

Lunedì 11 Marzo 2024

Chi siamo (<https://www.helpconsumatori.it/chi-siamo/>)La redazione (<https://www.helpconsumatori.it/la-redazione/>)Contatti (<https://www.helpconsumatori.it/contatti/>)Iscriviti alla newsletter (<https://www.helpconsumatori.it/iscriviti-alla-newsletter/>)(<https://www.helpconsumatori.it/>)

L'informazione per i cittadini responsabili

SOSTIENICI!

Scopri come

(<https://www.helpconsumatori.it/sostienici/>)

()

AlimentazioneAmbienteCasaConsumiDirittiEuropaPrivacySaluteSoldiTechTendenzeViaggi



L'immagine della donna sui media: ancora indietro su stereotipi di genere

Diritti (<https://www.helpconsumatori.it/category/diritti/>)Nuovi media (<https://www.helpconsumatori.it/category/nuovi-media/>)

# L'immagine della donna sui media: stereotipi di genere, siamo ancora indietro

L'immagine della donna sui media, fra tv e social network, e gli stereotipi di genere sono al centro di un'indagine Ipsos realizzata con Consumers' Forum. Che spiega: "Siamo ancora indietro"

6 Marzo 2024 di Sabrina Bergamini (<https://www.helpconsumatori.it/author/sabrina/>)

## Rubriche



L'editoriale

(<https://www.helpconsumatori.it/categoria/parole-del-consumatore/>)  
Le parole del consumatore di Antonio Longo(<https://www.helpconsumatori.it/categoria/comerfareper...>)  
di Redazione(<https://www.helpconsumatori.it/categoria/consumatori-nel-mondo/>)  
di Redazione(<https://www.helpconsumatori.it/categoria/nel-mondo/>)  
di Redazione

Iscriviti alla newsletter!

Inserisci la tua email

Dopo aver inviato il modulo, controlla la tua casella per confermare l'iscrizione.

Campo richiesto\* ☐ Accetto la Privacy Policy

(<https://www.helpconsumatori.it/privacy-cookies-policy/>)



Privacy &amp; Cookies Policy

Si fa presto a dire: superare gli stereotipi di genere. La **donna nei media** sembra ancora intrappolata in una evoluzione bloccata, in una rappresentazione dei temi di genere che per la maggior parte degli italiani è superficiale oppure esagerata. In film e serie tv, poi, **quando c'è qualcuno che si occupa della casa e della famiglia, per il 69% degli italiani si tratta di una donna.**

“L'immagine della donna tra vecchi e nuovi media (<https://www.consumersforum.it/iniziative/2024/5456-l-immagine-della-donna-tra-vecchi-e-nuovi-media.html>)” è il tema del convegno che Consumers' Forum ha organizzato oggi. Durante l'evento è stata presentata **una survey in collaborazione con Ipsos** che indaga, su un campione rappresentativo di cittadini e di cittadine, la percezione dell'uso dell'immagine della donna nei media contemporanei.

Qual è l'opinione della popolazione sul ruolo dei media, sull'immagine della donna sui media e sulla relazione fra stereotipi di genere, politica, social media?

**L'87% degli italiani ritiene che i media abbiano il potere di creare narrazioni e alimentare (o abbattere) stereotipi.** Il 58% complessivo ritiene però che i media trattino i temi di genere in modo inadeguato.

Spiega **Sergio Veroli, presidente di Consumers' Forum**: «La crescita culturale e civile di una società passa anche attraverso il modo in cui è rappresentata l'immagine femminile nei media. Per questi motivi abbiamo organizzato oggi un incontro fra imprese, associazioni, esperti e giornalisti che, sulla base di una indagine condotta da Ipsos, hanno analizzato come gli italiani percepiscono la rappresentazione di genere nei media. La survey ha evidenziato che **siamo ancora indietro**. I cittadini chiedono al mondo della comunicazione di contribuire in modo più esplicito ad abbattere gli stereotipi e i pregiudizi che assegnano alla donna un ruolo ancora troppo marginale e subalterno all'uomo. I cittadini chiedono una forte accelerazione culturale che produca valori nuovi e comportamenti diversi».

## Il ruolo dei media

**Per l'87% del campione (18-75enni) i media influenzano opinioni e comportamenti,** con con TV e social network a guidare la classifica dei canali più spesso utilizzati.

“Che si tratti di film, serie TV, programmi televisivi, stampa o pubblicità, i media – spiega la ricerca Ipsos – hanno il potere di definire e dunque **anche di cambiare il modo in cui le persone definiscono il ruolo dell'uomo e della donna** e il loro modo di comportarsi all'interno della società. Che sia per causa o per effetto, i media hanno il potere di creare e alimentare narrazioni e stereotipi. È un potere che viene riconosciuto a film e serie tv e, a pari merito, a programmi televisivi (82%) poi a seguire alla stampa e alla pubblicità (79%)”.

Solo il 23% degli intervistati racconta che c'è stata una significativa ed evidente evoluzione del ruolo della donna nella società mentre il 37% parla di una evoluzione “timida”. Chi si prende carico del superamento degli stereotipi di genere? Questo emerge soprattutto come questione individuale: riguarda la famiglia e la scuola come luogo educativo per eccellenza, i media, mentre il Governo è a metà classifica.

## Le tematiche di genere sui media

Ma come i media trattano le tematiche di genere? In modo corretto, tutto sommato obiettivo e arricchente, solo per il 35% del campione.

**Per il 27% infatti questi temi vengono trattati in modo superficiale,** troppo poco e in modo non arricchente; **per il 31% viene fatto in modo esagerato,** tema di moda su cui tutti dicono la loro anche senza competenze, come discussione fra ultras. Pesa soprattutto una differenza di valutazione generazionale. La GenZ (16-29enni) evidenzia la superficialità (40%) dei media sia per quantità che per qualità dei contenuti mentre i Boomers sottolineano l'esagerazione (42%) dei toni e la volontà di seguire la moda del momento.

Invia e iscriviti!

## Ultime notizie



Mutui  
(<https://www.helpconsumatori.it>)

Casa  
(<https://www.helpconsumatori.it>)

**Bankitalia, a gennaio i ta**

(<https://www.helpconsumatori.it/casa/n>)



Trasporti  
(<https://www.helpconsumatori.it>)

Viaggi  
(<https://www.helpconsumatori.it>)



**Caro voli, dopo Natale bi:**

(<https://www.helpconsumatori.it/viaggi>)



Bollette  
(<https://www.helpconsumatori.it>)

Energia  
(<https://www.helpconsumatori.it>)



**Energia, bollette record.**

**Federconsumatori:**

(<https://www.helpconsumatori.it/servizi>)



Diritti  
(<https://www.helpconsumatori.it>)



**1522, Istat: picco di**

([https://www.helpconsumatori.it/news-](https://www.helpconsumatori.it/news-2023/)

## Parliamone

jogger su Famiglie, consumi e spesa in cal  
quarto trimestre 2023

(<https://www.helpconsumatori.it/acquisti-consumi-e-spesa-in-calo-nel-quarto-trim-2023/#comment-10793>)

## Archivi

Seleziona il mese



## Il ruolo della donne al cinema e in tv

Chiamati a valutare i ruoli nelle produzioni cinematografiche e televisive, gli italiani rispondono che **in film e serie tv italiane se c'è chi si occupa della cura della casa e della famiglia**, per il 69% degli intervistati questo ruolo viene svolto più dalle **donne**.

“

Nonostante l'aumento della soglia di attenzione e la percezione di evoluzione dichiarata, quando si chiede ai cittadini chi, tra attori e attrici, solitamente interpreta un certo ruolo nelle produzioni cinematografiche e televisive italiane, continuano a rimanere stabili i **ben noti stereotipi**. Ai due estremi chi si occupa della cura della casa e della famiglia che, per il 69% del campione, è una attrice donna e chi impersonifica il ruolo del professionista nell'imprenditoria, finanza o economia che, per il 63% del campione è un attore uomo. Visioni ancor più accentuate tra le donne stesse”.

## Stereotipi di genere e social network

Social network e stereotipi di genere: **per il 62% degli intervistati i social network alimentano troppo l'immagine donna fisicamente perfetta** (e vale anche per l'uomo); per il 56% espongono le donne a rischi elevati per la loro sicurezza. 7

D'accordo il 42% del campione sull'affermazione per cui gli algoritmi di censura dell'immagine sui social network penalizzano soprattutto i corpi femminili. I social network sono una piattaforma per l'attivismo delle donne? Lo pensa solo il 35% delle donne.

### I ruoli nelle produzioni cinematografiche e televisive italiane



Ipsos Immagine della donna tra vecchi e nuovi media

## Politica e stereotipi di genere

Altro tema sui cui è stata chiesta l'opinione degli italiani è quello che riguarda politica e stereotipi di genere. **Il 68% degli intervistati è d'accordo sul fatto che non interessa se il leader è uomo o donna, conta solo quello che è capace di fare**. Solo il 53% è d'accordo sulla previsione che in futuro le donne in politica saranno sempre di più. E, sorpresa, la maggioranza è d'accordo a indicare al maschile – **Il presidente del consiglio** – il ruolo di Giorgia Meloni.



“

Spiega l'indagine: “Sul versante politico, **a suonare corretta (per il 65% del campione) è anche la scelta di Giorgia Meloni di farsi chiamare IL Presidente del Consiglio** invece che LA, posizione criticata fortemente solo dal 9% degli intervistati. D'altra parte in politica la funzione del genere sembra risultare irrilevante. Di questa opinione il 68% del campione che preferisce concentrarsi esclusivamente sul livello di competenza e su ciò che viene realizzato in concreto (accordo che scende di soli 2 punti percentuali tra le donne). Il futuro del nostro paese vedrà più donne in politica? Il campione si spacca a metà, solo il 53% le vede in aumento e la pensano così anche le donne (51%)”.



Ipsos Immagine della donna tra vecchi e nuovi media

## Stereotipi di genere e pubblicità, il ruolo dei brand

Pubblicità e stereotipi di genere: il **61%** del campione è d'accordo con l'affermazione per cui i **marchi nelle loro pubblicità debbano prendersi la responsabilità di non alimentare stereotipi di genere**. Non è invece immediata l'associazione fra il messaggio e la propensione all'acquisto. Solo il **39%** indica che preferisce acquistare prodotti di marchi che fanno campagne pubblicitarie che rappresentano la donna in modo attento e moderno.

“Sebbene gli italiani vedano nella famiglia e nella scuola gli agenti più importanti per il superamento degli stereotipi di genere, riconoscono un ruolo anche a media (tanto quanto quello che dovrebbe rivestire il Governo) e aziende – spiega l'indagine – I brand hanno il dovere di assumersi la responsabilità di non alimentare gli stereotipi di genere durante la pubblicizzazione dei loro prodotti senza però pensare però che questo li porti nell'immediato ad un aumento di fatturato. **Si richiede una adesione valoriale alla questione e una unità di intenti** che deve essere trasversale a tutti i soggetti in campo, sia uomini che donne”.





Vuoi ricevere altri aggiornamenti su questi temi?  
Iscriviti alla newsletter!

Inserisci la tua email

Dopo aver inviato il modulo, controlla la tua casella per confermare l'iscrizione  
**Campo richiesto\*** ☐ **Accetto la Privacy Policy** (<https://www.helpconsumatori.it/privacy-cookies-policy/>)

Invia e iscriviti!

**SOSTIENICI!**

Scopri come



(<https://www.helpconsumatori.it/sostienici/>)

Precedente

**Gas clienti vulnerabili, riduzione tariffa del 4%. MDC: "Insignificante"**  
(<https://www.helpconsumatori.it/servizi/energia/gas-clienti-vulnerabili-riduzione-tariffa-del-4-mdc-insignificante/>)

Successivo

**Taxi, Antitrust ai Comuni: aumentare licenze e flessibilità dei turni**  
(<https://www.helpconsumatori.it/viaggi/trasporti/taxi-antitrust-ai-comuni-aumentare-licenze-e-flessibilita-dei-turni/>)

Ti potrebbe interessare...



Mutui (<https://www.helpconsumatori.it/category/casa/mutui/>)

Casa (<https://www.helpconsumatori.it/category/casa/>)

<https://www.helpconsumatori.it/casa/mutui/bankitalia-a-gennaio-i-tassi-sui-mutui-per-le-famiglie-scendono-al-4,38/>  
**Bankitalia, a gennaio i tassi sui mutui per le famiglie scendono al 4,38%**  
(<https://www.helpconsumatori.it/casa/mutui/bankitalia-a-gennaio-i-tassi-sui-mutui-per-le-famiglie-scendono-al-438/>)

11 Marzo 2024 di Redazione (<https://www.helpconsumatori.it/author/redazione/>)





11 Marzo 2024 di Sabrina Bergamini (<https://www.helpconsumatori.it/author/sabrina/>)

**Bollette** (<https://www.helpconsumatori.it/category/casa/bollette/>)

**Energia** (<https://www.helpconsumatori.it/category/servizi/energia/>)

<https://www.helpconsumatori.it/servizi/energia/energia-bollette-record-federconsumatori-governo-parlamento-e-arera-intervengano-subito/>  
**Energia, bollette record. Federconsumatori: “Governo, Parlamento e ARERA intervengano subito”**  
 (<https://www.helpconsumatori.it/servizi/energia/energia-bollette-record-federconsumatori-governo-parlamento-e-arera-intervengano-subito/>)

8 Marzo 2024 di Aurora Cusumano (<https://www.helpconsumatori.it/author/aurora-cusumano/>)

Parliamone ;-)

## la rivista



Help Consumatori è la prima e unica agenzia quotidiana d'informazione sui diritti dei cittadini-consumatori e sull'associazionismo organizzato che li tutela.

testata giornalistica registrata presso il Tribunale di Roma, autorizzazione n. 260 del 2006 del Registro Stampa.  
**leggi la presentazione completa** (<https://www.helpconsumatori.it/chi-siamo/>)

## redazione

via Cesare Baronio n. 50, 00179, Roma.

[redazione@helpconsumatori.it](mailto:redazione@helpconsumatori.it) (<mailto:redazione@helpconsumatori.it>)


## tag cloud

caldo (16) influencer marketing (9) industria (8) sharing mobility (6) cambia la terra (3) servizi premium (3) ingredienti (2) settimana europea della mobilità (2)  
 sessione cnru regioni (2) incontri online (2) servizi balneari (2) incidente frecciarossa (2) informazioni mediche (1) sequestro (1) caffè verde (1) bvp (1) indennizzi aerei (1)  
 buono pasto (1) buone feste (1) bubbico (1)

**Parliamone anche su...** (<https://www.facebook.com/Help-Consumatori-167579503275535/>)







Help Consumatori

3525 follower

Segui la Pagina

Condividi

Consumer Tweet

Tweet di @HelpConsumatori

Help Consumatori

@HelpConsumatori · 2h

#Bankitalia, a gennaio i tassi sui #mutui per le famiglie scendono al 4,38%  
[helpconsumatori.it/casa/mutui/ban...](https://www.helpconsumatori.it/casa/mutui/ban...) via @helpconsumatori

Privacy policy (<https://www.helpconsumatori.it/privacy-cookies-policy/>)

- Alimentazione ([https://www.helpconsumatori.it/category/alimentazione/sicurezza\\_alimentare/](https://www.helpconsumatori.it/category/alimentazione/sicurezza_alimentare/))

Ambiente (<https://www.helpconsumatori.it/category/ambiente/>)

Casa (<https://www.helpconsumatori.it/category/casa/>)

Consumi (<https://www.helpconsumatori.it/category/acquisti/consumi/>)

Diritti (<https://www.helpconsumatori.it/category/diritti/>)

Europa (<https://www.helpconsumatori.it/category/news-dalleuropa/europa/>)

Privacy (<https://www.helpconsumatori.it/category/diritti/privacy/>)

Salute (<https://www.helpconsumatori.it/category/salute/>)

Soldi (<https://www.helpconsumatori.it/category/soldi/>)

Tech (<https://www.helpconsumatori.it/category/tech/>)

Tendenze (<https://www.helpconsumatori.it/category/tendenze/>)

Viaggi (<https://www.helpconsumatori.it/category/viaggi/>)
- f

t