**DIVERSITY MEDIA REPORT 2019**

**INTRATTENIMENTO**

*a cura di Diversity*

La via tracciata nel 2019 è quella che segue **un'intersezionalità del racconto** *(L'assedio, Profilo di Venti Decido io,* Tampax*)*, segno che il mondo della rappresentazione mediale sta iniziando ad abbracciare una maggiore complessità di storie e personaggi accogliendoli nel pieno della propria identità fatta di molteplici sfaccettature. Allo stesso tempo il concetto di "inclusione" è sempre meno superficiale e sempre più profondo e naturale, grazie alla capacità di intrecciare diversi percorsi in modo spontaneo e per nulla forzato *(La compagnia del cigno).* Una tendenza che è apprezzabile nei molti racconti corali che troviamo, ma assai più significativa e coraggiosa quando caratterizza protagoniste e protagonisti di un prodotto.

Riconfermata una grande attenzione per il mondo femminile *(Volevo fare la rockstar, Fleabag, Made In Italy)*e il mondo LGBT+, una conferma che apre le porte, in particolari casi, al superamento del racconto binario di genere *(Euphoria)*.

Un fronte particolarmente interessante è quello che lega il racconto delle aree di diversity a una tematica spesso limitata da fortissimi tabù, quella della **sessualità**, che inizia a essere affrontata in modo trasversale e lontana dai pregiudizi tradizionali *(Il corpo dell'amore, Extravergine)*.

Se in passato la rappresentazione di una sessualità considerata non convenzionale era legata a uno sguardo spesso pruriginoso e voyeuristico, e per molto tempo il racconto della *diversity* era legittimato solamente su un piano affettivo ed emotivo e non sessuale, nel 2019 si vede una maturità di racconto su entrambi i piani, che acquistano una propria dignità sia se considerati singolarmente sia insieme.

Il 2019 sembra aver inaugurato un passaggio verso uno sguardo più libero, ampio e consapevole.

L'**approccio intersezionale** risulta molto efficace nei prodotti stranieri dove c'è grande capacità di intrecciare tematiche e identità differenti. Tracciando un parallelismo rispetto alla storia della rappresentazione LGBT+, si potrebbe dire che le recenti conquiste ottenute nel racconto dell'affettiva e della sessualità queer hanno aperto, anche nelle altre aree, la strada alla scrittura di **personaggi complessi** e nelle cui storie si intersecano sempre più direttrici narrative. Nel 2018 aveva segnato un importante punto di svolta *Butterfly*, che univa le tematiche di genere a quelle dell'età e dell'infanzia. Nel 2019 il testimone è stato raccolto, fra gli altri, da *Special* (disabilità e omosessualità), *Pose* (genere, orientamento ed etnia)*.*

Dal confronto fra il panorama italiano e quello internazionale emergono diversi focus e rispettivi punti di forza e debolezza. Nel cinema italiano, ad esempio, il racconto della diversità acquista sempre più spazi, anche fortemente centrali, pur restando in una dimensione famigliare e intima *(La dea fortuna, Mio fratello rincorre i dinosauri, La scomparsa di mia madre).* Siamo ormai lontane e lontani dalla narrativa buonista che si poteva incontrare negli scorsi anni, ma la narrazione è ancora molto protetta e limitata a questioni relazionali.

Rispetto agli scorsi anni si sono registrati alcuni progressi anche nel trattare due aree sinora poco considerate, quella della disabilità e quella etnica. Per quanto riguarda la prima, dopo prodotti nominati agli scorsi DMA, come *Be Kind* e *In viaggio con* *Adele,* il cinema ha riconfermato la sua attenzione anche per il 2019 *(Mio fratello rincorre i dinosauri, Tutto il mio folle amore*). Emerge anche una narrazione televisiva libera da paternalismi, e anzi coraggiosa e decisa a smantellare tabù (*Il corpo dell'amore*) e ad allontanarsi da uno sguardo buonista nei confronti delle persone con disabilità (La compagnia del cigno). I prodotti perdono di pietismo per acquistare in realismo, ma resta ancora poco esplorato tutto il mondo delle disabilità invisibili e in particolare del disagio mentale.

Parlando di etnia, in Italia si registra un forte scollamento fra i risultati ottenuti nei programmi tv, più vicini alla cronaca e reattivi alle questioni sociali più attuali, e quelli della fiction, che invece risultano ancora poco capaci di assolvere al loro ruolo di *'specchio della società'*. Una carenza tutta italiana, tanto più significativa in un anno che ha visto prodotti internazionali di altissimo livello *(When they see us, Pose, Watchmen).*

Nel nostro Paese un simile racconto è vivo sul fronte digitale ***(****Fanpage, Le lettere dei napoletani ai migranti in difficoltà) e*in programmi come*Love me stranger*, mentre è risultato quasi assente al cinema e nelle serie tv.

Nella comunicazione pubblicitaria i brand hanno dimostrato di aver capito la necessità di trattare questi temi. Una consapevolezza che però si traduce in comunicazione efficace e credibile solamente quando ciò che viene affrontato è ben rappresentativo del momento sociale, e soprattutto in coerenza con i valori del brand.

In caso contrario ci si trova davanti a prodotti superficiali, percepiti come non autentici e respingenti per il pubblico. Il rischio infatti è che il pubblico, a oggi più consapevole su questi temi, vi veda un'attività di diversity washing, o una mera forma di makeup commerciale.

Nel mondo della pubblicità sono numerosi i brand che si espongono sui social e sul web con contenuti di impatto, quelli che però arrivano fino alla diffusione televisiva sono decisamente meno. Tra questi sono emersi Decido io, Tampax, Voglio, Amazon Echo, #IAMTHESPORT, Cisalfa, Love people, not labels, OVS.