGETTO DI:

SPONSORIZZATO DA:



CNR
Istituto di Ricerche
sulla Popolazione
e le Politiche Sociali

SIAE DALLA
PARTE
DI CHI
CREA

[EXECUTIVE SUMMARY]

Tra il 2003 e il 2012 solo il 16% dei film europei con una distribuzione è stato diretto da una donna, in Gran Bretagna le donne sono il 13% dei registi, il 20% degli sceneggiatori, il 27% dei produttori, il 18% degli executive, il 17% dei montatori, il 7% dei direttori della fotografia.

Questi sono alcuni dati sulle disuguaglianze di genere nel settore audiovisivo. Circa una su sei. Sono dati che richiedono attenzione, approfondimenti, analisi e azioni. Il progetto DEA di cui presentiamo il primo prodotto, si propone di affrontare il tema delle donne nel settore audiovisivo: dalla posizione in Italia rispetto al contesto europeo ed internazionale, all'esperienza delle autrici, ai fattori che ne rallentano o impediscono l'accesso alla parte creativa autoriale e alla produzione audiovisiva, all'evoluzione del percorso professionale, alle aspirazioni, aspettative e motivazioni che stanno alla base della scelta professionale.

Il tema della parità di genere nel settore audiovisivo alla luce del quadro più generale, è il focus di **Gap&Ciak** dal confronto con altri mondi lavorativi, alla ricognizione degli studi e delle esperienze realizzate tra l'Europa e l'America del nord.

Il rapporto è idealmente diviso in due sezioni.

La prima riguarda i principali strumenti messi in campo per promuovere la parità di genere e la presentazione di alcuni indicatori che permettono di valutare i divari di genere nel lavoro e nelle professioni.

La seconda sezione illustra lo stato dell'arte delle ricerche internazionali più recenti sul ruolo delle professioniste, i percorsi di formazione e l'andamento della carriera nella produzione cinematografica e nell'industria dell'audiovisivo. Infine, il rapporto presenta una selezione di buone pratiche e raccomandazioni a favore della parità di genere nel mondo dell'audiovisivo.

L'uguaglianza tra donne e uomini è uno dei principi fondanti dell'Unione europea. Sebbene alcune ineguaglianze ancora persistano, l'Europa ha compiuto progressi significativi negli ultimi decenni. A livello complessivo, tra i risultati positivi si possono considerare l'aumento del numero delle donne occupate e i loro progressi nell'istruzione e nella formazione. Tuttavia i divari di genere ancora persistono nel mercato del lavoro europeo, di seguito riportiamo alcuni dati che ne forniscono misure e magnitudo.

- Nel 2015 l'occupazione femminile ha raggiunto in Europa il 64,5%, ben al di sotto di quella maschile 75,6% in Italia, il valore è pari al 50,9%.
- Le donne nell'UE guadagnano in media il 16% in meno degli uomini per ogni ora lavorata. Il dato per l'Italia è tra i più bassi d'Europa (7,3%), ma è in crescita negli ultimi due anni.
- Famiglia e cura hanno un forte impatto sulla partecipazione al mercato del lavoro: lavora solo il 65,6% delle donne europee con figli sotto i 12 anni, rispetto al 90,3% degli uomini. In Italia il 55,5%.
- Quasi il 60% dei laureati europei sono donne, ma rappresentano meno del 33% degli scienziati e ingegneri di tutta Europa, mentre sono quasi l'80% della forza lavoro totale nei settori della sanità, dell'istruzione e del benessere.
- Nel 2012 in Europa il divario pensionistico si attestava al 38% in media ma sebbene vi siano differenze consistenti - dal 5% in Estonia al 45% in Germania - in tutti i paesi membri gli uomini tendono ad avere pensioni più elevate delle donne. In Italia il gap è pari al 33%.
- In Italia la percentuale di 'leader' uomini è superiore a quella delle donne; il 16% rispetto al 9% del totale degli occupati. Nelle posizioni di leadership formalmente riconosciute - più remunerate e prestigiose - sono gli uomini a mantenere la maggioranza, mentre le donne assumono generalmente la posizione di leader informale. Il settore informazione e

comunicazione è particolarmente segregato: qui le donne sono il 36% dei leader e il 39% del totale degli occupati (per il terziario nel suo complesso i valori sono pari al 74% e al 103%).

- Le donne hanno raggiunto il 37% di presenze nel 2016 nell'europarlamento. Ma si tratta ancora di una presenza minoritaria, visto che in ben 17 di questi paesi le donne non arrivano a comporre un terzo delle assemblee elette. Sono solo 3 i paesi che superano il 40% di parlamentari donne, mentre nessuno arriva al 50%; in Italia si è raggiunto il 30%.
- La presenza di donne nelle posizioni dirigenziali degli organismi europei è scarsa: nell'Ecofin e nel Board della Banca Centrale Europea le donne non superano l'8%.
- Nel mondo delle aziende troviamo il 7% di donne tra i presidenti, 5% tra i CEO e 23% nei CdA. In Italia al 2016 all'interno delle aziende quotate non ci sono donne nella posizione di CEO, ma la quota nei CdA è salita al 30%, (anche grazie alla legge 120/2011), mentre le dirigenti nelle imprese (executive) rappresentano il 9% del totale, nelle posizioni non dirigenti le donne sono il 35%.

Gli ostacoli che le donne dello spettacolo, del cinema, della TV si trovano ad affrontare sono simili a quelli che in generale si manifestano nel mercato del lavoro: discriminazioni nelle assunzioni, minori retribuzioni, precarie condizioni di lavoro, difficoltà nell'accesso alle posizioni decisionali e di maggiore prestigio. In questo ambiente gli stereotipi di genere hanno un ruolo cruciale. Il settore della cultura e quello audiovisivo in particolare marca ancora una considerevole distanza nell'acquisizione delle pari opportunità e dell'uguaglianza di genere nonché una certa inerzia al cambiamento, soprattutto per quanto riguarda la produzione commerciale. Questo è documentato da molte ricerche europee e statunitensi, ma è importante tenere conto che al tempo stesso questo settore possiede un enorme potenziale per il cambiamento.

Gli studi sui media e la televisione hanno recentemente portato l'attenzione sulla posizione e il ruolo delle donne nelle industrie dell'audiovisivo. Per quanto riguarda lo stato attuale sono soprattutto università e istituti nazionali di ricerca a dotarsi degli strumenti per elaborare una mappatura delle professionalità femminili già attive, delle loro traiettorie lavorative fin dalla formazione, e delle strategie attivate per essere valorizzate in ambienti spesso a prevalenza maschile. Anche le associazioni di categoria hanno compreso l'importanza di una valorizzazione di prospettive ed esperienze diverse per aumentare la produttività di un settore come quello dell'audiovisivo, soprattutto in relazione all'industria dell'intrattenimento. Mettere ordine in queste ricerche non è però semplicissimo, perché i dati pubblicati non sono quasi mai confrontabili.

Dall'analisi della letteratura emergono alcuni elementi ricorrenti nelle industrie europea e nordamericana: innanzitutto, una differenza sostanziale nelle quantità di professioniste impiegate in ruoli chiave a livello produttivo, creativo e distributivo rispetto ai loro colleghi associati al genere maschile.

In secondo luogo, è evidente anche una differenza, sempre a sfavore delle professioniste, nei budget che vengono loro affidati. È importante notare come tali differenze sono invece quasi assenti a livello formativo: dalle analisi dei dati su ingresso, frequenza e diplomi ottenuti nelle scuole di cinema e televisione, è evidente come le percentuali rispecchino quelle della popolazione totale, benché la presenza femminile non sia omogenea in tutti i tipi di corso. Inoltre, le opere prime, spesso a basso budget, sono meno colpite dalla disuguaglianza di genere. Il collo dell'imbuto si stringe, come riscontrato anche in altri ambiti lavorativi, nelle fasi successive della carriera, e riguarda le posizioni di responsabilità.

Le cause della disuguaglianza di genere coinvolgono dunque le pratiche di ingaggio e le fasi di consolidamento della carriera, e non è ininfluente il

fatto che per alcuni ruoli manchino dei modelli di riferimento e gli stimoli già in fase di formazione. Inoltre, come in altre realtà, colpiscono sia a livello orizzontale (con una minore quantità di professioniste impiegate negli ambiti chiave della produzione, creazione, distribuzione) che verticale (via via che aumenta il budget o il livello gerarchico nell'industria diminuisce sensibilmente la presenza femminile).

Quali sono le buone pratiche e le raccomandazioni per valorizzare le donne impegnate nell'industria dell'audiovisivo? Nelle esperienze analizzate è sottolineata l'importanza della diffusione di informazioni sulla disuguaglianza di genere, per creare una consapevolezza nell'intera società del danno arrecato dall'assenza di 'differenza' nell'intrattenimento e nella creatività.

Viene anche ribadita l'importanza della visibilità per le professioniste già attive, sia per instaurare un circolo virtuoso nel feedback con il pubblico (qualitativo ma soprattutto quantitativo, in termini di sbigliettamento), sia per creare un nuovo immaginario basato su modelli identitari positivi che moltiplichino le possibilità per le giovani in formazione. Uno degli strumenti è la creazione di database gratuiti, da affiancare a reti di sostegno per incentivare la presenza nei festival e modalità di distribuzione innovative online di film diretti, scritti e prodotti da donne.

Molte istituzioni sollecitano la creazione di programmi di mentoring, da parte di professioniste già affermate, destinati ai talenti in una fase iniziale della carriera. Questa strategia potrebbe essere particolarmente utile in realtà come l'Italia, dove storicamente l'industria cinematografica ha privilegiato i networks familiari e amicali per gli ingaggi e la formazione.

Infine, vanno citate le pratiche di discriminazione positiva nelle strategie di finanziamento pubblico, per esempio attraverso l'introduzione di quote o l'impiego di un marchio di qualità, che certifichi il fatto che l'audiovisivo sia stato prodotto in un ambiente egualitario.



DEA DONNE E AUDIOVISIVO

IRPPS Consiglio Nazionale delle Ricerche

Istituto di Ricerche sulla Popolazione e le Politiche Sociali
Via Palestro, 32 00185 Roma
tel: (+39) 06 492724250/230
maura.misiti@cnr.it

UN PROGETTO DI:



SPONSORIZZATO DA:



PATROCINATO DA



IN COLLABORAZIONE CON

