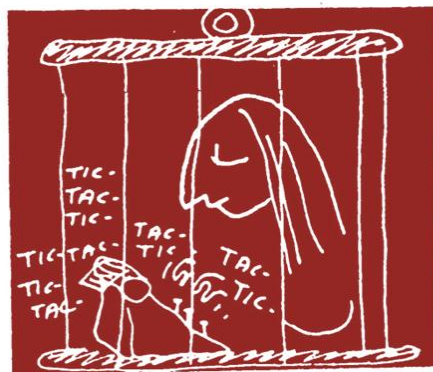


La stampa è «terra di frontiera» per le donne

Informazione spazio da occupare



Il mestiere di giornalista, che fatica!

«Signorina, con chi posso parlare della redazione?»
«In questo momento ci siamo io e un mio collega»
«Bene, mi passi il suo collega».

Il riferimento a questa breve conversazione, realmente avvenuta, non è casuale. Anzi. La naturalezza, l'immediatezza e la continuità con la quale avvengono questi dialoghi danno l'esatta misura della considerazione nella quale il lettore tiene la donna che lavora in redazione. Di fronte a una voce femminile, superato il primo momento di imbarazzo, l'interlocutore ritiene di avere a che fare, o con una segretaria personale (chi più di una segretaria, sembra «meritare» da sempre, l'appellativo signorina!) o solitamente preferisce rivolgersi al professionista uomo, chiunque esso sia, di qualunque settore si occupi.

In realtà è evidente che la donna come «operatrice d'informazione» è per il profano (e non solo per lui, bontà sua) figura poco credibile, e certamente poco «affidabile». E' sempre difficile per chi è esterno al giornale e lontano dai meccanismi redazionali, credere che la donna sia in grado di assumersi incarichi di responsabilità, tradizionalmente patrimonio maschile. Il pubblico di solito ritiene e concepisce la redazione di un giornale come un complesso meccanismo (reamo) in cui padrone (sovrano) è l'uomo, per capacità, impegno disponibilità; più spesso, per intelligenza e abitudine a sopportare situazioni difficili o imbarazzanti (le croniste di nera, a tutt'oggi, si contano sulle dita di una mano).

Insomma, si pensa, l'informazione quotidiana, quella che nasce e muore nello stesso giorno, quella dei ritmi frenetici e delle notti in redazione e tipografia, quella che è misura vera della capacità di adattamento a qualsiasi novità o avvenimento, questa informazione difficile e divaricante, è prerogativa e regno incontrastato dell'uomo.

Di esempi che riescano a dimostrare il contrario ce ne sono pochi. Nei quotidiani il rapporto numerico giornalisti - giornalisti è nella maggior parte dei casi sfavorevole alle prime. E quando invece la presenza delle donne, per politica editoriale o per effettiva «apertura» delle singole direzioni, è più consistente, resta ugualmente loro precluso l'accesso di fatto, a settori tradizionalmente affidati nelle sicure mani maschili. E' molto più consueto «rinvenire» nelle redazioni professioniste che finiscono per occuparsi di «problemi di costume» o di questioni strettamente «femminili» (aborto, divorzio, contraccezione ecc. e perchè no? inserti sulla DONNA) piuttosto che di economia o politica internazionale.

E' un dato umiliante, perchè ingiustificato (se non dal punto di vista dell'«oscurantismo» intellettuale) che investe la politica editoriale e gli organici redazionali, di tante e tante testate.

In questo senso, e in questa regione, «Quotidiano» rappresenta una realtà abbastanza diversa, e nuova, soprattutto se si considera la situazione del resto della stampa locale. A Taranto, ed è l'esempio più inquietante, nell'ambito delle strutture redazionali di tre quotidiani, esiste una sola redattrice, quella del nostro giornale. Analoghe le situazioni a Brindisi e a Lecce. Inoltre, l'esempio di «Quotidiano» risulta atipico anche se si prendono in considerazione le mansioni affidate alle redattrici che comunque non vengono relegate nei ruoli che il loro sesso richiederebbe.

E allora, se gli editori e le strutture dirigenziali dei quotidiani continuano ad operare quel tipo di scelte, perchè meravigliarsi della diffidenza e della scarsa credibilità che le giornaliste ispirano negli osservatori esterni? In realtà, per il pubblico, la donna che sceglie di fare questo lavoro è perlomeno stravagante e originale, sicuramente poco femminile e di conseguenza incapace di essere «completamente» donna, cioè soprattutto moglie, madre e casalinga.

All'interno delle redazioni se non si può parlare di diffidenza persiste però una sorta di bonario paternalismo (che ammiccamenti affettuosi, certe volte!); anche tra i colleghi si avverte insomma il resistere di una mentalità troppo radicata per essere superata senza traumi.

Quando un gruppo di donne, esterne al giornale, ha proposto di realizzare per l'otto marzo un inserto autogestito chiedendo la collaborazione di quelle che lavoravano in redazione, l'iniziativa è stata accolta sulle prime con entusiasmo. «Ma facciamole parlare queste donne, in fondo è la loro festa!» Gli ignari non potevano supporre che l'inserto l'avremmo fatto veramente, con impegno e autogestito. Che insomma si sarebbero rispettate le regole, la puntualità che si sarebbe LAVORATO.

Le file dei colleghi spesso sbandavano di fronte alle riunioni, al dilagare delle donne in redazione, allo spazio che si erano prese. Goffamente entravano nelle stanze dove si lavorava, con il solito corredo di scuse, ma più spesso di battute poco intelligenti e volgari. La sensazione era che si dovesse dimostrare ad un pubblico sofisticato che in fondo si era capaci anche di curare e autogestire sedici pagine di un quotidiano.

Ma tant'è: ecco le sedici pagine. Sono state regalate o ce le siamo davvero prese?

donna





Inchiesta su cosa leggono e comprano le donne del Salento

Fotoromanzi per sognare

«No, lei non legge», e così lui l'ha tirata via, senza darle la possibilità di replicare. Per fortuna non per tutte le donne cui ci siamo rivolte è stato così. Anzi, nella maggior parte dei casi si è potuta notare la più ampia disponibilità al confronto, anche se un'indagine, per la schematicità stessa delle domande, può apparire fredda.

Ci siamo avvalse nella nostra analisi di una precedente inchiesta condotta tra giugno e luglio a Lecce e provincia in seguito alle elezioni politiche e di numerose interviste svolte in questi giorni fra le donne leccesi.

I giornali in quell'occasione furono suddivisi (distinzione che anche noi abbiamo ripreso) in quotidiani, settimanali - periodici, giornali femminili, periodici locali. La frequenza di lettura è stata poi distinta in: sistematicamente, saltuariamente, raramente, mai.

Un primo risultato ci ha colpito: le donne, contrariamente ad un'immagine riproposta all'infinito dai rotocalchi e dalle inchieste, non leggono in prevalenza i cosiddetti giornali per sole donne, anzi, dall'indagine risulta che su un campione di 106 donne, circa il 19% legge sistematicamente quotidiani, il 33% legge normalmente settimanali e periodici, e circa il 18% legge giornali tipicamente femminili. La differenza cresce se si va a considerare quelle donne che per mancanza di tempo od altro leggono saltuariamente. In questo caso il 30,2% preferisce la lettura dei quotidiani, il 22% quella di settimanali e periodici, e il 19% quella dei giornali femminili. Molto bassa, nell'un caso e nell'altro (circa 5,8% e il 4%) la lettura dei giornali locali, settimanali e quotidiani. Per la donna è molto più facile, specie per la casalinga, «saperne qualcosa di più» attraverso le radio (molto ascoltate quelle locali) e la televisione.

Strano, dunque, può sembrare il fatto che ad essere meno letti risultino quei giornali che, nel bene e nel male, si

Campione: 106 donne								
	Quotidiani		Settimanali Periodici		Giornali femminili		Periodici locali	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Sistematicamente	20	19,00%	35	33,00%	19	18,00%	6	5,80%
Solo in occasioni particolari	11	10,40%	1	0,94%	1	0,94%	2	1,90%
Saltuariamente	32	30,20%	23	21,70%	20	19,00%	4	3,80%
Raramente	1	0,94%	2	1,90%	11	10,40%	1	0,94%
TOTALE	64	60,40%	61	57,50%	51	48,00%	13	12,20%
Non leggono	42	39,20%	19	18,00%	55	50,20%	80	75,50%

Abbiamo condotto l'indagine su un campione di 106 donne (Lecce e provincia) di diversa estrazione sociale e inserimento lavorativo. Dall'analisi sulla lettura degli organi di informazione più comuni (quotidiani, settimanali, periodici) sia pure sommaria, è scaturita una percentuale notevolmente alta di «non lettura».

riferiscono esclusivamente alle donne. Strano, ma non troppo. Nella maggior parte dei casi, infatti, l'informazione è importantata dall'esterno: padre, marito e figli «portano» a casa la stampa mogli, madri e figlie poi leggono. L'informazione è dunque subordinata e condizionata da interessi estranei alla donna.

Diversa è la situazione per quanto riguarda la lettura del fotoromanzo. Fruito indistintamente da casalinghe, donne al lavoro (specialmente impiegate), studentesse, (ma in maniera molto minore) sembra essere «il momento dell'evasione», e l'alibi che in questo modo ci si crea per poter «sognare».

«Non ho tempo», ci si sente ripetere, e possiamo benissimo immaginare quanto tempo libero può restare ad una casalinga o ad una donna che lavora fuori e dentro casa. Il fotoromanzo, il settimanale, «Oggi» o

«Gente» che sia, vengono così ad essere identificati come momento distensivo, di pausa e di evasione.

Ma anche l'informazione testimonia l'evolversi della donna, e questo è emerso non solo dalle interviste con le studentesse, ma anche con altri. E' positivo, infatti, che vengano rivolte delle critiche ai mezzi di comunicazione, critiche non evasive e generalizzate, ma puntuali, precise. Se le studentesse leggono i giornali che già trovano a casa, non significa che ciò avviene, almeno nella maggioranza, dei casi in modo acritico: «Leggo spesso, anche se saltuariamente, quello che mio padre compra, ma perché sono giornali che interessano anche me, gli stessi che io comprerei. Altrimenti non li leggerei». E' una frase abituale, che testimonia di un'autonomia che in questo campo sta emergendo. «I giornali locali sono carenti di un'informazione completa, caratterizzati da un certo provincialismo, spesso danno una visione parziale delle cose. Così, se proprio bisogna comprare scelgo un quotidiano nazionale». La stampa nazionale soddisfa maggiormente dunque, ma non in tutto, così come i settimanali. Molta pubblicità, (e le lamentele sull'uso del corpo della donna in questo settore, anche sui giornali dalla parte della donna, sono numerose) e scarsa imparzialità nelle notizie, a volte considerate poco numerose.

Nasce, a questo punto, in alcune, l'esigenza di un giornale, quotidiano o settimanale, diverso, più completo e obiettivo, un mezzo d'informazione che possa realmente diventare punto di riferimento per realtà diverse e molteplici.

Sentire il bisogno di informarsi in un certo modo può rappresentare, anche se molto lentamente e in situazioni ancora di subalternità, un significativo «no» all'ambiguità con cui ancora oggi la maggior parte dei giornali si rivolge alla donna.



In tipografia ci siamo anche noi

Quella che stiamo vivendo è un'esperienza senza dubbio stimolante e interessante. Un Quotidiano locale e popolare serve a smuovere il secolare torpore della nostra provincia come anche, per la capacità continua di rinnovarsi, a cercare nuovi temi che interessano i giovani e il pubblico. L'iniziativa editoriale del Quotidiano ha permesso poi ad un certo numero di donne l'inserimento nel mondo del lavoro, un lavoro forse diverso dal solito, spesso, entusiasmante e gratificante sul piano psicologico. Nei giornali in genere il numero delle donne tipografe è molto limitato rispetto a quello dei loro colleghi uomini; come si sa la conquista di un lavoro da parte di una donna non è cosa semplice. Esistono sul nostro conto pregiudizi saldamente radicati; nei giornali le donne non debbono occuparsi di «cose serie», inoltre, non portano altro che confusione e inefficienza.

L'emancipazione del mondo femminile ottenuta in tanti altri settori della società non è ancora riuscita ad imporsi in un ambiente quale quello della tipografia. Spesso veniamo ritenute inadatte alle responsabilità e ai compiti gravosi; ci si giudica troppo emotive, troppo razionali, pronte a lasciarsi commuovere o entusiasmare, poco ferme nel guidare i componenti della tipografia, incerte nel pesare l'importanza dei fatti, incapaci di valutare molti problemi. In un settore saturo di lavoratori maschi e ricco di disoccupati o sottoccupati come è quello giornalistico - tipografico italiano, le donne sono tutt'altro che favorite quando si tratta di conquistare o di conservare un posto di lavoro: anche se sono efficienti quanto un uomo e se vengono utilizzate come un uomo.

La situazione reale dell'organico tipografico del Quotidiano di Lecce sembra sfatare queste nostre considerazioni di carattere generale. L'inserimento di donne in tipografia non è stato per nulla osteggiato, anzi ha trovato un riscontro positivo nei colleghi uomini.

Diremmo che addirittura si è creata una certa reciproca solidarietà che fa ben sperare anche per il futuro. Tutto questo per noi, rappresenta una conquista che certamente è costata particolare e comprensibile fatica, ma che costituisce senza dubbio un merito per il giornale in cui lavoriamo.



www.generazioni.net

donna

