

## COMUNICATO STAMPA

### DIVERSITY MEDIA AWARDS:

**PRESENTATI GLI “OSCAR” ITALIANI PER I MIGLIORI CONTENUTI MEDIA, CINEMA, TV E PUBBLICITÀ SUI TEMI LGBT:**

**IN NOMINATION TRA LE FICTION UN POSTO AL SOLE, PER LE SERIE STRANIERE GREY’S ANATOMY, TRA I PROGRAMMI TV CHE TEMPO CHE FA E PECHINO EXPRESS. TRA I PERSONAGGI DELL’ANNO MIKA, BARBARA D’URSO, FEDEZ**

Milano, 20 Gennaio 2016. È stata presentata oggi a Milano la prima edizione dei **Diversity Media Awards**: il progetto, a cura di Diversity – l’associazione guidata da Francesca Vecchioni e impegnata nell’abbattimento delle discriminazioni –, per la prima volta premia i migliori contenuti mediatici italiani (TV, radio, cinema, pubblicità e web) che nell’ultimo anno hanno contribuito ad una corretta rappresentazione delle persone e tematiche LGBT.

*“Tutto il mondo della comunicazione ha una grandissima responsabilità, perché entra direttamente nelle case degli italiani e influisce sull’immaginario collettivo” commenta **Francesca Vecchioni, Presidente di Diversity e ideatrice di Diversity Media Awards**. “È fondamentale rappresentare correttamente le persone LGBT, perché il modo in cui il tema viene trattato influenza sia la costruzione dell’identità delle persone stesse, che la loro percezione nell’opinione pubblica e coinvolge in maniera determinante la misura del rispetto degli individui. Parlare di queste tematiche non riguarda solo le persone LGBT e i loro familiari, ma è un lavoro sulla discriminazione in generale, un modo concreto di interrogarsi sulla dimensione della dignità umana: serve quindi al benessere e allo sviluppo della società intera”.*

**Piefrancesco Majorino, assessore alle Politiche Sociali e Cultura della Salute del Comune di Milano**, ha commentato: *“La cultura della libertà e dei diritti passa anche attraverso iniziative come queste. Laddove è in gioco il diritto a essere come si è, venendo riconosciuti e non discriminati”.*

Durante la conferenza sono state annunciate le **nomination dei premi per i migliori contenuti mediatici sui temi LGBT**, che saranno assegnati il prossimo maggio. Le nomination derivano dal **Diversity Media Report**, ricerca di Diversity anch’essa oggi presentata e **condotta dall’Osservatorio di Pavia, 2BResearch e da alcune delle principali Università italiane**. La ricerca ha analizzato per la prima volta come sono stati trattati i temi LGBT all’interno dei contenuti mediatici, dai telegiornali (2005-2015) alle trasmissioni tv e radio, dalle serie italiane e straniere ai film e alle pubblicità (2015). **Le votazioni dei vincitori finali saranno aperte a tutti dal 1 aprile sul sito [www.diversitylab.it](http://www.diversitylab.it)**

Il video-promo dell’evento e tutti i materiali stampa sono scaricabili nell’area press del sito.

I Diversity Media Awards godono del sostegno di **Google**, in qualità di sponsor, e di **Discovery Italia** come media partner.

## LA RICERCA: Diversity Media Report

Per la prima volta in Italia la ricerca ha analizzato quantitativamente la trattazione dei temi LGBT all'interno dei contenuti medial, dai telegiornali (2005-2015), e qualitativamente per il 2015 le trasmissioni radio e tv fino, le serie italiane e straniere, i film e le pubblicità, da quest'ultima nascono le nomination.

### DMR Informazione

Negli ultimi dieci anni sono state trasmesse 1.611 notizie a tema LGBT, con un trend in costante crescita. Nel primo semestre 2015 sono state trasmesse 142 notizie a tema LGBT, con picchi a marzo (polemica tra Elton John e gli stilisti Dolce&Gabbana), maggio (Giornata internazionale contro omofobia e transfobia); giugno (Onda Pride a Roma, Milano e molte altre città).

Riguardo ai **temi** affrontati, unioni civili e matrimonio coprono quasi un terzo dell'agenda LGBT (28,9%), seguite da discriminazione (24%) ed eventi di cronaca nera (13,9%). La maggior parte delle notizie ha una **fonte** politica (25,4%), e riferisce quindi dibattiti, posizioni, decisioni politiche su temi LGBT in Italia e all'estero. Seguono fonti giuridiche (es. sentenze) con il 19,2%. Anche la società civile (eventi come il Pride) con il 16,3% ha un peso rilevante, così come la cronaca nera (17,5%).

In generale, i temi LGBT sono **marginali** nell'agenda dei TG italiani (0,3% del totale), ma l'analisi evidenzia un **trend in crescita**, confermato nel primo semestre 2015 (0,7% del totale). La comunità LGBT riesce a entrare nell'agenda dei TG italiani prevalentemente in occasione di eventi come il Pride ma rimane una fonte secondaria.

Nelle cronache giornalistiche, i temi LGBT emergono soprattutto al traino dell'agenda politica o in seguito a episodi di discriminazione; spesso sono trattati come opinioni anziché raccontati come realtà di fatto; ma, come emerge dalla ricerca, i temi LGBT sono sempre più presenti sui media italiani e a dieci anni dal 2005 la popolazione LGBT sembra fare un po' più notizia e meno paura.

*"In Italia i TG rimangono la fonte d'informazione principale. E hanno il potere di dare rilevanza o meno a certi temi, eventi o persone"* ha commentato **Monia Azzalini, Responsabile ricerca DMR Informazione - Osservatorio di Pavia**. *"L'analisi di 10 anni di TG Rai e Mediaset dimostra che le questioni LGBT hanno avuto una copertura altalenante, al traino della politica. Gli anni più recenti evidenziano un trend in crescita. In particolare il 2015, con un picco di news sui diritti civili. Occorrerà continuare il monitoraggio per verificare se si tratti di un dato contingente, correlato al dibattito in corso su unioni civili e adozioni, oppure il segnale di una maggiore sensibilità mediatica verso una comunità rimasta per lungo tempo pressoché invisibile"*.

### **DIVERSITY MEDIA REPORT: i temi LGBT nell'Entertainment**

Secondo la ricerca, il tema LGBT è trattato in modo ancora quantitativamente poco significativo dal **cinema** e dalla **fiction italiana** (19 titoli per il cinema; 5 titoli per la fiction italiana). Dal punto di vista qualitativo, però, il tema è stato trattato in modo positivo e forte. In particolare, il **cinema** ha visto la rappresentazione di storie in cui il tema dell'identità è centrale, focalizzato a volte sul sé (es: **Io e Lei**), a volte sulla famiglia (es: **Né Giulietta né Romeo**), a volte sulla ricaduta sociale (**Vergine Giurata**).

La **fiction italiana** fa pensare a una maggiore integrazione, perché i temi LGBT appaiono già incorporati nella "quotidianità" del racconto: ad esempio, **Un posto al sole** (Rai Tre), che applica la sua ottica di vicinanza al reale senza distinzioni; **È arrivata la felicità** (Rai Uno) che usa i codici della rassicurante serialità familiare italiana anche

raccontando la storia di due mamme; **Ragion di Stato** (Rai Uno) che rappresenta come dato di fatto l'omosessualità della protagonista.

Le **serie straniere trasmesse in Italia** sono il miglior esempio di trattazione dei temi LGBT: tra queste **Grey's Anatomy** (La7) offre uno spaccato di vita personale e professionale legato all'orientamento di una delle protagoniste; **Beautiful** (Canale 5) ha saputo raccontare in modo equilibrato il coming out di un personaggio transgender; **Faking It** (MTV8) è rilevante per un target giovane che può vedersi rappresentato.

Anche i **programmi TV** iniziano a trattare più spesso il tema, con esempi positivi nelle trasmissioni come **Che tempo che fa** (Rai Tre), **Pechino Express** (Rai Due) e **Italia's Got Talent** (Sky). Programmi come **Sconosciuti** (Rai 3) e **Vite Divergenti** (Real Time) costituiscono i primi importanti tentativi di un reale approfondimento sul tema, che non usano l'omosessualità e la transessualità solo come cifra di coloritura dei personaggi.

Tra le trasmissioni radio, gli esempi più positivi di trattazione di temi LGBT sono **Caterpillar AM** (Radio 2); **Lateral** (Radio Capital); **Pinocchio** (Radio DeeJay).

**Nella pubblicità** diversi brand iniziano a comunicare in modo più inclusivo. Esempi emblematici in questo senso sono il secondo episodio del coming out a tavola raccontato da **Findus** in **Microonde e gustose sorprese**, la carrellata di affetti all'italiana in **Milioni di passioni** in **Tim Vision**, e le **Buone Feste dalla Famiglia Frozen** della campagna **Disney Junior** dedicato a bambine e bambini e alle loro famiglie.

Infine, sei personaggi si sono distinti come portatori di una corretta visione del mondo LGBT: le conduttrici **Barbara d'Urso** e **Daria Bignardi** e tre celebri rappresentanti del mondo della musica, **Laura Pausini**, **Fedez**, **Mika** e **Tiziano Ferro**.

*“Mai come oggi i media sono profondamente correlati con le identità, individuali, collettive e di gruppo”* ha commentato **Maria Luisa Bionda, responsabile ricerca DMR Entertainment - 2B Research**. *“Proprio per questo legame - fondamentale oggi più di ieri - è determinante una rappresentazione piena e completa delle “diversità”. Solo in questo modo sarà infatti possibile per l'individuo una piena realizzazione ed una libera costruzione della sua identità privata e sociale”*.

*“La ricerca è importante non solo per il 'contenuto' ('quale' e 'quanta' visibilità dedicano i media alla presenza di persone LGBT nel nostro Paese) ma anche per l'utilizzo di specifici e imparziali criteri di analisi grazie al coinvolgimento di numerose università italiane, che hanno altresì garantito il carattere interdisciplinare dei risultati della ricerca”* ha commentato **Tiziana Vettor, Direttrice del Centro Interdipartimentale per gli Studi di Genere - ABCD Università di Milano-Bicocca**.

## **DMA - Diversity Media Awards: le nomination**

### **CINEMA - Miglior Film Italiano**

Io e lei (Produzione Indigo Films)  
Né Giulietta né Romeo (Produzione Pigra)  
Vergine Giurata (Vivo Film e Colorado Film)

### **RADIO - Miglior Programma**

Caterpillar AM - Radio2  
Lateral - Radio Capital  
Pinocchio - Radio DeeJay

### **PUBBLICITÀ - Miglior Campagna**

Buone Feste dalla famiglia Frozen - Disney Junior  
Microonde e gustose sorprese - Findus (Havas Worldwide)  
Milioni di passioni - Tim Vision (Leagas Delaney)

### **TV - Miglior Serie Italiana**

È arrivata la felicità - Rai Uno (Produzione Publispei)  
Ragion di Stato - Rai Uno (Produzione Rai Fiction e Cattleya)  
Un posto al sole - Rai Tre (Produzione FremantleMedia Italia e Rai Fiction)

### **TV - Miglior Serie Straniera**

Beautiful - Canale 5  
Faking it - MTV Next e MTV8  
Grey's Anatomy - La7 e Fox Life

### **TV - Miglior Programma**

Che tempo che fa - Rai Tre  
Italia's Got Talent - Sky Uno  
Pechino Express - Rai Due  
Sconosciuti - Rai Tre  
Vite Divergenti - Real Time

### **WEB - Miglior Produzione Video**

10percento Badhole Video  
Fuori!  
The Jackal

### **PEOPLE - Personaggio dell'anno**

Barbara d'Urso  
Daria Bignardi  
Fedez  
Laura Pausini  
Mika  
Tiziano Ferro



Contatti stampa **Diversity Media Awards** - Diversity  
www.diversitylab.it  
dma@diversitylab.it  
ricerca@diversitylab.it  
stampa@diversitylab.it

CON IL PATROCINIO



SPONSOR



MEDIA PARTNER



DIVERSITY