



**La rappresentazione delle donne
nella programmazione televisiva
della RAI – Anno 2017**

INDICE

1. **COMPOSIZIONE DEL GRUPPO DI RICERCA, p. 3**
2. **METODOLOGIA ADOTTATA, p. 4**
3. **RICOGNIZIONE DEI PRINCIPALI STUDI QUANTITATIVI E QUALITATIVI RECENTI SU TELEVISIONE E GENDER, p. 6**
 - 3.1 **Rappresentazioni stereotipate/svilenti del femminile e del rapporto fra i sessi e discriminazioni di genere, p. 6**
 - 3.2 **Rappresentazioni contro-stereotipate e innovative del femminile e del rapporto fra i sessi, p. 8**
 - 3.3 **Rappresentazione della violenza di genere, p. 9**
 - 3.4 **Focus: la violenza di genere negli aggiornamenti legislativi e nella sfera pubblica, p. 10**
4. **LE CRITICITÀ NELLA RAPPRESENTAZIONE FEMMINILE, p. 12**
 - 4.1 **Criteri di valutazione delle criticità, p. 12**
 - 4.2 **Criticità e violazioni registrate nel monitoraggio della programmazione Rai 2017, p. 16**
 - 4.3 **Focus: L'intrattenimento nel daytime, p. 19**
 - 4.4 **Focus: La fiction, p. 21**
5. **TIPOLOGIE DI BEST PRACTICE, p. 23**
6. **ANALISI ESTESA DEI DATI CONCERNENTI LA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE, p. 25**
 - 6.1 **Dati generali, p. 25**
 - 6.2 **Presenza di donne in trasmissione declinata per ruolo/Centralità della figura femminile, p. 27**
 - 6.3 **Stereotipi e discriminazioni, p. 32**
 - 6.4 **Rispetto dell'identità di genere, p. 35**
 - 6.5 **Violazione della dignità femminile (strumentalizzazione, mercificazione, volgarità, offese), p. 38**
 - 6.6 **Riferimenti espliciti a questioni di genere/pari opportunità, p. 41**
 - 6.7 **La violenza di genere, p. 43**
 - 6.8 **Focus: la violenza di genere, p. 45**
7. **IMPRESSIONI DI SCENARIO: CONCLUSIONI CHE POSSIAMO TRARRE DA QUESTO LAVORO E POSSIBILI INDICAZIONI PER IL COMMITTENTE, p. 49**
- BIBLIOGRAFIA, p. 52**

L'immagine di copertina è tratta dall'installazione di Paola Volpato: *Femminicidio. Donne uccise 2015-2017* (2017), Camera dei deputati novembre-dicembre 2017.

Le segnalazioni sono frutto di elaborazioni dell'Istituto sulle quali Rai non ha esercitato nessun tipo di discussione comune e pertanto rappresentano esclusivamente l'opinione dell'Istituto.

1. COMPOSIZIONE DEL GRUPPO DI RICERCA

Il monitoraggio sulla rappresentazione femminile nella programmazione Rai nell'anno 2017 è stato affidato, come quello dell'anno precedente, alla società ISIMM Ricerche s.r.l. a seguito di aggiudicazione del relativo bando. Esso è stato effettuato da un gruppo di lavoro centrato sulle esperienze di ricerca sui media audiovisivi e sui Gender Media Studies svolte nel DAMS dell'Università Roma Tre (Prof. Enrico Menduni, Prof. Elisa Giomi, Prof. Marta Perrotta) e dei loro collaboratori (dottori di ricerca Luca Massidda, Rossella Gaudio, Giacomo Ravesi, Chiara Di Stefano), con la partecipazione del prof. Stefano Gorelli (Statistica sociale, Università della Tuscia). La continuità nell'attività di monitoraggio consente, come vedremo, la possibilità di impilare e confrontare i dati delle annualità 2016 e 2017.

L'attività si articola in due componenti:

- analisi continua della letteratura internazionale sul tema, del complesso delle normative dei vari paesi a tutela della dignità femminile nella programmazione televisiva, delle migliori pratiche di monitoraggio;
- analisi del contenuto di un campione annuale, individuato in costante rapporto con la committente RAI, di 700 trasmissioni, di vario formato e genere, ritenute indicative delle tendenze della programmazione. Il campione può essere aggiornato per accogliere eventuali trasmissioni che suscitino particolari interrogativi, o su richiesta del committente.

L'output del monitoraggio comprende:

- segnalazioni di trasmissioni nelle quali sono state individuate possibili criticità e – per alcune di esse – le relative proposte di violazione, corredate di motivazioni;
- segnalazioni di buone pratiche;
- interim reports;
- il presente rapporto finale annuale.

2. METODOLOGIA ADOTTATA

La metodologia utilizzata è rimasta invariata rispetto a quella adottata per condurre la rilevazione nel 2016. La caratteristica fondamentale della rilevazione – l'utilizzo di una scheda unica di analisi da applicare a tutte le trasmissioni, indipendentemente dalla tipologia di programma – è stata infatti confermata in virtù della sua efficacia registrata nel corso del precedente monitoraggio e al fine di garantire la completa impilabilità dei dati raccolti e la massima comparabilità tra i risultati.

Le ragioni che hanno portato alla scelta di questa soluzione metodologica sono state descritte nel dettaglio nel Report 2016:

Il team di ricerca ha valutato e scartato l'ipotesi di inserire nella scheda unica di rilevazione sezioni differenziate in base alle differenti categorie di programmi da monitorare. La differenziazione avrebbe infatti compromesso o fortemente limitato, anche alla luce di precedenti esperienze condotte con la content analysis e della letteratura di settore, la necessaria omogeneità e confrontabilità dei dati ottenuti.

Adattare le specifiche aree di analisi alle caratteristiche estetiche, narrative e di formato di programmi tanto diversi quanto una fiction, un talent show, un'edizione di TG e un quiz show – per fare solo un esempio – avrebbe prodotto nella raccolta dei dati una forte parcellizzazione, minando la possibilità di svolgere un'analisi comparativa tra generi e di delineare caratteristiche e contorni complessivi dell'affresco femminile offerto dalla programmazione Rai.

Lo sforzo compiuto, pertanto, è andato nella direzione di individuare categorie di analisi sufficientemente "universalistiche" da coprire prodotti TV molto diversi fra loro e allo stesso tempo abbastanza puntuali da garantire in ogni caso un'adeguata restituzione delle complesse e sfaccettate dimensioni (e problematiche) connesse alla rappresentazione femminile all'interno di ciascuno dei generi e formati esaminati. Per individuare queste dimensioni in modo esauriente e tradurle efficacemente in categorie e variabili di analisi si è fatto riferimento ai principali studi di settore (...) con un impianto metodologico assimilabile a quello del presente studio:

- Contesto internazionale: *Global Media Monitoring Project (2015)*, che ogni cinque anni analizza profili professionali e rappresentazione delle donne nei news media di oltre 100 paesi.

- Contesto europeo: *Gender Equality and the Media. A Challenge for Europe* (Ross, Padovani 2017), che raccoglie i risultati dell'analisi della programmazione televisiva di tipo factual (news, documentari, generi del factual entertainment) e l'identificazione di buone pratiche nei 28 paesi membri dell'Unione Europea.

- Contesto nazionale: le ricerche dell'Osservatorio Gemma, istituito presso Sapienza Università di Roma e diretto da Milly Buonanno, che indaga programmi televisivi nazionali di genere fiction, intrattenimento, pubblicità utilizzando metodologie analisi del contenuto. I primi risultati sono pubblicati in M. Buonanno (2014), *Il prisma dei generi. Immagini di donne in TV*.¹

L'analisi del contenuto delle 700 trasmissioni incluse nel campione relativo al 2017 è condotta dunque con una scheda di rilevazione unica, che si applica in maniera esclusiva a tutte e dieci le tipologie di programma monitorate.

La scheda di analisi si compone di 7 specifiche sezioni:

¹ Report 2016, pp. 6-8.

1. ANAGRAFICA (individua il programma monitorato nella sua tipologia, nella rete e nel timing della sua messa in onda).
2. RISPETTO DELL'IDENTITÀ DI GENERE (profili e condotte di derisione, scherno, umiliazione).
3. RAPPRESENTANZA FEMMINILE E RUOLI (analisi quantitativa e analisi qualitativa su numerosità, ruoli e centralità della figura femminile).
4. PRESENZA DI STEREOTIPI E DISCRIMINAZIONI (prevalentemente di genere, ma anche di orientamento sessuale, etniche ecc.).
5. VIOLAZIONE DELLA DIGNITÀ DELLA DONNA (esibizione dei corpi, mercificazione, strumentalizzazione, volgarità, offese).
6. PARI OPPORTUNITÀ (presenza di riferimenti espliciti a questioni di genere e di pari opportunità e modalità della sua rappresentazione).
7. VIOLENZA DI GENERE (presenza di rappresentazioni non corrette o non adeguate della violenza di genere e del femminicidio: descrizioni, comportamenti atteggiamenti volti a ridurre la portata o le responsabilità, o che possono in qualsiasi modo legittimare o minimizzare la gravità di episodi di violenza di genere).

In particolare l'area di analisi sulla Violenza di genere ha acquisito nel 2017 una rilevanza e una centralità determinanti per la valutazione complessiva sulla corretta rappresentazione della figura femminile prodotta dalla programmazione di RAI. Essa infatti prende in esame una tematica la cui attualità e drammaticità è emersa con grande evidenza nell'agenda pubblica, come vedremo, particolarmente nella seconda metà dell'anno in esame. Per queste ragioni, oltre all'analisi dei dati e delle rilevanze emerse (paragrafo 6.7 del presente documento), il Report 2017, nel paragrafo 6.8, dedica a questa specifica issue un focus di approfondimento qualitativo.

Per la selezione dei programmi da includere nel paniere di rilevazione sono stati replicati i medesimi parametri di selezione utilizzati nel corso del 2016. Ancora una volta, questo garantisce la più immediata comparabilità tra i dati relativi ai due consecutivi anni di indagine.

Esattamente come accaduto nel 2016, il periodo di monitoraggio annuale – con esclusione dei mesi di luglio e agosto – è stato suddiviso in 44 unità settimanali di rilevazione. La selezione dei programmi è avvenuta dunque su base settimanale, attraverso l'applicazione alla programmazione RAI delle quattro reti monitorate (RAI1, RAI2, RAI3 e RAI4) di una griglia di selezione delle trasmissioni che incrocia 4 variabili:

1. Giorno di trasmissione (ogni giorno prevede l'analisi di 2/3 trasmissioni).
2. Orario di trasmissione (sono previsti 2 slot per ciascuna fascia oraria individuata dal committente, con la sola eccezione del *prime time* a cui sono riservati 6 slot).
3. Tipologia di trasmissione (tendenza a includere nella rilevazione settimanale almeno una trasmissione per ciascun dei nove generi previsti).
4. Canale di trasmissione (mediamente a RAI1 sono destinati 6/7 slot settimanali; a RAI2 4/5; a RAI3 5/6; a RAI4 1/2).

La variabilità standard della programmazione settimanale – a cui si aggiunge quella straordinaria legata alle caratteristiche peculiari di alcuni specifici periodi di rilevazione (es: la settimana di Sanremo o quella segnata da una tornata elettorale) – impone in ogni caso l'utilizzo di un minimo margine di flessibilità nella composizione *week by week* del campione di trasmissioni da includere nel monitoraggio.

Maggiori dettagli sulla composizione del paniere di trasmissioni relativo all'indagine del 2017 sono offerti nel paragrafo 6.1 del presente Report.

3. RICOGNIZIONE DEI PRINCIPALI STUDI QUANTITATIVI E QUALITATIVI RECENTI SU TELEVISIONE E GENDER

Per la ricognizione della letteratura di settore sono stati presi in considerazione i principali studi nazionali e internazionali – privilegiando in maniera non esclusiva – i lavori più recenti.

La presente ricognizione della lettura e della reportistica di ricerca di settore non segue un'impostazione per generi televisivi ma per temi:

1. le rappresentazioni stereotipate e/o svilenti;
2. le rappresentazioni contro-stereotipate e innovative
3. le rappresentazioni della violenza di genere;
4. la violenza di genere negli aggiornamenti legislativi e nella sfera pubblica.

In primo luogo, è necessario però sottolineare la mancanza di studi estensivi e di stampo quantitativo come il presente, che siano cioè in grado di restituire i contorni generali dell'affresco del femminile e del rapporto fra i sessi prodotto dal medium televisivo nella pluralità dei suoi generi e formati. Gli studi cui facciamo riferimento per il versante della rappresentazione sono infatti di tipo qualitativo, dunque più approfonditi, ma inevitabilmente circoscritti a specifici generi o programmi. Vi è invece maggiore disponibilità di studi estensivi volti a misurare effetti e implicazioni di genere associati al consumo di specifiche tipologie di programmi.

3.1 Rappresentazioni stereotipate/svilenti del femminile e del rapporto fra i sessi e discriminazioni di genere

Una delle più ampie e recenti indagini in tema (Keller et al. 2018) prende in esame la TV nel contesto di una più generale riflessione sui media di mainstream, statunitensi e inglesi, e mette in evidenza la persistenza, negli anni, di alcune figure femminili molto stereotipate; si distingue nel panorama editoriale attuale per l'attenzione che pone alla variabile del tempo: il volume mostra infatti come la figura della "ragazza" e della "donna che invecchia" anche nel discorso televisivo siano costruite in modo relazionale, ovvero contrapposte le une alle altre, di norma con implicazioni denigratorie/ridicolizzanti/svalutative per le seconde, soprattutto in relazione alla rappresentazione della sessualità.

Questo e altri studi, condotti in contesti geoculturali diversi, confermano il dato emerso anche dal Report 2016: il comparto dell'intrattenimento, e in particolare del *factual entertainment*, risulta quello più foriero di immagini stereotipate sul piano delle identità di genere e del rapporto fra i sessi. Uno dei pochi studi di stampo quantitativo ha preso in esame uomini e donne protagonisti di docusoap statunitensi trasmesse da MTV tra il 2004 e il 2011, molto popolari anche sulle TV europee e soprattutto tra i giovani, indagandone gli ideali di bellezza e le norme di esposizione del corpo (Flynn et al. 2015). È emerso che nonostante la dicitura di "reality-based", i corpi mostrati sono fortemente idealizzati: curvose e procaci le donne e muscolosi e tonici gli uomini.

La stessa tendenza a portare in scena corpi e orientamenti sessuali "normativi", cioè canonici, si riscontra in studi di stampo qualitativo su popolari makeover shows o docusoap, in cui soggetti che non rispondono ai canoni estetici egemonici o alla sessualità convenzionale vengono inclusi proprio in virtù di queste caratteristiche, che quindi subiscono un processo di

stereotipizzazione e divengono parte integrante del “marketing” dei personaggi (Velazquez 2010; Heller 2014): il fenomeno è molto evidente nei reality-based programs che prevedono una dinamica di sfida, come mostrato, per l’Italia, da Giomi e Perrotta (2016) a proposito di talent show quali *X Factor* e *The Voice of Italy*.

I rigidi canoni estetici nei programmi TV, così come la tendenza a sottorappresentare gli orientamenti sessuali non eteronormativi, costituiscono parte integrante di ciò che negli ultimi dieci anni la letteratura di settore definisce “Heterosexual Script” (Kim et al. 2007). Traducibile come “copione eterosessuale”, si tratta di un concetto sviluppato a partire dalla Script Theory, nata in ambito psicologico e applicata al comportamento umano, e dalla cosiddetta “Teoria della eterosessualità obbligatoria”: quella teoria che sottolinea come la nostra società e cultura educino ad essere eterosessuali. Indipendentemente dalla condivisibilità di questa impostazione, il concetto di “Heterosexual Script” è molto utile ai fini del presente lavoro perché sviluppato proprio come “schema di codifica” della programmazione televisiva, e finalizzato a classificare le rappresentazioni di genere e della sessualità in TV.

Esso definisce un set di rappresentazioni altamente standardizzate e ritualizzate (uno schema, appunto) per le interazioni romantiche e sessuali fra persone di sesso opposto e rimanda anche alla presenza di modelli di ruolo femminile e maschile altrettanto codificati e sostanzialmente diseguali. L’heterosexual script comprende il cosiddetto “doppio standard sessuale”, secondo il quale gli uomini sarebbero maggiormente interessati al sesso e spetterebbe invece alle donne stabilire i limiti della sessualità; fa riferimento a precise strategie di corteggiamento (gli uomini attirano le donne con il potere e le donne attirano gli uomini con la bellezza e la sessualità) e a diverse modalità/gradazioni di impegno nelle relazioni (gli uomini evitano i legami e le donne attribuiscono priorità alle relazioni).

Il primo studio a testare questo schema di codifica ha preso in esame 25 programmi di *prime time* più visti dagli adolescenti negli USA (Kim et al. 2007) e ha evidenziato la preponderanza di maschi attivamente, a volte persino aggressivamente, “a caccia” di sesso e di femmine inclini alla auto-oggettualizzazione sessuale (che miravano, cioè, ad attirare l’attenzione maschile e più in genere a ottenere il consenso degli altri enfatizzando il proprio sex appeal) e più passibili di essere giudicate in base alla loro condotta sessuale.

Sono diversi gli studi pubblicati a partire dal 2015 che utilizzano proprio lo schema di codifica definito “Heterosexual Script”: Kirsch et al. (2015), ad esempio, lo impiegano per analizzare 7 popolari programmi TV americani per bambini, e notano come, sebbene la presenza di questo schema vari, per intensità e diffusione, a seconda dei programmi, ve ne sono alcuni che presentano un tasso di stereotipi di genere identico a quello dei programmi per adulti.

Seabrook et al. (2016) hanno cercato di sviluppare una misura dell’endorsement, cioè della condivisione, della diffusione sociale dello script eterosessuale. Il loro studio indica che il consumo televisivo si associa a un elevato grado di condivisione, producendo implicazioni importanti sul piano della salute sessuale.

Nonostante l’ampia applicazione del concetto di heterosexual script alle rappresentazioni televisive statunitensi, e a una varietà di contenuti e generi mediali, che oltre ai programmi TV includono, ad esempio, riviste maschili (Hust et al. 2016) e pornografia (Bridge et al. 2016) in Europa gli studi che applichino questo costrutto al comparto mediale sono ancora allo stadio embrionale, mentre il concetto di “copioni sessuali” si è finalmente affermato anche nel panorama nazionale (Rinaldi 2017).

3.2 Rappresentazioni contro-stereotipate e innovative del femminile e del rapporto fra i sessi

Gli studi di più recente pubblicazione confermano nella fiction il genere dove più si realizza una dialettica tra conservazione e innovazione: l'affresco femminile e la rappresentazione delle tematiche legate al genere e alla sessualità diviene qui prismatico, e c'è spazio per modelli di ruolo di genere diversificati. Nel contesto europeo, va in questa direzione il volume di Grassi (2016) che analizza le soap opera spagnole e catalane, istituendo spesso un confronto con quelle inglesi. Accanto alla persistenza di modelli familiari tradizionali, e di tradizionali ruoli di genere, evidenti anche nella dicotomica divisione sessuale del lavoro (alle donne i lavori di cura e l'ambito privato, agli uomini la sfera pubblica), alcune delle soap analizzate ridisegnano questi confini e ospitano rappresentazioni decisamente non stereotipate delle identità di genere e delle condotte sessuali, dando spazio anche a quelle non eterosessuali.

Seguendo una dinamica comune al cinema, anche in TV negli ultimi dieci anni si è moltiplicata in modo esponenziale, a livello internazionale, la presenza di donne in ruoli, ambiti e generi tipicamente maschili: dall'horror al fantasy, dallo *women in prison* alla fantascienza, al genere «supereroi», passando per *dark commedie*, *mafia stories*, e, naturalmente, *crime drama* (per una rassegna recente si veda Giomi, Magaraggia 2017).

La letteratura di settore sottolinea, complessivamente, la valorizzazione di capacità, attributi, inclinazioni, interessi e modi di stare al mondo diversi da quelli tradizionalmente ascritti alle donne: queste eroine "anticonvenzionali" si distinguono infatti per intraprendenza e autonomia, determinazione e coraggio, capacità di leadership e autorevolezza, e spesso per scelte esistenziali in cui missioni e valori diversi - lotta alle ingiustizie, conquista, affermazione personale, passioni individuali - prevalgono su progetti tradizionali (matrimonio, figli, ecc.) oppure coesistono con questi (Buonanno 2017; per l'Italia si vedano inoltre alcuni recenti studi di caso: ad esempio su *Quo vadis, baby?* [Scaglioni, Barra 2013], *Squadra Antimafia* [Buonanno 2014] e *Gomorra* [Samul 2017]; [Antonello 2016]; [Di Bianco 2016]). Un aspetto negativo comunemente individuato dalla letteratura è invece la tendenza a enfatizzare la bellezza e il sex appeal delle figure femminili anticonvenzionali, leader in ambiti tradizionalmente maschili, come strategia principale del loro "addomesticamento" e riconduzione a modelli femminili più familiari al pubblico.

Una menzione a parte riguarda il genere *crime*, il poliziesco: se le soap opera, data la loro materia narrativa, ben si prestano all'esplorazione dei ruoli familiari, delle relazioni interpersonali e sentimentali, e a inquadrare la figura femminile nella dimensione privata e personale, le fiction *crime* offrono uno spaccato della rappresentazione delle donne nella sfera pubblica e professionale. Negli ultimi anni, a livello europeo, sono moltissimi i titoli che hanno portato in scena donne detective/poliziotte a capo di intere squadre, registrando grandi successi di pubblico e originando varianti tutte europee - il *Nordic Noir* (o Scandinoir), ambientato nei Paesi scandinavi, cui è seguita il *Celtic Noir*, ambientato in Scozia e Galles - foriera di profili femminili decisamente tra i più originali e innovativi del panorama TV internazionale.

Una più dettagliata revisione della letteratura sul tema verrà fornita, in questo report, all'interno del focus tematico sulla fiction di produzione Rai. Per adesso basti notare come neppure questo comparto sia esente da criticità: ad esempio, la difficoltà a mettere in scena modelli femminili capaci di vivere pienamente più dimensioni, ricadendo nello stereotipo - che interessa tanto le italiane quanto le colleghe straniere - della donna interamente votata al lavoro a detrimento della vita privata [Leonzi 2014, 102-103]; o, ancora, la mancata tematizzazione del carattere maschilista delle istituzioni di polizia e delle disuguaglianze di

genere sul posto di lavoro, cosicché la questione del «tetto di cristallo» appare spesso inverosimile e sorpassata [Turnball 2014, 198].

3.3 Rappresentazione della violenza di genere

Lavori recenti illustrano l'emergere, negli ultimi anni, di un immaginario legato alla "violenza sexy" in prodotti mediali mainstream diffusi globalmente e che spaziano dai news media alla TV, dalla pubblicità al cinema ai social media. In particolare, il volume di Parikka (2015) individua una correlazione tra l'incremento della disponibilità di contenuti e piattaforme mediali - TV inclusa - e l'incremento di immagini porno o soft-porno, spesso inserite dentro una cornice di violenza di genere, che ridisegnano e spingono fino all'estremo i tradizionali limiti della oggettualizzazione del corpo femminile. In Italia, Giomi e Magaraggia (2017) registrano lo stesso fenomeno, con riferimento sia al panorama internazionale che a quello italiano, e parlano di "an-estetizzazione" della violenza maschile contro le donne: un processo tale per cui le immagini di abusi fisici o sessuali contro le donne vengono epurati degli elementi più orrorifici e disturbanti e ricodificate in spettacoli godibili e eroticamente connotati. La spettacolarizzazione della violenza maschile contro le donne, e lo sguardo voyeuristico/necrofilo che può esserne incoraggiato, costituiscono uno dei principali problemi per i media audiovisivi come la tv, soprattutto nei suoi comparti fictional.

Informazione, giornalismo e programmi di servizio, in Italia e altrove, pur non esenti da questo fenomeno, presentano l'ulteriore criticità definita "dell'occultamento simbolico" dell'autore: si tratta della tendenza a corredare la cronaca con immagini delle sole vittime, spesso in posture auto-difensive e di vulnerabilità, rimuovendo la rappresentazione dell'autore e, più in genere, qualunque dettaglio che consenta il riconoscimento della violenza come problema "di genere", cioè come condotta agita dagli uomini - o meglio, da alcuni uomini - contro le proprie (ex)compagne o le donne in genere.

Un problema comune a tutte le tipologie di media e, in TV, a moltissimi generi, riguarda il persistere della tendenza a "romanticizzare" la violenza di genere. Questa tendenza si da in molte forme, che spaziano dalla minimizzazione/giustificazione della violenza, anche letale, inserendola in uno schema di "delitto passionale" (riferimenti a gelosia, a tormenti amorosi dell'autore, ecc.) (Gius, Lalli 2014; Giomi 2013) comune anche nel giornalismo televisivo, fino alla implicita o esplicita riproduzione dei cosiddetti "miti dell'amore romantico": ad esempio l'idea che la violenza costituisca una componente normale, ordinaria delle relazioni di coppia o che in nome dell'amore sia accettabile tanto l'essere maltrattate/i dal partner quanto il maltrattarlo/a, fino alla celebrazione della violenza come cifra dell'intensità emotiva di una relazione.

Anche in questo caso, la maggioranza degli studi disponibili riguardano il contesto statunitense. Mostrano come il *factual entertainment*, e in particolare reality quali *Jersey Shore* (Mtv, 2009-2012), *Real World* (Mtv, 1992-oggi) e *Teen Mom* (Mtv, 2009-oggi) trasformino relazioni sentimentali tormentate e scene di violenza fisica in fonte di intrattenimento, cosicché la violenza agita dagli uomini/maschi verso la propria partner risulta minimizzata o addirittura normalizzata [Liebler *et al.* 2016, 19]. La fiction televisiva è spesso al centro di critiche di questo tipo, che sottolineano il pericoloso "impasto" di romanticismo, erotismo e violenza in serie USA popolari tra giovani e adolescenti, come *True Blood* e *The Vampire Diaries* (Taylor, 2014; Durham 2012).

Recentemente, anche in Europa sono stati condotti studi che hanno verificato la riproduzione dei “miti dell’amore romantico” e dei suoi legami con la violenza nelle rappresentazioni o nella ricezione delle serie TV, come nel recente studio spagnolo di Masanet et al. (2018).

Un genere TV relativamente poco esplorato nell’ottica della violenza di genere è lo sport. Un recente studio (Custers, McNellie, 2016) dimostra, attraverso un’indagine on line su 465 studenti universitari di primo ciclo, che il consumo di programmi televisivi sportivi è indirettamente associato a una più elevata condivisione dei cosiddetti “rape myth beliefs”, cioè false credenze in merito allo stupro (come quella che vorrebbe la vittima corresponsabile della propria aggressione, oppure che si tratti di rapporti a cui la vittima in realtà ha acconsentito, salvo poi negarlo; o infine la credenza che le donne nutrano “fantasie sessuali di stupro”). In particolare, si dimostra come il consumo di programmi televisivi sportivi sia positivamente associato con atteggiamenti noti come “sessismo ostile”, “sessismo benevolo”, oggettualizzazione sessuale delle donne.

“Buone pratiche” nella rappresentazione della violenza di genere, ovvero forme di rappresentazione che possono contribuire a sradicarla, mettendo in discussione gli assunti, i meccanismi e il più generale humus di cui si nutre, provengono dal giornalismo. In ambito europeo, è ancora la Spagna a distinguersi in questo senso, complice la presenza, ormai da molti anni, di una delle misure legislative più avanzate in Europa: la Ley Orgánica 1/2004 de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. Un’analisi dei Tg trasmessi in Spagna tra il 2002 e il 2010 attesta la progressiva transizione dell’inquadramento della Ipv da questione privata a problema pubblico, cui si accompagna la scomparsa di cliché volti a giustificare l’aggressore, incolpare la vittima, minimizzare la violenza contro le donne [Comas-d’Argemir 2015, 129].

Infine, ancora la fiction televisiva, offre un ampio repertorio di buone pratiche: a distinguersi sono quelle fondate sulla “complessità narrativa”, in cui la violenza sessuale è contemporaneamente materia di *storylines* orizzontali e verticali che spesso si intrecciano. In questo modo si creano connessioni tematiche tra abusi di tipo diverso (per mano di estranei, entro relazione intima, in famiglia) ai danni di personaggi femminili diversi, cosicché la violenza maschile nella vita delle donne emerge in tutta la sua pervasività e se ne favorisce una lettura in chiave socioculturale e di genere (Berridge 2013). In ambito europeo, il già citato filone del Nordic Noir si distingue per la lettura “interiezionale”, in cui la violenza di genere si interseca con altre disuguaglianze di potere (di classe, di razza) [O’Neill, Seal 2012, 60]: ad esempio, la differenza di status economico e sociale tra autori e vittime/sopravvissute e tra vittime stesse.

3.4 Focus: la violenza di genere negli aggiornamenti legislativi e nella sfera pubblica

L’anno 2017 ha visto un deciso viraggio, nella sfera pubblica, dal tema delle pari opportunità verso il contrasto alla violenza di genere e particolarmente alle sue forme più gravi e letali: il femminicidio. Il ruolo dei media e particolarmente della televisione nell’educazione contro la violenza, ma anche nel rischio di scatenare processi emulativi, è stato ampiamente riconosciuto – peraltro era una previsione contenuta nel precedente Rapporto 2016 – e ha avuto anche una legittimazione in sede legislativa e normativa. Ci riferiamo in particolare a due provvedimenti: Il primo è il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 aprile 2017, recante lo Schema di Convenzione fra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI per la concessione per il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale. All’art. 1, comma 6, si afferma tra l’altro che “la società concessionaria promuove le pari opportunità tra uomini e donne e assicura il rigoroso rispetto della dignità della persona nonché della deontologia professionale.”

A sua volta l'AGCOM, con la sua Delibera n. 442/17/CONS del 24 novembre 2017, finalizzata a promuovere la qualità della rappresentazione dell'immagine della donna nei programmi di informazione e di intrattenimento, ha fortemente tematizzato il ruolo dei media e vira decisamente sul tema delle molestie, premessa e "grado zero" delle violenze. La deliberazione è assunta, come è scritto testualmente, "considerato che il tema delle molestie a sfondo sessuale – se non affrontato adeguatamente – rischia di perdere connotati informativi per scadere, in alcuni casi, nella colpevolizzazione della vittima che denuncia episodi risalenti nel tempo e in un indiretto attacco alla sua credibilità come persona e come professionista, specie quando la vittima è una donna. Ciò rischia di alimentare immagini stereotipate della figura femminile di successo, permettendo offese alla dignità della vittima in atmosfere televisive da salotto. In altri casi, al contrario, la gogna mediatica, talora alimentata dal *web*, si traduce in processi e ostracizzazioni di altri tempi contro gli asseriti "mostri", con conseguenze anche professionali rispetto a episodi nei quali si confondono, in un calderone fuori controllo, violenze, molestie e approcci comunque inadeguati."

Inoltre l'Autorità rileva "che in relazione alla rappresentazione dell'immagine della donna, si deve considerare che la valorizzazione di una rappresentazione reale e non stereotipata della molteplicità di ruoli del mondo femminile e la promozione di programmi che non inducano ad una fuorviante percezione dell'immagine femminile sono principi tutelati dal vigente Contratto nazionale di servizio tra il Ministero dello sviluppo economico e la Rai-Radiotelevisione Italiana S.p.A. e sono stati precisati anche nel documento recante «*Orientamenti sul contenuto degli ulteriori obblighi del servizio pubblico televisivo, radiofonico e multimediale*» trasmesso dall'Autorità al Ministero dello sviluppo economico il 25 luglio 2017."

Si avverte qui l'eco dei dibattiti che preparavano quello che sarebbe divenuto il Manifesto di Venezia, e che verrà firmato proprio all'indomani della delibera AGCOM, il 25 novembre 2017. Sottoscritto dalla Commissione Pari Opportunità della FNSI, dall'USIGRAI, dall'Associazione Giulia e dal Sindacato Veneto dei Giornalisti, il "Manifesto delle giornaliste e dei giornalisti per il rispetto e la parità di genere nell'informazione, contro ogni forma di violenza e discriminazione attraverso parole e immagini" ha rappresentato una efficace tematizzazione del rapporto fra i media e la violenza contro le donne.

Il 25 novembre, del resto è anche la data della Giornata internazionale contro la violenza sulle donne. Nel 2017, per la prima volta, essa ha avuto un eco particolare nella programmazione televisiva in varie emittenti, Mediaset, Real Time e altre, ma soprattutto nei palinsesti Rai, con un significato simbolico molto forte, anche in coincidenza degli scandali Kevin Spacey e Harvey Weinstein, che hanno aperto un vero vaso di Pandora.

La categoria dei giornalisti ha con evidenza affrontato la questione, anche in sede formativa: si segnalano gli inviti a membri del nostro gruppo di lavoro a partecipare ad iniziative di formazione continua dei giornalisti, ma anche due manualetti su come affrontare i temi della violenza di genere, il primo consegnato alla Rai proprio dal nostro gruppo e il secondo per iniziativa dell'Associazione Giulia (Silvia Garambois, Graziella Priulla, a cura di, *Stop Violenza: le parole per dirlo*, con i contributi di Elisa Giomi e Luisa Betti Dolci, Roma Associazione Giulia, 2017).

Il tema più importante, con cui si inaugura il 2018, riguarda se e come altre categorie di operatori e creativi della tv (non inquadrati in un ordine professionale) si sintonizzeranno su queste tematiche. In particolare questo riguarda l'intrattenimento, ormai congiunto nei documenti ufficiali al giornalismo per l'influenza che può esercitare, ma che non ha mostrato finora, nelle routine produttive e nella programmazione televisiva della Rai, la stessa attenzione dei giornalisti.

4. LE CRITICITÀ NELLA RAPPRESENTAZIONE FEMMINILE

4.1 Criteri di valutazione delle criticità

La rilevazione sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione RAI 2017 conferma nella loro totalità i criteri di valutazione delle criticità già utilizzati nel corso del monitoraggio relativo al 2016:

Sulla base dell'ormai ampia letteratura specializzata, del quadro normativo nazionale ed europeo e delle best practice internazionali, è possibile affermare che concorrono a una rappresentazione adeguata della figura femminile molteplici elementi. I più rilevanti sono:

- a) Una rappresentazione corretta è una rappresentazione capace di rendere giustizia alla realtà e varietà della condizione femminile odierna e al contempo capace di contribuire a migliorarla. Si tratta da un lato di rappresentare adeguatamente la pluralità delle competenze femminili e dei ruoli che le donne svolgono nella vita sociale, culturale, economica, nelle istituzioni e nella famiglia; e, dall'altro, di andare oltre una mera fotografia dell'esistente, per offrire a bambine, ragazze e donne immagini e modelli di ruolo positivi, al fine di colmare le persistenti asimmetrie che ancora penalizzano le donne nel mercato del lavoro cos. come nella sfera pubblica, nella vita culturale e nell'effettiva fruizione di diritti pur sanciti legalmente. Concretamente, questo significa valorizzare ruoli e competenze femminili non solo nei domini tradizionali del privato (famiglia, figli, relazioni interpersonali ecc.) ma anche della sfera pubblica; non solo delle soft news (cronaca bianca, cronaca rosa, costume, gossip, ecc.) e delle cosiddette pink issue (condizione femminile, moda, beauty, arredamento, ecc.) ma anche delle hard news (politica, economica, esteri, attualità, ecc.). Ci. valorizza la ricchezza e capacità delle donne sul piano umano e relazionale, senza tuttavia identificarle con i soli valori di abnegazione personale, sacrificio, maternage: cioè della cura e dell'accudimento degli altri. Significa, infine, denunciare in modo obiettivo i molteplici fattori di rischio e vulnerabilità che interessano le donne in quanto tali (dalla tratta alla violenza domestica, dalle dimissioni in bianco per maternità alla difficoltà di accesso a servizi sanitari/ginecologici di base), evitando tuttavia una narrazione che assegni alle donne il ruolo preferenziale di vittime/sopravvissute.
- b) Una rappresentazione corretta rispetta e tutela la dignità delle donne. Sul piano della cultura visuale, ciò significa evitare l'oggettualizzazione sessuale – cioè, in questo caso, la riduzione delle donne a oggetto di contemplazione erotica o strumento di soddisfacimento di bisogni sessuali – e quindi l'esibizione del corpo laddove ciò non sia pertinente con la funzione e il ruolo narrativo del soggetto; ma anche evitare l'uso del soggetto femminile come "spalla" ed elemento decorativo. Sul piano narrativo significa rifiutare, e anzi stigmatizzare le manifestazioni di sessismo: non solo il cosiddetto sessismo ostile, più raro nella programmazione TV, che consiste in atteggiamenti apertamente aggressivi e misogini, o di disprezzo per le donne; ma soprattutto il cosiddetto sessismo benevolo, ben più diffuso perché culturalmente più accettato, che consiste in forme di scherno leggero ma reiterate, in atteggiamenti di condiscendente tolleranza, bonari, persino protettivi degli uomini verso le donne, e che tuttavia tradiscono la concezione delle stesse come gruppo subalterno, subordinato. Esso è profondamente radicato nell'Italia rurale, attempata, diffidente verso la modernità e le metropoli. E talvolta i copioni e le "scalette" dell'intrattenimento ne sono complici.
- c) Una rappresentazione corretta è una rappresentazione che promuove il rispetto delle pari opportunità fra i generi e denuncia gli ostacoli che di fatto le limitano, evitando che

le differenze di genere o di orientamento sessuale si tramutino in fattori di discriminazione individuale, culturale e sociale. È una rappresentazione che tocca temi sensibili come conciliazione tempi di vita/di lavoro; differenze salariali; rappresentanza politica; autodeterminazione in materia sessuale, riproduttiva, ecc.

- d) Una rappresentazione corretta è una rappresentazione che contribuisce a contrastare la violenza di genere e la cultura che la nutre, fornendo una raffigurazione adeguata del fenomeno, che consenta di individuarne i reali attori, le effettive cause e quindi le possibili soluzioni. Concretamente ciò significa evitare di sovrarappresentare autori di violenza statisticamente rari (gli sconosciuti), e viceversa di sottorappresentare gli autori più frequenti (partner o ex). Significa evitare di fornire giustificazioni o attenuanti all'autore (ad esempio dipingendo lui come "folle" o innamorato, e il suo gesto come frutto di perdita di razionalità, di un "raptus"), di alterazione emotiva ("in preda alla collera"), di "gelosia" o "passione". Una corretta rappresentazione mette invece a tema i modelli di ruolo di genere (la virilità per lui, la passività/docilità per lei), i modelli e le mitologie di coppia che sono proposti sin dall'infanzia, e che nutrendo aspettative irrealistiche rischiano di generare frustrazione da entrambe le parti. È necessario evitare di colpevolizzare la vittima (affermando che "se l' cercata", o che non ha saputo tutelarsi lasciandolo, denunciandolo, ecc.); ed evitare di normalizzare la violenza indicandola come cifra delle relazioni sentimentali o addirittura segno certo di passione.

I criteri sopra esposti ci permettono di individuare le criticità nella programmazione. Rappresenta una criticità il contenuto di una trasmissione che a livello audiovisuale, o anche soltanto visuale o auditivo, si distacca percepibilmente dai criteri di correttezza sopra enunciati. Occorre però individuare anche la relativa gravità delle criticità riscontrate. Criticità infatti non può di per sé significare proposta di violazione perché si deve tenere conto di vari fattori:

1. *La tipologia del programma.* Una criticità in un programma di servizio, a cui il pubblico si rivolge per ampliare e aggiornare le proprie conoscenze e che deve essere ritenuto attendibile e affidabile, è diversa da una criticità nell'intrattenimento, che sta in un contratto comunicativo con l'audience di natura più leggera e più curvata sull'entertainment.
2. *La presenza o meno di stigmatizzazioni, riparazioni o bilanciamenti.* Se l'affermazione e/o il comportamento che contengono una criticità sono stigmatizzati dal conduttore o, in una fiction, da un altro personaggio (anche non immediatamente), non possono costituire una violazione. Né si può chiedere a un villain, al "cattivo" di una fiction seriale, di essere politicamente corretto nelle sue affermazioni e nelle sue condotte; non lo si può chiedere nemmeno a un poliziotto infiltrato in un gruppo criminale, perché deve sembrare villain per essere efficace. Molti personaggi della fiction contemporanea sono ambigui, il mondo dei buoni e dei cattivi non è così separato come nel cinema classico, e la valutazione deve tenerne conto.
3. In particolare nella fiction il comportamento critico può essere bilanciato, in sede di sceneggiatura, da un andamento narrativo che dimostra come quella condotta o affermazione che abbiamo considerato critica sia errata, non rispondente più alla situazione attuale, parziale².

La scelta di lasciare invariati i parametri di valutazione rispetto ai due gradi di problematicità previsti dall'indagine – criticità e violazioni – garantisce ancora una volta la totale comparabilità, in una dimensione sia quantitativa che qualitativa, tra le risultanze emerse nel 2016 e gli esiti

² Report 2016, pp. 9-10.

della rilevazione relativa alla programmazione del 2017 (si veda in proposito il paragrafo 4.2 del presente documento).

I principali criteri di valutazione adottati nel giudicare il livello di correttezza dalla trasmissione inclusa nel campione monitorato nel corso del 2017 possono dunque essere ricondotti all'applicazione di quattro sintetici parametri:

- a) *La capacità della rappresentazione di rendere giustizia alla realtà e varietà della condizione femminile odierna.* Tale condizione è considerata soddisfatta qualora la trasmissione si dimostri in grado di restituire la pluralità delle competenze femminili e dei ruoli che le donne svolgono nella vita sociale, culturale, economica, nelle istituzioni e nella famiglia.
- b) *Il rispetto e la tutela della dignità delle donne.* La valutazione di eventuali violazioni rispetto a questo indicatore sono affidate a un set specifico di parametri: una rappresentazione non pertinente, perché impropriamente oggettivante, del corpo femminile; la riduzione della presenza femminile ad elemento puramente estetico-coreografico; la presenza, sul piano narrativo, di manifestazioni di sessismo (anche "benevolo") non stigmatizzate o addirittura legittimate (qui diventa dirimente, nei programmi non fictional, l'atteggiamento della conduzione).
- c) *La capacità della trasmissione di promuovere il rispetto delle pari opportunità.* L'analisi di questo item si traduce nella valutazione sulla presenza di elementi discriminanti riconducibili ai rapporti di genere. La trasmissione che decide di occuparsi di pari opportunità viene valutata in base alla sua capacità di offrire una rappresentazione virtuosa di alcuni temi sensibili: la conciliazione tra tempi di lavoro e tempi di vita; il *gender pay gap*; la rappresentanza politica; l'autodeterminazione in materia sessuale e riproduttiva.
- d) *La corretta rappresentazione della violenza di genere.* La valutazione della corretta rappresentazione della violenza di genere è affidata a un set complesso e correlato di parametri: le modalità di descrizione del persecutore, della vittima e del rapporto di genere che li lega; la tipologia di frame utilizzato per incorniciare il fatto di cronaca o la storia; le motivazioni (personali, sociali, culturali) richiamate per "leggere" e ricostruire le dinamiche del comportamento violento; il ricorso a un vocabolario e a un linguaggio idonei alla copertura di una tematica così delicata (a partire dall'utilizzo del termine "femminicidio" per segnalare e descrivere i casi in cui la violenza diventa letale ed è agita strutturalmente dentro una relazione di genere).

I criteri sopra esposti ci permettono di individuare criticità (rappresentazione sostanzialmente non corretta) e violazioni (rappresentazione gravemente scorretta) nella programmazione.

La valutazione dei singoli casi tiene conto in maniera programmatica delle differenze che caratterizzano le nove diverse tipologie di programma oggetto del monitoraggio. Il livello di tolleranza rispetto a certi elementi potenzialmente critici e il livello di attenzione che viene richiesto alla singola trasmissione analizzata è sistematicamente ponderato in base alle specifiche caratteristiche del programma osservato. Nei confronti dei prodotti di Fiction e di Cinema si applica un maggior livello di tolleranza nell'applicazioni, ai fini narrativi, di forme stereotipate di rappresentazione della figura femminile; ai programmi di intrattenimento, quando sistematicamente caratterizzati da una comicità orientata al politicamente scorretto o "marcati", anche nel contratto con il pubblico, da una conduzione dissacrante, viene riconosciuta una maggiore libertà linguistica ed espressiva (purché la derisione e la denigrazione del femminile non diventino la cifra stilistica distintiva della trasmissione). Di contro alla macro-area dell'Approfondimento informativo e ai Programmi di servizi viene richiesta, soprattutto nella trattazione di tematiche sensibili come pari opportunità e violenza

di genere, una particolare attenzione e cura nella costruzione del racconto (anche da un punto di vista puramente formale).

Un ultimo elemento di valutazione, determinante, è rappresentato dalla reazione che la trasmissione è capace di attivare nel momento in cui sceglie (soprattutto nel caso dei programmi di sceneggiatura) o si trova involontariamente (più spesso nei programmi con ospiti del macro-genere infotainment) a offrire una rappresentazione lesiva della dignità femminile. La presenza di stigmatizzazioni, riparazioni o bilanciamenti che immediatamente (nel caso dei programmi factual) o nei tempi anche dilatati dell'architettura narrativa (nei casi dei programmi di fiction) sappiano con chiarezza ed efficacia prendere le distanze da un comportamento o una raffigurazione del femminile non corretta è considerato un fattore assolutamente dirimente nella valutazione del programma (a titolo esemplificativo: un intervento efficace di sanzione da parte del conduttore – portavoce dell'azienda RAI – nei confronti di una dichiarazione inopportuna di un ospite, può determinare il giudizio sulla trasmissione, tramutando una potenziale violazione in una virtuosa buona pratica).

Le criticità sono dunque più gravi quando a compierle è un *testimonial* della Rai: il conduttore di una trasmissione, l'intervistatore, il commentatore, tutte figure che il pubblico identifica con l'Azienda. Pur non potendo applicare meccanicamente allo spettacolo di finzione gli stessi criteri, è indubbio che l'eroe positivo di una fiction di grande ascolto e di produzione Rai è in qualche modo un *testimonial* dell'azienda da cui il pubblico può attingere opinioni e orientamenti. È ragionevole chiedere agli autori dei copioni per tali figure, carismatiche agli occhi del pubblico, di non assecondare direttamente o indirettamente atteggiamenti negativi sulla discriminazione e la violenza di genere, come su altre forme di pregiudizio; naturalmente tenendo conto non di un singolo passaggio ma del complessivo andamento e degli sviluppi di una narrazione.

Non si può chiedere ad un ospite (un artista, un giornalista, un esperto, una persona comune) chiamato ad esprimere in video le proprie opinioni di conformarsi in tutto alla visione delle questioni di genere qui esposta; tuttavia deve farlo in modo non offensivo; il conduttore o i conduttori del programma dovranno, nei casi più gravi, intervenire invitando l'ospite a prestare maggiore attenzione e rispetto e/o segnalando che in proposito esistono anche altre opinioni. Tale presa di distanza per essere efficace dovrà coinvolgere – quando la conduzione è plurima – l'intero ticket della conduzione evitando di dividersi tra il più severo e il più concessivo, vanificando così la presa di distanza.

Infine grande ascolto significa anche grande responsabilità. Il fatto, molto positivo, che una trasmissione convochi una audience molto elevata deve essere inteso come una più grande responsabilità nell'orientamento del pubblico, in particolare verso grandi temi etici (e quello della rappresentazione corretta del femminile lo è. Fortunatamente, nessuno in Rai ha inteso equiparare il grande ascolto ad una sfera di autarchia, o peggio di impunità; quasi che qualunque critica, o modifica richiesta, fosse da respingere perché a rischio di inquinare la formula magica e personale che aveva propiziato quel gran successo. Al contrario le varie interazioni con l'azienda a cui il gruppo di monitoraggio è stato chiamato hanno reagito con grande attenzione – su cui ritorneremo – sulle risultanze del monitoraggio.

Le caratteristiche – qualitative (tipologia di pubblico) e quantitative (dimensione) – delle specifiche audience a cui la trasmissione si rivolge, la tipologia del programma e l'eventuale reazione che questo ha saputo attivare in risposta a una rappresentazione non corretta della figura femminile sono tre aspetti che concorrono anche alla selezione del livello di problematicità della segnalazione inviata alla RAI a firma del direttore scientifico: CRITICITÀ o VIOLAZIONE (con relativo semaforo giallo o rosso).

Due criteri in particolare sono applicati per l'identificazione e la classificazione delle VIOLAZIONI. Una trasmissione costituisce violazione qualora:

- a) proponga una scorretta rappresentazione del genere femminile considerata *grave, ingiustificata sul piano narrativo, gratuitamente volgare, non compensata da pronti interventi riparatori*;
- b) presenti una criticità leggera, ma insistita, reiterata più volte nella stessa trasmissione o in altre puntate/episodi dello stesso programma inclusi nel campione monitorato.

4.2 Criticità e violazioni registrate nel monitoraggio della programmazione Rai 2017

La rilevazione sulla programmazione RAI 2017 ha portato alla segnalazione di un numero molto limitato di violazioni: 4 su un campione di 700 programmi, con una percentuale pari all'0,6%. Rispetto allo scorso anno dunque, quando il monitoraggio portò alla segnalazione di 7 violazioni (1,0%), le trasmissioni che hanno offerto una rappresentazione marcatamente scorretta della figura femminile sono diminuite in maniera significativa. Invariato è invece il numero delle criticità segnalate: 10, corrispondenti all'1,4% del campione analizzato.

La tabella 1 riporta le informazioni fondamentali relative alle segnalazioni di violazione. Si nota immediatamente come queste interessino soltanto due tipologie di programma, entrambe oggetto di una duplice segnalazione: Attualità (2) e Intrattenimento (2).

Tabella 1 – Riepilogo VIOLAZIONI 2017

Tipologia di programma	Fascia oraria	Rete	Motivazioni	Reiterazione 2016
Attualità	Day-Time	RAI1	- Utilizzo di un linguaggio scorretto - Presenza di stereotipi - Mancanza di rispetto dell'identità di genere	No
Attualità	Day-Time	RAI1	- Rappresentazione non corretta della violenza di genere	No
Intrattenimento	Late-Night	RAI2	- Esibizione non pertinente del corpo femminile - Presenza di stereotipi	Violazione
Intrattenimento*	Day-Time	RAI2	- Mancanza di rispetto dell'identità di genere - Utilizzo di un linguaggio scorretto - Presenza di stereotipi	Criticità

* Segnalazione cumulativa per due consecutive trasmissioni che presentavano le medesime problematiche.

Le due trasmissioni di intrattenimento, oltre a presentare entrambi più elementi di criticità, mostrano la preoccupante tendenza a reiterare modalità di rappresentazione della figura femminile non corrette. Entrambi i programmi sono stati infatti già oggetto di una segnalazione nel 2016. Nel secondo caso inoltre la segnalazione di violazione è determinata anche dalla ricorrenza dei medesimi elementi di criticità in due consecutive trasmissioni monitorate dal gruppo di ricerca, confermando dunque una propensione "seriale" del programma a utilizzare un frame inappropriato nella costruzione ripetuta di gag e sketch comici gender-based.

Le due trasmissioni di Attualità non erano state invece oggetto di segnalazione nel precedente monitoraggio. La decisione di procedere con una segnalazione di violazione è legata esclusivamente alla gravità delle problematiche riscontrate. Nel primo caso si nota infatti la compresenza di tre fattori di criticità (tutti registrati come *gravi* nella scheda di valutazione

della trasmissione) a cui si aggiunge un atteggiamento di assoluta complicità della conduzione e degli autori alla costruzione di una narrazione fortemente lesiva della dignità femminile. Anche nel secondo caso di Attualità segnalato come violazione, ha pesato nella valutazione l'atteggiamento della conduzione che non ha stigmatizzato, ma semmai tacitamente legittimato, un'interpretazione profondamente scorretta di un episodio di violenza di genere proposta da un ospite in studio. Il giornalista – figura professionale a cui programma riconosce una esplicita autorevolezza – propone infatti una lettura del fatto di cronaca che in maniera assolutamente inappropriata, introduce elementi giustificatori per la condotta violenta, ne marginalizza la dimensione, e spersonalizza l'identità della vittima.

Nessuna violazione ha interessato trasmissioni di prima serata. Tre delle quattro segnalazioni riguardano invece programmi del day-time. Se da un lato questo riduce in termini numerici la dimensione delle audience esposte alla rappresentazione non corretta della figura femminile, di contro mette di fronte a tale inappropriata raffigurazione un pubblico sensibile, come quello familiare, dove sono potenzialmente presenti anche soggetti minori. Già nel rapporto del 2016 l'intrattenimento del day-time era stato presentato come un'area di potenziale rischio; ci pare che questa segnalazione vada reiterata e, probabilmente, rafforzata. Anche l'analisi delle criticità (senza violazione) ci sembra confermarlo.

I dieci casi di sola criticità (senza segnalazione di violazione) interessano invece cinque tipologie di programma (tabella 2): Intrattenimento (5 segnalazioni), Approfondimento informativo (2), Cultura, scienza, ambiente (1), Programmi di servizio (1), Telegiornali (1).

Si nota immediatamente la netta predominanza tra le criticità segnalate delle trasmissioni di intrattenimento. Prendendo in considerazione entrambe le tipologie di segnalazione, la metà esatta dei casi di non corretta rappresentazione della figura femminile sono infatti riconducibili alla categoria dell'*entertainment*. Per quanto riguarda le criticità è in particolare l'intrattenimento di seconda serata a presentare i maggiori problemi (4 dei 5 casi infatti interessando la fascia oraria della notte). Nel primo caso si tratta di una "semplice" ma molto pronunciata mancanza di *gender balance* (3 ruoli femminili significativi contro 36 maschili), che produce nel complesso un effetto fortemente discriminatorio. Negli altri tre casi di intrattenimento notturno, il comune registro comico ricorre, con distribuzione variabile da trasmissione a trasmissione, a tutto un campionario di scorrettezze di genere: rappresentazioni stereotipate, forme più o meno accentuate di derisione, utilizzo di un linguaggio inappropriato e ricorso a inquadrature che inopportuno insistono su un'esibizione estetizzante del corpo femminile senza particolari necessità narrative. Anche per quanto riguarda l'intrattenimento emerge un programma che mostra una preoccupante reiterazione nel riproporre in maniera quasi seriale una rappresentazione non corretta della figura femminile: incorre infatti in due segnalazioni di criticità nel 2017 ed era già stato oggetto di una "sanzione" nel 2016. Solo il registro fortemente satirico di una comicità di tipo talk strutturalmente orientata al politicamente scorretto ha fatto sì che nonostante le reiterazioni le segnalazioni siano rimaste nella categoria della criticità piuttosto che "salire" in quella più grave della violazione. L'unico caso di criticità nell'intrattenimento del day-time è infine paradigmatico per due ragioni: per prima cosa, mostra come in un programma di talk sia determinante nella valutazione la dinamica che si attiva nella relazione tra ospite e conduzione (qui le dichiarazioni molto discutibili e problematiche del primo non vengono in alcun modo contenute da un intervento efficace della seconda); infine, segnala la particolare attenzione e sensibilità che deve caratterizzare la scrittura (e di nuova la conduzione) di quei programmi che ibridano due o più generi (qui siamo nella categoria dell'*infotainment* leggero) e che dunque richiedono la capacità di padroneggiare registri narrativi e tonalità emotive differenti.

Tabella 2 – Riepilogo CRITICITÀ 2017

Tipologia di programma	Fascia oraria	Rete	Motivazioni	Reiterazione 2016
Cultura, scienza, ambiente	Day-Time	RAI3	- Presenza di discriminazioni	No
Intrattenimento	Late-Night	RAI1	- Presenza di discriminazioni	No
Telegiornali	Day-Time	RAI3	- Rappresentazione non corretta della violenza di genere	No
Intrattenimento	Late-Night	RAI1	- Mancanza di rispetto dell'identità di genere - Presenza di stereotipi	No
Intrattenimento*	Late-Night	RAI2	- Mancanza di rispetto dell'identità di genere - Esibizione non pertinente del corpo femminile	No
Approfondimento informativo*	Late-Night	RAI1	- Presenza di discriminazioni	Criticità
Intrattenimento	Day-Time	RAI1	- Presenza di stereotipi - Presenza di discriminazioni - Utilizzo di un linguaggio scorretto	No
Intrattenimento*	Late-Night	RAI2	- Utilizzo di un linguaggio scorretto - Presenza di stereotipi - Mancanza di rispetto dell'identità di genere	No
Approfondimento informativo*	Late-Night	RAI1	- Mancanza di rispetto dell'identità di genere - Presenza di stereotipi - Rappresentazione non corretta della violenza di genere	Criticità
Programmi di servizio	Prime-Time	RAI3	- Presenza di stereotipi - Mancanza di rispetto dell'identità di genere	No

* Stesso programma oggetto di segnalazione in due successive trasmissioni monitorate

Oltre alla fiction di produzione Rai – analizzata nel dettaglio nel focus che chiude il presente capitolo – tre tipologie di programma sono dunque rimaste esenti da segnalazioni di violazioni e criticità:

- Cinema di produzione e/o distribuzione RAI;
- Rubriche sportive;
- Factual.

È comunque possibile trarre delle indicazioni generali rispetto alla singola tipologia di programma che possono servire a rendere nel complesso più corretta la rappresentazione della figura femminile.

Come accaduto già nella rilevazione del 2016 non sono state prodotte segnalazioni di criticità o di violazione relative alla categoria Cinema. La presenza di elementi potenzialmente negativi – la presenza di stereotipi e discriminazioni, la rappresentazione di comportamenti denigratori, l'utilizzo di un linguaggio scorretto, l'esibizione del corpo femminile, la tematizzazione della violenza di genere – è nel complesso limitata e, dove riscontrata, è stata comunque ricondotta a scelte autoriali – di sceneggiatura e/o di regia sostanzialmente corrette.

Il settore delle rubriche sportive, nonostante non si sia registrato alcun caso specifico di trasmissione che per numero, gravità e reiterazione della scorrettezza richiedesse una puntuale segnalazione, è ancora caratterizzato, nel suo complesso, da una marcata mancanza di equilibrio nel numero di donne rappresentate e nella rilevanza del ruolo ad esse riconosciuto. Oltre tre quarti delle trasmissioni sportive monitorate presenta infatti forme più o meno marcate di discriminazione che sono nel complesso riconducibili a una sostanziale mancanza

di *gender balance* e a uno stereotipo – ormai superato dai fatti – che assegna lo sport al genere maschile e alla cultura maschile, con un piglio da spogliatoio del club di calcetto. Al contrario lo sport ha svolto negli ultimi due decenni un complesso lavoro di cooptazione del pubblico femminile; almeno una parte dei campioni dello sport si è resa disponibile a collaborarvi. Sarebbe auspicabile che le trasmissioni sportive lo tenessero in maggior conto.

La categoria del Factual (in cui sono compresi anche i reality show) ha mostrato un importante miglioramento nell'attenzione alla rappresentazione della figura femminile. Lo scorso anno infatti in due occasioni era stati segnalati casi di violazione riconducibili a questo particolare genere di programma (entrambi legati ai format più giovanilistici di talent e reality di prima serata). Nel 2017 invece il Factual mostra andamenti migliori rispetto a tutti i principali parametri di valutazione di potenziali criticità: il rapporto numerico tra presenze femminili e maschili è in assoluto il più equilibrato (46,1% vs 53,9%); l'utilizzo di stereotipi e discriminazione è nel complesso assente o lieve (94,6% di trasmissioni sostanzialmente corrette rispetto a entrambi i parametri); in una sola occasione si è registrata la presenza di una rappresentazione significativa di comportamenti derisori, commenti negativi o altre forme di umiliazione della donna; il corpo femminile non è mai esibito in maniera inappropriata né si fa ricorso nel complesso a un linguaggio marcatamente scorretto nella descrizione delle figure femminili o nell'interazione dialogica con esse; la violenza di genere infine, presente in tre occasioni, è sempre rappresentata in maniera sufficientemente corretta.

La linea editoriale dell'azienda e la sua complessiva capacità di produrre e trasmettere contenuti validi ne escono convalidate. Ciò nonostante, si può – e si deve – fare di meglio. In particolare è auspicabile prestare una maggiore attenzione nella scrittura dei plot narrativi e dei canovacci comici del genere intrattenimento. Tanto nel day-time quanto nella programmazione di seconda serata. Mentre è sostanzialmente al sicuro – anzi protagonista di ottimi risultati in termini sia di ascolti, sia di qualità percepita, sia di rappresentazione e valorizzazione delle figure femminili – l'*entertainment* di prima serata.

È inoltre importante continuare a insistere e a prestare attenzione al consolidamento di una specifica sensibilità aziendale (e istituzionale) di RAI rispetto al tema di una corretta rappresentazione della violenza. Un tema che nel 2017 ha acquisito un'importante centralità, non solo nell'area dell'informazione giornalistica, ma nel complesso della programmazione RAI, sia fictional che factual.

4.3 Focus: L'intrattenimento nel daytime

L'intrattenimento nel daytime ha assunto una importanza crescente nella fidelizzazione del pubblico che rimane a casa. Si tratta di un genere largamente familiare, che trasmette comprensibilmente valori consolidati con una attenzione particolare al pubblico femminile e di età matura. Tuttavia esso è connesso anche al trattamento di talune notizie di cronaca (a cui affida anche la sua connotazione "di servizio") e non è indifferente alla "temperatura" del giorno in cui viene trasmesso, alla prevalenza di notizie rosa o nere, e al tipo di eventi che sono accaduti; anche su questi temi e argomenti si costruisce l'interazione con il pubblico.

Per tutti questi motivi si tratta di un genere di programma che non può essere completamente stabilito in precedenza, anche nella scelta e gestione degli ospiti. La componente informativa, in cui può capitare di imbattersi in temi di spessore etico rilevante, pur in un trattamento leggero, non può essere lasciata soltanto ad una conversazione convenzionale da cui emerge -

anche in conduttori di provata capacità ed esperienza - una conoscenza superficiale dell'argomento, o l'adesione a proverbi e stereotipi tradizionali, o la riduzione del fatto di cui si parla ad una curiosità di cronaca.

Le redazioni dei programmi giornalieri, comprensibilmente impegnate soprattutto nella selezione degli argomenti da trattare e nella preparazione di scalette (talvolta modificate all'ultimo momento), potrebbero considerare con maggiore attenzione gli argomenti sopra enunciati, anche in presenza di una audience familiare, tenendo conto di quanto è stato fatto nei confronti dello stesso pubblico dalla fiction di produzione Rai. Certo la fiction ha in onda tempi più distesi a disposizione per affrontare tali tematiche, e diversamente dalla cronaca è lei a scegliere gli intrecci e i disvelamenti nelle loro dimensioni narrative, tematiche, emozionali; tuttavia ha dato chiari segni di una rivalutazione etica dei temi della vita sociale contemporanea e della storia recente del nostro paese, in una chiave condivisa e non divisiva, dando spazio anche a valori innovativi pur in contesti largamente tradizionali. Forse nell'intrattenimento del day-time una più strategica scelta dei temi potrebbe essere di aiuto. In particolare i conduttori potrebbero evitare di accompagnare la trattazione di tali argomenti restando sul generico, e cioè estraendo battute, qualche volta ormai logore, da un repertorio che risale - senza scomodare la commedia dell'arte - al teatro di varietà. Cioè ad una forma di intrattenimento particolarmente maschile (come temi e come pubblico) che risale agli anni '40 e '50, tempi lontanissimi sul piano del costume e delle tematiche di genere, e certo non da rimpiangere per quanto attiene ad esse.

L'età matura o la condizione non lavorativa che spesso caratterizza il pubblico del day-time non costituisce una ragione sufficiente per non adeguare in pieno queste trasmissioni agli standard di correttezza propri dell'Azienda; al contrario tali trasmissioni potrebbero costituire un elemento importante di socializzazione per un pubblico che rischia di rimanere fuori, anche per una possibile scarsa alfabetizzazione informatica, dal circuito dell'informazione, da Internet e dai social: dalla sfera pubblica nella sua forma attuale.

Particolare è poi il caso dell'Approfondimento informativo. Entrambe le trasmissioni segnalate infatti fanno riferimento a due diverse puntate dello stesso programma. Un programma che però mostra una peculiare tendenza a reiterare modalità non corrette di rappresentazione dell'universo femminile. Già nel 2016 infatti il medesimo titolo era stato segnalato per la sua propensione discriminante a valorizzare nel commento della più calda attualità politica un punto di vista quasi esclusivamente maschile. La prima segnalazione del 2017 conferma questo strutturale difetto di impostazione. La seconda segnalazione invece è determinata da motivazioni del tutto differenti: un "cast" assolutamente bilanciato, nel commentare a partire dal caso Weinstein il fenomeno delle molestie sessuali nel mondo dello spettacolo, traduce un atteggiamento legittimamente garantista in un frame condiviso di delegittimazione delle presunte vittime, di cui vengono messe in dubbio credibilità e attendibilità, producendo così un potenziale effetto di rivittimizzazione. La conduzione non interviene in modo significativo per correggere o almeno riequilibrare questa discutibile e parziale interpretazione dei fatti.

Del tutto episodiche sembrano invece essere le criticità registrate nelle altre tre tipologie di programma: un caso di completa mancanza di *gender balance* per un magazine culturale; l'incorrere in alcuni luoghi comuni caratteristici di una non corretta copertura giornalistica della violenza di genere nella costruzione, da parte della redazione di un telegiornale regionale, di un servizio su un caso di femminicidio; la presenza da parte di conduttrice e inviata all'interno di un programma di servizio di argomentazioni e interpretazione che risultano potenzialmente lesive della dignità di una figura femminile (non presente in trasmissione) e che riproducono alcuni diffusi stereotipi sul ruolo della donna (con la polarizzazione della dicotomia buona madre/cattiva madre).

4.4 Focus: La fiction

Il primo aspetto qualitativo che emerge dai dati relativi alla fiction di produzione Rai dell'anno 2017 è in linea con lo scenario generale, commentato nel paragrafo 6.2 ("Presenza di donne in trasmissione declinata per ruolo/Centralità della figura femminile"): l'immagine della donna come moglie e madre, o comunque come figura legata alla famiglia, tenda ad avere un peso maggiore rispetto alla rappresentazione dell'uomo come marito o padre.

Le figure maschili sono invece rappresentate in misura maggiore rispetto a quelle femminili per le loro capacità professionali o perché persone di potere. Nello specifico della fiction, è proprio il "ruolo dentro la famiglia" a caratterizzare le donne: ben oltre un terzo compare nelle storie della fiction prevalentemente in virtù di questo ruolo, che interessa meno di un quarto (23,99%) dei personaggi maschili, ma costituisce anche per loro la veste principale.

Bisogna infatti tenere presente che se c'è un genere dalla vocazione "familista" per eccellenza è la fiction. Qui più si esprime l'ambizione generalista della TV nel suo complesso: parlare a tutti significa saper intercettare le dimensioni universali dell'esperienza umana, che coincidono dunque con la vita affettiva e sentimentale, con le relazioni interpersonali e familiari, con il "minimalismo" del quotidiano e del suo vissuto, insomma. Pur alla luce di una simile considerazione, che spiega come il "ruolo familiare" sia la *raison d'être* predominante tanto per i personaggi maschili quanto per quelli femminili, colpisce tuttavia come essa costituisca anche la voce rispetto alla quale lo scarto tra i due gruppi è più pronunciato (14,8% a favore delle donne). Viceversa, la categoria in cui lo scarto è più pronunciato a favore degli uomini è quella delle "competenze e capacità professionali" (9,0%): solo un quarto dei personaggi femminili (25,0%) contro un terzo dei personaggi maschili (34,0%) compaiono prevalentemente in nome di queste ragioni.

Proviamo adesso a considerare alla luce di questi e di altri parametri alcune delle fiction incentrate su figure femminili che hanno riscosso maggiore successo nel corso del 2017. In primo luogo bisogna osservare che nessuna delle prime tre classificate è focalizzata su personaggi femminili (la prima in classifica è *Maltese* (Rai 1), con 13 milioni e 200 mila spettatori; segue *Il commissario Montalbano* (Rai 1) con 11 milioni e 268.000 spettatori, e infine *I Bastardi di Pizzo Falcone* (Rai 1), con 7 milioni e 15 mila spettatori). La quarta fiction in classifica, tuttavia, è *Di padre in figlia* (6 milioni e 882.000 spettatori), miniserie televisiva italiana di Rai 1, che costituisce un'esperienza molto interessante ai nostri fini: è il racconto del riconfigurarsi di una famiglia veneta, proprietaria di una distilleria, da un impianto classicamente patriarcale a una conduzione in cui i ruoli decisionali sono occupati dalle donne (a questo "passaggio di consegne" allude il titolo). Le figure femminili, peraltro, non appaiono mai bozzettistiche ma contano su adeguata verosimiglianza e scavo psicologico, e la storia privata, la negoziazione del potere dentro la famiglia - e i conflitti che ne derivano - è efficacemente messa in risonanza con la Storia collettiva, intrecciandosi alle lotte e alle conquiste fondamentali che hanno segnato il cammino verso la parità di genere del nostro paese. La scelta di un soggetto simile senza dubbio testimonia della capacità della fiction italiana di sintonizzarsi con l'attualità e la sua agenda, intercettando il rinnovato interesse per i temi di genere creato negli ultimi anni dalle mobilitazioni femminili e femministe.

Questa produzione fornisce un'importante chiave di lettura dell'affresco femminile portato in scena dalla fiction italiana, perlomeno nelle sue espressioni di maggior successo. La storia abbraccia infatti un arco di più di circa trenta anni, compresi tra i '50 e gli 80. Si conferma un dato emerso anche nell'anno precedente, che aveva visto l'ottima prova di critica e di pubblica della miniserie *Luisa Spagnoli*: le fiction capaci di delineare le figure femminili più moderne e

incisive, ovvero protagoniste di una parabola rilevante non solo nell'ambito privato ma anche in quello pubblico, sono ambientate nel passato (benché recente). Una conferma del fatto che parlare di temi "caldi" e poco consensuali diviene più facile se si può mettere una distanza.

Se guardiamo alle figure di donne protagoniste delle fiction più seguite nel 2017 questa interpretazione si delinea con maggiore forza: troviamo anche qui "traslazioni" analoghe, non nel passato ma su altri piani, ugualmente funzionali a mitigare la carica potenzialmente destabilizzante di profili di donne fortemente anticonvenzionali. Quattro di loro, protagoniste di un'altra fortunata miniserie di Rai 1, sono esponenti di una civiltà matriarcale, temerarie e autarchiche, più che semplicemente autonome, si muovono con sicurezza nel mondo e nelle relazioni, ostentando apertamente superiorità nei confronti degli uomini. Ma sono creature di fantasia per eccellenza, che non esistono nel mondo reale: si tratta infatti delle protagoniste di *Sirene* (oltre 4 milioni di spettatori), che narra le vicende della sirena Yara, approdata sulla terra ferma, a Napoli, assieme a madre e due sorelle minori per cercare il suo fidanzato, il tritone Ares, fuggito spezzando la sua promessa d'amore. Se le quattro riescono a cavarsela egregiamente nel mondo degli umani, imprimere agli eventi il corso che desiderano e ottenere il consenso di chi le circonda non è in virtù delle loro capacità ma dei loro poteri magici: questa la "traslazione" cui facevamo riferimento.

A ricondurre le sirene nell'ambito della femminilità tradizionale concorrono altri aspetti: la bellezza, valorizzata dalle frequentissime scene di nudità giustificate dalla natura di sirene insofferenti degli abiti umani, e soprattutto l'insieme degli interessi, delle aspirazioni e dei valori che sono loro attribuiti: se la madre, la sirena matriarca, è ossessionata da abiti, scarpe e riviste di moda, le figlie più grandi sono caratterizzate solo in virtù dei loro interessi sentimentali e la story line portante consiste nella ricerca del fidanzato perduto da parte di Yara (con cui "sposarsi e fare migliaia di sirennette e tritoncini") e poi nell'amore con l'umano Salvatore.

Un aspetto interessante della miniserie, che costituisce comunque un originale mix di fantasy, romance e humor dalle sempre efficaci coloriture napoletane e conta su standard produttivi, estetici e di scrittura decisamente più elevati della media, è la caratterizzazione del maschile. Fin dai primissimi studi sui pubblici del genere *romance*, in letteratura (Radway 1984) e in TV (Ang 1985) è stata rilevante l'importanza, ai fini della fidelizzazione del pubblico, dei personaggi maschili, che in questo genere appaiono diretta proiezione delle fantasie e delle aspettative femminili. Gli eroi maschili delle produzioni audiovisive di maggiore successo degli ultimi dieci anni si collocano esattamente su questo solco: basti pensare alla saga vampiresca di *Twilight* (Durham 2012) che con il nostro *Sirene* condivide gli ingredienti di fantasy e romance, l'amore tra creature umane e creature non umane, il *core target* (*young adult*) e, appunto, la presenza di protagonisti maschili "all'antica".

Il Salvatore di *Sirene* - che è tuttavia infinitamente più simpatico e ben riuscito dei melensi vampiri di recente creazione - si colloca su questo solco. Fin dalle prime battute, anche lui, come Yara, appare mosso da un unico obiettivo: amore e famiglia. Anzi, offre un contributo decisivo alla riproduzione di uno dei più diffusi "miti" - qui intesi come false credenze - sull'amore, spesso all'origine di aspettative distorte e esperienze frustranti rispetto alle relazioni sentimentali, come mostrano gli studi in tema (Schäfer 2008; Masanet et al. 2018): il "mito dell'anima gemella", ovvero l'idea che in ogni parte del mondo esista una persona destinata a un'altra persona.

5. TIPOLOGIE DI BEST PRACTICE

Lo scenario nel complesso positivo restituito dall'attività relativa alla programmazione RAI 2017 è confermato anche dalla presenza di un numero non marginale di trasmissioni – 25 – che hanno mostrato, nel corso della rilevazione, alcuni elementi potenzialmente virtuosi nella rappresentazione della figura femminile e nella trattazione di tematiche di genere.

A differenza delle segnalazioni di Criticità e Violazione, l'individuazione delle Best Practice non ha una rilevanza statistica, bensì persegue l'obiettivo di selezionare attraverso un'analisi eminentemente qualitativa un numero limitato di trasmissioni che presentino elementi paradigmatici di positività nella rappresentazione della figura femminile tali da poter costituire – anche in occasione di eventuali momenti di confronto e di formazione con i responsabili editoriali e l'area autori della programmazione RAI – efficaci casi di studio e pertinenti modelli di analisi.

La valutazione sulla possibilità di includere una particolare trasmissione nel novero delle tipologie di buone pratiche è determinata dalla soddisfazione di uno o più di quattro specifici requisiti che sono considerati, nel nostro monitoraggio, alla base di una corretta rappresentazione della donna:

1. La trasmissione offre una rappresentazione capace di rendere giustizia alla realtà e varietà della condizione femminile odierna e al contempo capace di contribuire a migliorarla.
2. La trasmissione offre una rappresentazione che rispetta e anzi tutela la dignità delle donne
3. La trasmissione offre una rappresentazione che promuove il rispetto delle pari opportunità fra i generi e denuncia gli ostacoli che di fatto le limitano
4. La trasmissione offre una rappresentazione che contribuisce a contrastare la violenza di genere e la cultura che la nutre, fornendo una raffigurazione adeguata del fenomeno, che consenta di individuarne i reali attori, le effettive cause e quindi le possibili soluzioni.

La distribuzione per tipologia delle 25 trasmissioni che hanno presentato elementi positivi nella rappresentazione della figura femminile tali da poter essere presi in considerazione come modelli di buona pratica interessa soprattutto la macro-area dell'approfondimento: 5 casi per l'Approfondimento Informativo, 5 casi per l'Attualità, 5 casi per i Programmi di servizio e 4 casi per la categoria Cultura, scienze, e ambiente.

Meno performativo il genere Telegiornali (2 casi), dove la specificità delle routine produttive – i tempi serrati nel confezionamento dei servizi e i tempi brevi del loro formato – rende strutturalmente complesso raggiungere quella profondità di analisi e di framing nella tematizzazione delle dinamiche di genere che spesso costituisce il prerequisito di base per un virtuosa rappresentazione della figura femminile (si pensi in particolar modo ai tempi brevi della cronaca sulla violenza di genere cui sono costretti i Tg rispetto a quelli dilatati che si possono permettere i programmi di approfondimento). Questi ultimi infatti, non avendo vincoli temporali così stretti, si prestano particolarmente ad arricchire il commento ad un fatto di cronaca introducendo, sulla tematica di genere, l'intervento di una persona esperta o di un testimone; o predisponendo una scaletta per il conduttore che contenga una esposizione di questi temi.

Per quanto riguarda Intrattenimento e programmi di sceneggiatura (Cinema e Fiction) il numero di potenziali modelli virtuosi è più circoscritto: 2 casi in entrambe le aree. Mentre Factual e Rubriche sportive non hanno presentato casi di valorizzazione nella rappresentazione

dell'immagine femminile e nelle tematizzazioni di dinamiche di genere particolarmente significativi, nonostante che anche per loro un tempo di parola dilatato, e slot di programmazione ampie, lo consentirebbero.

La buona condotta dei programmi di approfondimento è confermata dall'analisi del numero ristretto di potenziali trasmissioni virtuose che sono state effettivamente incluse nell'elenco dei modelli di buona pratica segnalati nel corso dell'attività di monitoraggio: tra le 7 tipologie di best practice individuate, cinque insistono proprio su questa macro-area della programmazione (2 per attualità, 2 per Programmi di servizio, 1 per Approfondimento informativo). Chiude questa virtuosa short list un telegiornale e una trasmissione di Intrattenimento.

L'analisi delle motivazioni alla base di queste proposte di buone pratiche conferma per il 2017 la determinante centralità assunta – nell'ambito di una corretta rappresentazione delle figure femminili – dal topic della violenza di genere: 6 di queste 7 trasmissioni si sono infatti distinte per la loro capacità di trattare in modo corretto questa particolare tematica, costruendo una narrazione che contribuisce a contrastare la violenza contro le donne e la cultura che la nutre, fornendo una raffigurazione adeguata del fenomeno, che consenta di individuarne i reali attori, le effettive cause e quindi le possibili soluzioni.

È importante che la programmazione RAI 2017 abbiamo mostrato questa capacità di abbinare a una crescita quantitativa dell'attenzione complessiva al tema della violenza di genere (rimandiamo per un approfondimento di questo aspetto del monitoraggio al paragrafo 6.7 del presente documento) un miglioramento della qualità della sua trattazione, di cui le 5 tipologie di buone pratiche registrate sono un puntuale indicatore. È certamente auspicabile che questo trend positivo si confermi nella prossima stagione e che si estenda anche alle altre tipologie di programma. Anche se bisognerà evitare un nuovo pericolo che potrebbe palesarsi: l'introduzione di enunciazioni e narrazioni troppo edificanti e scarsamente realistiche, con uno zelo che potrebbe apparire al pubblico (tutt'altro che "passivo", come taluno ancora crede) una nuova forma di conformismo.

In due trasmissioni selezionate come modelli di buona pratica è invece centrale il tema del lavoro. Nel primo caso, un ritratto del mondo della professionalità femminile privo di stereotipi e banalizzazioni definisce efficacemente una rappresentazione capace di rendere giustizia alla realtà e varietà della condizione lavorativa della donna ed offre, attraverso la descrizione di storie professionali di successo al femminile, modelli positivi che possono incoraggiare processi di immedesimazione e di mimesi, soprattutto nelle fasce più giovani del pubblico femminile. Nel secondo, attraverso un'intervista con una donna che occupa una posizione apicale nella in un settore nevralgico come quello della sanità, viene in modo appropriato tematizzato il problema della segregazione professionale, orizzontale e verticale, delle donne.

Le 25 trasmissioni che nel 2017 hanno presentato uno o più aspetti positivi nella rappresentazione della figura femminile entrano comunque a far parte di un archivio di potenziali casi di studio che possono essere valorizzati, in future occasioni di formazione e confronto, tra il gruppo di ricerca e l'Azienda. In questa direzione, possono costituire un ulteriore efficace supporto alla discussione e all'analisi quelle trasmissioni che presentano una combinazione di elementi positivi e di fattori di criticità, che sono rimaste dunque appena ai margini di una segnalazione come buona pratica o come criticità/violazione. La non immediata evidenza di questi casi borderline o double-sided, che non è funzionale alle necessità di chiarezza e di immediata evidenza che deve necessariamente caratterizzare la reportistica e la documentazione testuale prevista dall'indagine, può invece rappresentare una preziosa risorsa su cui riflettere collegialmente in occasione di eventuali momenti di approfondimento discorsivo e in presenza con la committenza e le diverse figure professionali dell'Azienda.

6. ANALISI ESTESA DEI DATI CONCERNENTI LA RAPPRESENTAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE³

6.1 Dati generali

L'attività di monitoraggio è stata svolta su un campione di 700 trasmissioni andate in onda su quattro Reti RAI (RAI1, RAI2, RAI3 e RAI4) nel corso del 2017. Sono esclusi dalla rilevazione i programmi trasmessi nei mesi di luglio e di agosto e quelli inclusi nella fascia oraria della *late night* (dalle 2 di notte alle 6 del mattino).

Nel complesso la rilevazione ha dunque interessato 700 trasmissioni, così distribuite tra le dieci tipologie di programma prese in esame:

- 88 per **telegiornali** nazionali e regionali;
- 113 per i programmi di **approfondimento informativo**;
- 50 per i programmi di **attualità**;
- 43 per **programmi di servizio**;
- 66 per programmi di **cultura, scienza, ambiente**;
- 136 per **intrattenimento**;
- 37 per **factual** (e reality);
- 39 per **rubriche sportive**;
- 58 per il **cinema di produzione e/o distribuzione RAI**;
- 70 per la **fiction di produzione RAI**.

La rilevazione è stata condotta in base a una griglia di rilevazione che prevedeva il monitoraggio settimanale di 16 trasmissioni. La griglia è caratterizzata da una struttura flessibile che le consente di adeguarsi a specifiche esigenze che possono interessare un particolare periodo di programmazione (es. la settimana del Festival di Sanremo o quelle interessate da tornate elettorali).

Nella composizione finale del paniere di programmi monitorati si è cercato di garantire la maggior rappresentatività possibile del campione rispetto alla totalità della programmazione RAI 2017 e di recepire tutte le indicazioni offerte dal committente. Rientra in questa seconda fattispecie la decisione di includere nella rilevazione la totalità dei contenuti di fiction, serie tv e film, prodotti e/o distribuiti (nel caso del cinema) direttamente da RAI⁴. Per quanto riguarda le serie tv, per i 24 prodotti di produzione RAI è stata garantita l'inclusione nel campione di almeno due episodi per titolo (fanno eccezione i film per la tv, di una sola puntata, che sono comunque inclusi nel genere fiction).

Anche la scelta del numero e della composizione delle edizioni di telegiornali da includere nella rilevazione è stata definita in accordo con il committente, costruendo per la rilevazione finale un campione che includesse 44 edizioni integrali nazionali (16 per ognuna delle tre testate giornalistiche di rete) e 40 edizioni integrali locali (due trasmissioni per ciascuna delle 20 redazioni giornalistiche regionali).

³ Le tavole con tutti i dati raccolti nel corso dell'attività di monitoraggio sono riportate nell'Appendice del presente report.

⁴ In accordo con il committente non sono stati analizzati i film di produzione o distribuzione RAI già trasmessi – e dunque monitorati – nel corso del 2016.

Nel complesso il paniere dei programmi monitorati nel corso della rilevazione 2017 ha una composizione molto vicina a quella definita nel precedente anno di rilevazione, al fine di garantire la più ampia comparabilità tra i dati dei due monitoraggi annuali portati avanti dal gruppo di ricerca (Appendice 1 - Tavola 1). Nella distribuzione delle diverse tipologie di programma analizzate, la distanza più significativa nelle due coperture si registra rispetto alla categoria della fiction di produzione RAI: qui il minor numero di titoli di produzione RAI programmati - 24 contro i 30 del 2016 - ha determinato un significativo ridimensionamento delle trasmissioni di serialità coperte: da 91 a 70 (-23,1%). Una riduzione nella categoria della fiction che è stata compensata in particolare da un incremento della copertura nelle categorie dell'Attualità (da 33 a 50, +51,5%) e dell'intrattenimento (da 122 a 136, + 11,5%). Marginali invece gli scarti relativi ad Approfondimento informativo (-3,4%), Cinema (-4,9%), Cultura, scienza e ambiente (-4,3%), Factual (-2,6%) e Programmi di servizio (+2,3%). Risulta invece completamente invariato il paniere relativo a Rubriche sportive e Telegiornali.

RAI1 è la rete che ha ricevuto nel complesso la maggiore copertura (276 trasmissioni, pari al 39,4% del totale): è qui infatti che si concentra la maggior parte della fiction di produzione RAI (49 su 70) e dell'intrattenimento di prima serata (42 su 60). 234 trasmissioni (33,4% del campione) fanno invece riferimento alla programmazione annuale di RAI3 dove vengono ospitati, in particolare, la maggior parte dei programmi della categoria Cultura, scienza e ambiente (30 su 66) e la totalità dei telegiornali regionali (40 trasmissioni). RAI2 è presente con 178 trasmissioni (25,4% del campione), tra cui la maggioranza delle rubriche sportive monitorate: 31 su 39. Sono infine 12 - pari al 1,7% del campione - le trasmissioni selezionate all'interno del palinsesto di RAI 4.

Per quanto riguarda le fasce orarie di trasmissione della programmazione monitorata, il campione selezionato si divide in modo equilibrato tra prime time e day time: 50,7% vs 49,3%. Uno spazio privilegiato è stato riservato alla fascia di prima serata (con 6 slot settimanali e il 36,7% della copertura complessiva) dove si concentra, con un pubblico più vasto, la quasi totalità della fiction di produzione RAI (97,1%) e della programmazione di film (93,1%) e i contenuti di punta dell'intrattenimento (44,1%) e dell'approfondimento informativo (25,7%).

6.2 Presenza di donne in trasmissione declinata per ruolo/Centralità della figura femminile

Per poter analizzare la rappresentazione della donna nei programmi televisivi monitorati, e valutarne la sostanziale correttezza, abbiamo scelto di osservare il peso della figura femminile nelle diverse trasmissioni in termini di:

- numero di donne rappresentate e loro distribuzione per età, ceto sociale, nazionalità (**aspetti quantitativi**);
- ruolo che rivestono le donne all'interno dei programmi, motivazioni della rappresentazione femminile anche rispetto alla rappresentazione della figura maschile, ambiti tematici in cui le donne vengono collocate (**aspetti qualitativi**).

L'analisi degli aspetti **quantitativi** si è focalizzata in primo luogo sulla presenza di un bilanciamento nel numero delle figure femminili e maschili rappresentate, pur con tutti i distinguo dovuti alla realtà delle cose. Si parla in questo caso di "gender balance": la rappresentazione di donne e uomini nei prodotti audiovisivi in onda è proporzionale rispetto alla percentuale di genere registrata nella popolazione⁵. Anche nella programmazione Rai 2017, in linea con le tendenze riportate dalle ultime analisi a livello europeo e internazionale, si conferma la cosiddetta "regola del terzo"⁶: le figure femminili sono il 38,8% del totale, pari a 5.978 donne, mentre le figure maschili sono circa il 61,2%, pari a 9.425 uomini (Appendice 1 – Tavola 6). Rispetto al 2016, la percentuale di figure femminili nei programmi Rai è leggermente aumentata (+2,7%).

Questo dato medio si conferma in una parte dei generi monitorati, seppur con dei leggeri scarti: nei programmi di Cultura, scienza e ambiente, ad esempio, il numero di donne scende al 33,9% del totale mentre nell'intrattenimento sale al 40,5%.

Alcuni generi però, si discostano, in positivo e in negativo, dal valore medio totale. Nel primo caso rientrano i programmi di Factual (46,1%), di Fiction (44,9%), di Attualità (44,3%) e di Servizio (43,1%). In particolare appare interessante il dato della Fiction, che rispetto al 2016 vede un aumento delle figure femminili pari a circa il 14,3%. Come si dirà in seguito, questo trend positivo è ulteriormente rafforzato dal fatto che, rispetto all'anno precedente, per questo genere è cresciuto il peso delle donne protagoniste. Anche i programmi di Attualità e di Servizio, rispetto all'anno precedente, vedono un aumento del numero di figure femminili sul totale rispettivamente del 11,3% e del 8,0%. I programmi Factual, invece, pur mantenendo una percentuale di figure femminili maggiore rispetto alla media dei programmi Rai monitorati, rispetto al 2016 mostrano una diminuzione del 8,8%.

Nel secondo caso, anche nel 2017 il genere con la percentuale più bassa di figure femminili è quello delle Rubriche sportive (14,7%). Sembra confermata così l'idea che lo sport in generale e il calcio⁷ in particolare siano considerati ancora argomenti di interesse prevalentemente maschile. Nonostante le percentuali basse, un dato positivo è riscontrabile nel fatto che rispetto al 2016 le figure femminili rappresentate nelle rubriche sportive sono cresciute di circa il 19% e nella conferma della tendenza, già sottolineata dalla precedente rilevazione, che le poche donne rappresentate partecipano al programma principalmente per motivi legati alla propria

⁵ Per un approfondimento sul tema si veda EIGE, *Gender Equality Glossary and Thesaurus*, disponibile online all'indirizzo <http://eige.europa.eu/rdc/thesaurus/terms/1148>.

⁶ Si veda, per un approfondimento, la sezione 8 - *Ricognizione dei principali studi quantitativi e qualitativi recenti su gender e televisione*.

⁷⁷ I programmi che trattano di calcio sono oltre un terzo delle rubriche sportive.

professionalità, anche se il ruolo complessivo delle donne è prevalentemente di supporto o assistenza.

Per quanto riguarda le fasce d'età (Appendice 1 – Tavola 8), oltre il 56% delle donne rappresentate ha un'età compresa tra i 19 e i 49 anni. Anche nel 2017, dunque, i risultati del monitoraggio dei programmi Rai sono in linea con i dati forniti dalla letteratura europea e internazionale che mostrano come la donna rappresentata nei programmi tv sia prevalentemente giovane. Rispetto al 2016, però, si registra una diminuzione della rappresentazione delle donne giovani (-5,3%) e un aumento della rappresentazione delle donne collocabili nelle fasce d'età adiacenti: crescono infatti le teenager (+25,1% rispetto al 2016) e le donne con un'età compresa tra i 50 e i 64 anni (+12,7% rispetto al 2016). Cala invece la rappresentazione delle categorie più estreme ossia le ultrasessantacinquenni (che sono solo il 6,0% delle donne rappresentate) e le bambine (1,7% del totale). A tal proposito, vale la pena ricordare che gli ultra-sessantacinquenni sono il 22,3% della popolazione⁸ e che gli anziani, assieme ai bambini, tendono a guardare la televisione più di tutti gli altri: secondo dati Istat, infatti, il 96,5% degli over 65 guarda abitualmente i programmi televisivi⁹.

Per quanto riguarda i diversi generi considerati, anche nel 2017 i programmi riconducibili alla macro-categoria dell'entertainment (fiction, cinema, intrattenimento, factual, rubriche sportive) tendono a mostrare donne giovani in misura maggiore rispetto alla media. In particolar modo nell'intrattenimento oltre il 70% delle donne ha un'età compresa tra i 19 e i 49 anni. Va detto però che rispetto al 2016 la rappresentazione di donne giovani è leggermente calata (-4,3%). Viceversa, nell'informazione a vario livello questa tendenza risulta meno marcata: in particolare nell'attualità le donne che hanno almeno 50 anni sono oltre il 37% del totale e nell'approfondimento informativo superano il 30%. In questi casi si registra anche un'alta percentuale per la categoria residuale "altro", in special modo per i telegiornali (51,0%). La ratio di questo dato così alto va ricercata nel fatto che spesso le donne rappresentate nei programmi di informazione sono giornaliste o inviate, di cui si sente soltanto la voice-over nei servizi realizzati. La loro presenza va registrata per l'apporto dato ai programmi ma dalla sola voce è difficile stabilire con sufficiente certezza la loro età.

Per quanto riguarda il contesto socio-culturale, a differenza del 2016 si può dire che, nel complesso, la rappresentazione delle donne con background medio-alto (economicamente benestante e caratterizzato da un buon capitale sociale e culturale) e medio-basso (livello economico, capitale sociale e culturale modesti) si attestano su valori non molto distanti: nel primo caso, esse rappresentano il 28,1% del totale, nel secondo il 25,5% (Appendice 1 – Tavola 10).

Cresce invece il numero di figure femminili in cui il contesto sociale non è rilevante (46,4% del totale). Una percentuale così elevata di casi in cui l'ambiente economico e socio-culturale non è rilevato va ricondotto agli effetti dell'applicazione di un criterio socio-demografico, nato in contesti di analisi sociologici ed economici, all'analisi del contenuto. La rappresentazione televisiva infatti, per motivi tematici e diegetici, talvolta ha necessità di evidenziare il contesto socio-culturale mentre in altri casi tende a trascurarlo perché non in linea con gli obiettivi che tale rappresentazione si pone. Quanto detto può essere valido anche per altri indicatori di cui si parlerà successivamente e che presentano percentuali tendenzialmente significative per la categoria residuale "N. R."

⁸ Istat (2017), *Indicatori demografici*, disponibile online all'indirizzo <http://www.istat.it/it/files/2017/03/Indicatori-Demografici.pdf>.

⁹ Istat (2016), *Cultura e Tempo Libero*, disponibile online all'indirizzo <http://www.istat.it/it/files/2015/12/C08.pdf>.

Anche i singoli generi seguono un trend simile, pur con qualche differenza. In particolare, la percentuale di donne riconducibili alle classi medio-basse cresce rispetto alla media nei programmi di fiction e cinema, i due generi che, per le loro caratteristiche, devono proporre anche personaggi in cui il pubblico generalista della Rai possa immedesimarsi. Film e fiction, assieme ai programmi factual, sono gli unici in cui il numero di donne di classe sociale medio-bassa supera quello di classe sociale medio-alta. I programmi informativi, invece, con l'alta percentuale di giornaliste, esperte ed inviate, tendono a rappresentare in misura maggiore donne con un background socio-culturale medio-elevato. Tra essi, i programmi di attualità presentano in assoluto la percentuale maggiore di donne con status alto (41,3%).

Per quanto riguarda l'origine etnica delle donne, oltre il 90% è italiana, in leggero aumento rispetto al 2016 (circa +1%). Le donne di nazionalità diversa sono pari a circa l'8% (Appendice 1 – Tavola 12).

Nel complesso, tutti i generi presentano una percentuale di donne italiane superiori al 90%, fatta eccezione per il cinema (75,2% di donne italiane) e, in misura minore, l'approfondimento informativo (86,1%). Già lo scorso anno era stato sottolineato come nel genere "cinema" rientrano anche film non prodotti nel nostro Paese o prodotti assieme a realtà estere. Questa peculiarità si riflette sulla nazionalità delle donne rappresentate. Una simile considerazione non vale per la fiction, che spesso punta a rappresentare soprattutto identità nazionali e locali sia del presente che del passato.

Per quanto riguarda invece l'approfondimento informativo, va detto che rispetto all'anno precedente la rappresentazione di donne straniere è aumentata di circa il 6%. Si tratta di un dato interessante se si considera che gli stranieri regolarmente soggiornanti in Italia al 1 gennaio 2017 erano oltre 3,7 milioni¹⁰. In un Paese la cui complessità aumenta anche per via dei flussi migratori è significativo che alcuni programmi si concentrino anche su donne con origine etnica diversa.

Per quanto riguarda **gli aspetti qualitativi** e in particolare il ruolo complessivo ricoperto dalla figura femminile nella programmazione Rai oggetto del monitoraggio, va detto che le donne nella maggior parte dei casi (64,7%) mostrano un ruolo di primo piano (Appendice 1 – Tavola 14): più nel dettaglio, nel 27,1% dei programmi analizzati la presenza femminile è protagonista o conduttrice e nel 37,6% è co-protagonista o co-conduttrice. In proposito vale la pena ricordare che, a differenza di quanto elaborato da altri studi¹¹, la nostra analisi considera la presenza femminile come co-protagonista quando nei fatti essa divide la scena in maniera sostanzialmente paritaria con quella maschile, senza fargli da "spalla". Se invece le donne appaiono subalterne rispetto agli uomini la presenza femminile è categorizzata come figura di supporto/assistenza, anche se formalmente risulta co-protagonista/co-conduttrice. I ruoli di supporto hanno fatto registrare una percentuale pari al 30,0% mentre solo nel 5,3% dei casi la figura della donna riveste un ruolo poco centrale: nel 1,3% è un elemento prevalentemente estetico-coreografico, nel 2,3% è una figura marginale sostanzialmente passiva e solo nell'1,7% risulta del tutto assente.

Più nel dettaglio, i generi in cui le donne assumono più frequentemente una posizione centrale sono i Programmi di servizio (86,1%), la Fiction (80,0%) e i Telegiornali (72,7%). È interessante notare che due dei generi considerati, i Programmi di servizio e i Telegiornali,

¹⁰ Istat, *Cittadini non comunitari: presenza, nuovi ingressi e acquisizioni di cittadinanza*, anni 2016-2017, disponibile online all'indirizzo https://www.istat.it/it/files/2017/10/Cittadini_non_comunitari_Anno2016.pdf?title=Cittadini+non+comunitari+++10%2Fott%2F2017++Cittadini_non_comunitari_Anno2016.pdf.

¹¹ Si veda, a tal proposito, Ross e Padovani (2017).

presentano anche forti percentuali di donne giornaliste, inviate o esperte. Parte della letteratura (Cfr. WACC, 2015), però, collega questo risultato all'importanza dell'aspetto fisico per i ruoli di conduttore ed anchor. Anche il dato della Fiction appare interessante: nel macro-genere dell'entertainment, le serie tv sono i programmi dove è più forte la presenza di donne protagoniste o co-protagoniste. Va sottolineato che nel caso delle Fiction e dei Telegiornali non è stata mai rilevata la presenza di donne come puro elemento estetico, marginali o del tutto assenti. I programmi che invece tendono a rappresentare la figura femminile in posizione meno centrale sono quelli riconducibili alle rubriche sportive: le donne sono conduttrici/protagoniste o co-conduttrici/co-protagoniste solo nel 35,9% dei casi. Nel 41,0% dei programmi esse agiscono come supporto ai colleghi uomini e nel 23,1% svolgono un ruolo sostanzialmente marginale o sono del tutto non rappresentate. I restanti generi tendono a rimanere intorno al dato medio totale, pur con alcune variazioni: nei programmi di cinema, ad esempio, la donna assume un ruolo di primo piano nel 58,6% dei programmi mentre nel 37,9% ricopre ruoli di supporto o assistenza al protagonista maschile. La donna è un elemento marginale in meno del 3,5% dei casi. Si tratta di un risultato comunque positivo se si pensa che in oltre la metà dei programmi la figura femminile è comunque centrale.

I dati sul ruolo complessivo della presenza femminile risultano più chiari quando si analizzano le motivazioni che inducono gli autori a rappresentare le donne e gli uomini (Appendice 1 – Tavole 18 e 19).

Come nel 2016, nella maggior parte dei casi le figure femminili sono rappresentate in funzione delle loro capacità professionali (57,5%). L'ulteriore dato positivo da sottolineare è che rispetto all'anno precedente questa percentuale è salita dell'11,9%. Tendono a calare anche i programmi che rappresentano la donna per il loro genere (0,6% delle figure femminili) o la loro bellezza/appeal sessuale (2,1%). Questi dati sono certamente significativi e mostrano il tentativo di offrire al pubblico una rappresentazione tendenzialmente evoluta della figura femminile.

Dal confronto con le motivazioni della rappresentazione maschile, però, viene fuori che le donne appaiono in televisione più spesso degli uomini per via del loro ruolo dentro la famiglia (+4,7%), per la loro bellezza o appeal sessuale (+2,0%), perché vittime o parenti di vittime (+1,6%), per il loro genere (+0,6%). Va sottolineato che, se si eccettua la rappresentazione delle donne per il loro ruolo nel contesto familiare, in tutti gli altri casi i dati mostrano una diminuzione degli scarti rispetto all'anno precedente. Pur considerando che si tratta di percentuali non maggioritarie, tale dato è significativo perché mostra quanto l'immagine della donna come moglie e madre, o comunque come figura legata alla famiglia, tenda ad avere un peso maggiore rispetto alla rappresentazione dell'uomo come marito o padre.

Le figure maschili sono invece rappresentate in misura maggiore rispetto alle donne per le loro capacità professionali (66,7%) o perché persone di potere (3,9%).

L'importanza della rappresentazione femminile per il ruolo ricoperto nella famiglia cresce soprattutto nei programmi di fiction (38,7% delle figure femminili contro il 24,0% delle figure maschili), nel cinema (32,8% contro 17,1%) e nel factual (24,6% contro 17,3%). Rispetto al 2016 l'incidenza di questa motivazione sul totale tende a crescere. Viceversa nei programmi legati all'informazione tale percentuale si abbassa notevolmente come pure tende ad abbassarsi lo scarto con gli uomini. È interessante notare poi come nei programmi di servizio la rappresentazione di vittime o parenti di vittime è più che raddoppiata rispetto al passato, passando dal 7,9% del 2016 al 17,0% del 2017. Tale dato va collegato all'importanza assunta nel 2017 dal dibattito pubblico sulle molestie sessuali nel mondo dello spettacolo, estesa poi ad altri mondi "glamour", che ha acceso i riflettori su un tema delicato e spinto anche gli autori televisivi a raccontare e approfondire la questione.

Per quanto riguarda infine gli ambiti tematici a cui sono associate le donne (Appendice 1 – Tavola 20), la categoria che fa registrare in assoluto la percentuale più alta è quella delle cosiddette hard news (politica, economia, finanza, esteri, attualità, temi etici, devianza sociale, temi della sfera pubblica): il 28,5% delle figure femminili è collegata a tali temi, in crescita rispetto al 2016 (22,1%). Sia l'alta percentuale di associazione a questi temi sia la crescita rispetto all'anno precedente sono particolarmente significativi se si pensa che, in passato, le hard news erano considerati temi di esclusivo interesse maschile.

Seguono, in termini di peso percentuale, gli ambiti tematici tradizionalmente associati alle donne e in particolare gli argomenti della sfera privata (famiglia, cura ed educazione dei figli, relazioni interpersonali, sessualità, stile/scelte di vita, hobby, ecc.; 18,0%), la cultura "pop" (blockbuster cinematografici, TV, letteratura di consumo, pop music, ecc.; 13,9%) e le pink issue (condizione femminile, romanticismo/emozioni, gossip, moda e abbigliamento, arredamento, cura del corpo, igiene della casa, cucina, economia domestica, ecc.; 8,2%). È interessante notare come, rispetto all'anno precedente, il peso di questi temi è calato mentre è cresciuta l'importanza di categorie come i temi legali, la scienza, tecnologia e ambiente, la cultura "alta", che insieme rappresentano il 14,3% degli ambiti tematici associati alle donne.

Scendendo nel dettaglio dei singoli generi, va precisato che ognuno di essi, per le sue caratteristiche, tende ad essere associato a uno o più specifici ambiti tematici. Questo trend generale si riflette ovviamente anche nella rappresentazione della figura femminile. Come già sottolineato nell'analisi del monitoraggio del 2016, però, è significativo notare che le donne sono spesso collegate a temi tradizionalmente considerati femminili (argomenti della sfera privata o pink issue) anche in generi in cui è forte la trattazione di altri temi. Un caso interessante in proposito sono i programmi di cultura, scienza e ambiente in cui, accanto a una percentuale alta di donne rappresentate in relazione ai temi della scienza, della letteratura e dell'ambiente (44,3%) e della cultura alta (22,1%) si registra una percentuale non insignificante di donne collegate ai cosiddetti pink issues (7,1%) e agli argomenti della sfera privata (6,4%). La rappresentazione delle donne per la loro connessione con gli argomenti della sfera privata è massima nel factual (61,2%) nel cinema (53,3%) e nella fiction (51,0%).

6.3 Stereotipi e discriminazioni

Un'analisi il più possibile accurata della rappresentazione della donna deve tenere in debito conto l'uso da parte di sceneggiatori e autori televisivi degli stereotipi di genere e la loro gestione all'interno del contesto narrativo. Gli stereotipi possono essere considerati delle scorciatoie cognitive utilizzate per orientarsi nel mondo complesso che ci circonda, schemi pre-stabiliti dall'uso e dai rapporti di potere che spesso possono diventare, se non controllati, l'anticamera di forme di discriminazione. Una corretta rappresentazione della donna dovrebbe tendere a narrazioni il più possibile prive di stereotipi. Del resto la Convenzione fra il Ministero dello sviluppo economico e la RAI per la concessione per il servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale, già richiamata, all'articolo 3 indica come obbligo del servizio pubblico *"la promozione e la valorizzazione di una rappresentazione non stereotipata della figura femminile, nel rispetto della dignità culturale e professionale delle donne"*.

Data la diffusione degli stereotipi di genere nella società ¹², evitarli del tutto nella rappresentazione di donne e uomini può essere un compito arduo per chi si occupa di riempire i palinsesti e di condurre i programmi: si pensi, solo per fare un esempio, alla difficoltà di prevedere cosa diranno gli ospiti in un talk show quando esprimono la propria opinione su argomenti sensibili. È invece auspicabile evitare che gli stereotipi veicolati siano presentati come delle verità, senza nessuna forma di stigmatizzazione o presentazione di altre visioni non stereotipate. Il lavoro di valutazione dei programmi monitorati in questo studio ha tenuto in debito conto le peculiarità della gestione degli stereotipi di genere.

La rilevazione della loro presenza nella narrazione, quindi, è stata accompagnata dall'assegnazione di un peso specifico a ciascuna forma stereotipata. Ciò ha permesso di individuare i programmi in cui l'uso degli stereotipi appare significativo oppure grave e i programmi in cui il loro peso è lieve, senza compromettere la correttezza complessiva del contenuto in onda. Nel 2017 la programmazione Rai monitorata risulta sostanzialmente corretta dal punto di vista della gestione degli stereotipi di genere: l'82,3% dei programmi non presenta evidenti stereotipi, l'11,9% ne presenta di lievi. Le trasmissioni monitorate che necessitano attenzione nel trattamento e nella gestione degli stereotipi sono solo il 5,9% del totale e in particolare il 5,3% presenta stereotipi significativi e lo 0,6% ne presenta di gravi (Appendice 1 – Tavola 22).

Se si guarda al dettaglio dei singoli generi, però, il distacco dal valore medio appare rilevante. Anche in questo caso si nota una certa uniformità tra i programmi riconducibili al macro-genere dell'informazione, che presentano percentuali di utilizzo degli stereotipi più bassi rispetto alla media, e quelli riconducibili al macro-genere dell'entertainment, le cui percentuali tendono invece ad essere più alte. Tra i primi, i programmi in assoluto più corretti sono i telegiornali, in cui gli stereotipi sono assenti o lievi nel 100% dei casi, seguiti dai programmi di cultura, scienza e ambiente (98,4%) e dall'approfondimento informativo (98,2%).

Come già rilevato nell'anno precedente, i programmi che in proporzione fanno un uso maggiore degli stereotipi di genere sono il cinema co-prodotto o distribuito da Rai/01 Distribution (uso grave o significativo degli stereotipi pari al 13,8%), l'intrattenimento (11,8%) e la fiction (10,0%). Anche quest'anno la fiction presenta, rispetto agli altri, una percentuale maggiore di utilizzo grave degli stereotipi (2,9% dei casi).

¹² Si veda, a tal proposito Istat, *Stereotipi, rinunce e discriminazioni di genere*, 2011, disponibile online all'indirizzo <http://www.istat.it/it/files/2013/12/statreportgenere1.pdf?title=Stereotipi%2C+rinunce%2C+discriminazioni+di+genere++09%2Fdic%2F2013++Testo+integrale.pdf>.

Per quanto riguarda le motivazioni alla base dell'utilizzo degli stereotipi di genere (Appendice 1 – Tavola 23), nel 56,5% dei casi essi sono riconducibili al fatto che le donne sono rappresentate in una classica polarità: nel ruolo di oggetto/seduttrice e nel 43,5% alla rappresentazione della donna “tradizionale”, una figura legata ai ruoli domestici di madre, moglie o angelo del focolare, con doti tradizionali di abnegazione o propensione alla cura e con interessi tipicamente femminili. In misura minore, lo stereotipo è legato alla rappresentazione della donna come soggetto debole e bisognoso di protezione, vittima o sopravvissuta (17,7%).

Per quanto riguarda le discriminazioni di genere, l'analisi presentata prende in considerazione sia elementi prettamente quantitativi (asimmetria nella rappresentazione del punto di vista femminile e maschile) sia elementi di stampo qualitativo, riferiti al ruolo e alla centralità attribuiti dalla narrazione alla figura della donna. L'obiettivo prefissato è registrare sia discriminazioni palesi sia elementi più sottili e che corrono sotto traccia. Come nel caso degli stereotipi, l'analisi presenta gradazioni differenti dell'uso delle discriminazioni, distinguendo una presenza leggera da una significativa o grave.

Nel complesso, il 66,0% dei programmi monitorati non presenta discriminazioni e il 24,4% fa registrare discriminazioni leggere. Nel 7,6% dei casi, invece, le discriminazioni riscontrate sono state significative e nell'1% dei casi sono tali da risultare gravi (Appendice 1 – Tavola 24). Il confronto con i dati del 2016 conferma il trend positivo: se infatti i casi di grave discriminazione rimangono invariati (7), diminuiscono del 3% le forme significative di discriminazione (passando da 74 a 53) e aumentano, in maniera quasi speculare, le trasmissioni del tutto prive di elementi discriminanti (+ 3,3%).

La motivazione principale alla base della discriminazione (Appendice 1 – Tavola 25) fa principalmente riferimento alla variabile quantitativa del gender balance: in 179 occasioni sui 238 casi in cui si è riscontrata una forma almeno lieve di discriminazione è stata individuata tra le cause una rappresentanza femminile insufficiente. La seconda motivazione più presente insiste nuovamente su una dimensione quantitativa, “rimproverando” alla trasmissione analizzata il minor spazio concesso al punto di vista femminile (117 ricorrenze). Molto vicina come frequenza – 107 casi – la motivazione che riconduce la discriminazione alla tipologia di ruolo che il programma consegna alla presenza femminile (confinata in posizioni meno autorevoli, prestigiose o qualificanti rispetto a quelle offerte alla controparte maschile). Le due alternative in cui la condotta discriminante si declina nelle forme che maggiormente compromettono la possibilità di una corretta rappresentazione della figura femminile – atteggiamento giudicante in funzione dell'estetica o della moralità in ambito sessuale – sono anche le meno ricorrenti: rispettivamente 40 e 27 ricorrenze. Ma è in quest'area che si concentrano tutte segnalazioni di criticità (6) e violazione (4) caratterizzate (anche) dalla presenza di una qualche forma di discriminazione.

Se si prendono in considerazione soltanto i 7 casi in cui si è registrata una grave discriminazione, troviamo tre trasmissioni della categoria Rubriche sportive. Qui il fattore discriminante è rappresentato dalla totale mancanza di gender balance: in due dei tre programmi sportivi la presenza di figure femminili è del tutto assente (a fronte del conteggio di 10 ruoli maschili significativi), nel terzo caso il rapporto è totalmente sbilanciato in favore degli uomini (19 vs 2). In considerazione delle caratteristiche di strutturale disparità proprie di tutta la programmazione sportiva – quasi la metà dei contenuti analizzati (46,2%) presenta forme significative di discriminazione nella composizione del proprio cast – si è però preferito non segnalare nello specifico una singola trasmissione ma sottolineare, nel presente rapporto, un

vulnus che interessa nella sua generalità questa particolare categoria di programmi¹³, e che è riconducibile a quella “cultura maschile dello spogliatoio del club di calcetto”, ormai sul viale del tramonto, a cui abbiamo accennato più sopra.

Un quarto caso rientra invece nella categoria della Fiction. Qui però, nel complesso della storia, la rappresentazione di gravi stereotipi e discriminazioni di genere, è funzionale al racconto di un particolare momento storico che ha segnato un punto di svolta determinante nel processo di emancipazione della donna, con la nascita del movimento femminista italiano e il superamento di un modello sociale fortemente patriarcale. In questo senso nella fiction non solo non vengono legittimati tali comportamenti, ma la loro narrazione costituisce un presupposto fondamentale per la definizione di personaggi che si impongono come modelli edificanti di rappresentazione della figura femminile. La fiction in questione dunque non solo non costituisce una criticità, ma piuttosto partecipa pienamente a quel processo virtuoso di valorizzazione dei ruoli femminili rilevato nella produzione seriale RAI del 2017 che è oggetto di un specifico focus nel presente report (paragrafo 4.4.).

Le restanti tre trasmissioni dove si è registrata la presenza di gravi discriminazioni appartengono al genere Intrattenimento (2 casi) e Attualità (1): tutti e tre i programmi sono stati oggetti di una segnalazione per criticità (i due programmi entertainment) o violazione. In queste tre occasioni la discriminazione era riconducibile non solo – e non tanto – alla variabile quantitativa di un mancato bilanciamento di genere quanto piuttosto alla presenza di affermazioni e comportamenti che discriminavano le donne giudicandole in funzione della loro estetica e/o per la loro condotta sessuale.

Le migliori performance di categoria arrivano dal Factual, dove si registra la percentuale più alta di trasmissioni in cui è completamente assente qualsiasi forma di discriminazione (81,1%) e dai programmi di servizio, l'unica tipologia di trasmissione in cui in cui non si registra alcun caso di discriminazione grave o significativa.

¹³ Un richiamo alla strutturale mancanza di gender balance della categoria Rubriche sportive era già stato effettuato nel report relativo alla rilevazione 2016.

6.4 Rispetto dell'identità di genere

Come già accaduto per la rilevazione del 2016, il primo criterio adottato per indagare la sensibile area del rispetto dell'identità di genere consiste nel misurare la frequenza con cui nella singola trasmissione monitorata ricorrono condotte derisorie o umilianti verso una o più figure femminili.

Nel complesso il 91,4% delle trasmissioni monitorate si è rivelato rispettoso dell'identità di genere (Appendice 1 – Tavola 26), con la totale assenza di rappresentazione di comportamenti derisori, commenti negativi o altre forme di umiliazione della donna (89,6%) o con forme di derisione molto leggere, tali da non pregiudicare la sostanziale correttezza del programma (6,3%). La performance è dunque molto positiva e mostra anche un leggero miglioramento rispetto al già confortante dato registrato nel 2016 (+3,0%).

Restano 29 trasmissioni in cui è stata rilevata la presenza di rappresentazioni di gravi (7) o significative (22) forme di derisione/umiliazione riconducibili a dinamiche di genere. In particolare questa tipologia marcata di rappresentazione derisoria si concentra nei programmi di intrattenimento, con 9 occorrenze, e in quelli di sceneggiatura (cinema e fiction) con 11 casi. Tutti questi 29 programmi sono stati oggetto di un'analisi approfondita al fine di valutare se la rappresentazione di tali comportamenti determinasse, caso per caso, l'occorrere di una violazione o di una criticità. È necessario infatti ricordare come in questa prima fase l'analisi registri in modo valutativo la presenza all'interno della trasmissione della rappresentazione di un comportamento considerato lesivo della dignità femminile, perché derisorio o potenzialmente umiliante. Ma tale presenza non determina, di per sé, la segnalazione di una violazione o di una criticità. Mettere in scena simili tipologie di comportamento può essere una scelta assolutamente legittima – e in alcuni casi anche un dovere editoriale – sia per i programmi di finzione (fiction e cinema) che per quelli di cronaca, commento e approfondimento informativo.

Anche laddove non si tratti di scelta legittima o di dovere editoriale, ma si registra invece la presenza di atteggiamenti o comportamenti gratuitamente e deliberatamente derisori rivolti a un soggetto femminile (un'eventualità sempre possibile nei moltissimi format, soprattutto di intrattenimento, non scripted e/o che prevedono ospiti in studio), perché ciò configuri una criticità o una violazione è necessario che manchino nella trasmissione, come più sopra enunciato, efficaci elementi di compensazione o di relativizzazione della condotta inappropriata (per esempio un forte presa di distanza o un'esplicita stigmatizzazione operata dalla conduzione nei confronti di un ospite che si sia lasciato andare a una dichiarazione lesiva della dignità femminile mette certamente al riparo il programma da una segnalazione di criticità o violazione e può anzi, se particolarmente efficace, avvicinarlo o ricondurlo al campo virtuoso delle buone pratiche¹⁴).

¹⁴ Come accaduto lo scorso anno quando la puntata di *Chi l'ha visto?* del 26 febbraio 2016 è stata segnalata come buona pratica proprio in virtù dell'efficace e perentoria stigmatizzazione operata dalla conduttrice Federica Sciarelli nei confronti di una dichiarazione, raccolta in un servizio, fortemente lesiva della dignità di una donna vittima di femminicidio. Un virtuoso intervento della conduzione che nel 2017 abbiamo invece rilevato in occasione di un delicato confronto sul caso Weinstein ospitato da #Cartabianca del 12 dicembre scorso. In questo caso Bianca Berlinguer ha interpretato in maniera efficace, non passiva, il suo ruolo di moderatrice del dibattito, sottolineando in modo garbato ma deciso la scorrettezza o la natura approssimativa e superficiale di alcune affermazioni proposte dai propri ospiti.

Sono 8 le trasmissioni in cui la presenza di una grave o significativa rappresentazione derisoria della figura femminile – eventualmente anche in combinato con altre problematiche – ha determinato l’invio al committente di una scheda di segnalazione di criticità o violazione.

Nelle altre 21 circostanze tali rappresentazioni sono state nel complesso valutate come legittime.

In 12 casi su 29 (41,4%), le gravi o significative forme di derisione/umiliazione della figura femminile appaiono direttamente riconducibili al format del programma o allo stile della conduzione (Appendice 1 – Tavola 27).

Determinante è poi valutare come la trasmissione ha gestito la rappresentazione derisoria/umiliante: se ha previsto o ha saputo attivare elementi in grado di stigmatizzare i comportamenti inappropriati o se piuttosto ha innescato forme implicite o esplicite, di legittimazione delle condotte lesive della dignità femminile; qualche volta anche mostrando di non accorgersene.

Stigmatizzazione e legittimazione sono reazioni che possono essere affidate a diversi elementi narrativi: il framing generale, le reazioni generate dal comportamento scorretto nelle persone che vi assistono (e in particolar modo nella persona che conduce), la “morale della favola”. La legittimazione può avvenire attraverso la “celebrazione esplicita” (ad esempio, i casi in cui chi fa battute a sfondo sessuale all’indirizzo di una donna – o dell’intera categoria – oppure ne ridicolizza l’aspetto fisico ottiene consenso, risate, applausi, ecc.) ma può avvenire anche attraverso una più silenziosa complicità. Tanto la stigmatizzazione quanto l’incoraggiamento possono avvenire tramite gli interventi, le parole, i gesti di un personaggio del programma (tanto per quelli di tipo factual quanto per quelli di tipo fictional) oppure (soprattutto per i prodotti di finzione) attraverso gli sviluppi della storia.

Tendenzialmente le poche trasmissioni in cui si sono registrate rappresentazioni caratterizzate da una grave forma di derisione/umiliazione della figura femminile hanno reagito attivando tipologie efficaci di stigmatizzazione o di presa di distanza rispetto alla condotta inappropriata: ciò avviene in 5 casi su 7. I due episodi in cui a tale grave rappresentazione non ha fatto riscontro alcuna reazione di stigmatizzazione o di condanna del comportamento scorretto mostrato – ma dove anzi è stata registrata una qualche forma, più o meno esplicita, di legittimazione sono state entrambe oggetto di segnalazione, in un caso di violazione e nell’altro di criticità¹⁵.

In un quadro, come visto, sostanzialmente positivo, l’analisi delle motivazioni alla base delle rappresentazioni derisorie o umilianti conferma però la propensione – già registrata nella rilevazione precedente – a concentrare le forme non corrette di raffigurazione intorno a variabili che o sono direttamente riferite alla dell’*appartenenza di genere*¹⁶ (motivazione che

¹⁵ Il differente livello di gravità che caratterizza le due segnalazioni, pur in presenza di una fattispecie di comportamento scorretto sostanzialmente analoga, è riconducibile alla differente tipologia di trasmissione cui appartengono i due programmi: in un caso infatti il rientrare nella categoria dell’intrattenimento (peraltro con un format molto targettizzato su un pubblico di giovani adulti che va in onda in seconda serata) ha determinato la segnalazione di criticità; nel secondo caso, trattandosi invece di un programma di attualità del day-time indirizzato a un pubblico generalista e familiare, si è ritenuto necessario procedere con una proposta di violazione.

¹⁶ Questa opzione – (sono umiliate) “per via della loro appartenenza di genere” (umiliate in quanto donne)” mira a rilevare riferimenti sessisti *tout court*, ovvero offensivi ma in modo generico, come “le donne sono tutte...”, “le donne sono...meno/più degli uomini”, ecc. Nei prodotti marcatamente narrativi un’opzione del genere corrisponde, ad esempio, alla rappresentazione delle donne come più inette/incapaci/inadatte degli uomini e quindi bisognose dell’intervento degli stessi per risolvere i loro problemi/soddisfare le loro esigenze. Rilevare questo tipo di occorrenze è importante cruciale per la presente rilevazione, perché la prima fonte di discriminazione è quella basata su sesso e genere.

ricorre in 19 occasioni) o sono riconducibili a caratteristiche puramente estetiche (16 volte a determinare la derisione è la non conformità della figura femminile a presunti standard di bellezza) o chiamano direttamente in causa la sfera sessuale (in 29 occasioni attraverso la denigrazione della condotta sessuale della donna e in 29 occasioni producendo un'oggettivazione sessuale dell'immagine femminile).

La rilevazione ha mostrato come il rispetto dell'identità di genere sia garantito nel complesso della programmazione Rai, confermando – e anzi accentuando – un trend positivo già registrato nel monitoraggio 2016. Persistono – seppur in misura limitata – rappresentazioni non corrette, leggere ma reiterate, che insistono in maniera evidentemente stereotipata a ricondurre l'immaginario e la narrazione del femminile ai domini dell'estetica e della sessualità.

6.5 Violazione della dignità femminile (strumentalizzazione, mercificazione, volgarità, offese)

La violazione della dignità dell'immagine femminile è stata misurata attraverso la definizione di due aree di analisi: la prima, di natura visuale, ha rilevato l'eventuale presenza in trasmissione di forme di mercificazione e/o strumentalizzazione dell'immagine femminile (esibizione non pertinente del corpo femminile); la seconda, di carattere discorsivo, ha registrato invece i casi in cui all'interno della trasmissione è stato utilizzato un linguaggio scorretto, volgare e/o offensivo nella descrizione della donna o nell'interazione dialogica con le figure femminili presenti.

Il monitoraggio ha registrato rispetto al 2016 una significativa riduzione delle inquadrature e delle sequenze riconducibili a un'esibizione del corpo femminile: 108 occorrenze contro le 150 della precedente rilevazione (- 6,0%). Soltanto in 15 occasioni però, dunque nel 2,1% dei 700 testi complessivamente analizzati, questa esibizione del corpo femminile, nella sua totalità o nel dettaglio di alcune delle sue parti, non è stata ritenuta pertinente rispetto alle logiche narrative del programma o al ruolo ricoperto dal soggetto femminile in questione (Appendice 1 – Tavola 30). Anche rispetto a questa variabile si registra un miglioramento della performance di Rai rispetto all'anno precedente: -1,6% di esibizioni non pertinenti. Ciò conferma la complessiva correttezza di RAI nelle scelte di regia e nell'utilizzo della grammatica e sintassi delle immagini.

Entrando nel merito dei singoli generi la maggior propensione all'esibizione del corpo femminile la ritroviamo nei programmi di sceneggiatura di cinema e fiction (che ricorrono a inquadrature o sequenze che esibiscono il corpo femminile rispettivamente nel 34,5% e nel 32,9% dei loro testi) e nell'intrattenimento (dove l'esibizione è presente nel 33,1% dei casi). Una distribuzione che conferma un trend già emerso nel 2016.

Programmi di sceneggiatura e programmi di *entertainment* differiscono però in maniera significativa se si guarda alla pertinenza dell'esibizione del corpo rispetto al ruolo ricoperto dal personaggio femminile o all'argomento trattato all'interno del programma. Quando nel cinema e nella fiction la macchina da presa tende a stringere sul totale o su un dettaglio del corpo femminile lo fa quasi sempre seguendo una logica nell'esposizione pertinente rispetto al meccanismo narrativo: sommando cinema e fiction sono solo 3 le circostanze in cui è stata registrata un'esibizione del corpo femminile sostanzialmente immotivata (ovvero nel 2,3% dei prodotti visionati).

Nell'intrattenimento la propensione a ricorrere a inquadrature o a sequenze di inquadrature che si soffermano in maniera sostanzialmente gratuita sul corpo della donna o su alcune sue specifiche parti è significativamente più pronunciata: ciò accade in 9 trasmissioni di entertainment sulle 136 incluse nel campione (ovvero nel 6,6% dei casi). Rispetto a quanto osservato nel 2016 è comunque riscontrabile una leggera, ma promettente, riduzione della propensione "voyeuristica" della grammatica visuale dei programmi di intrattenimento (-2,4%). Che l'intrattenimento rappresenti il genere di programma più a rischio rispetto all'adozione di uno sguardo non del tutto appropriato sul corpo femminile lo conferma il fatto che dei 4 programmi segnalati (3 violazioni e 1 criticità) in cui si è registrata un'esibizione non pertinente della donna 3 appartengono proprio alla categoria dell'*entertainment*.

Se infine si osservano i casi di esibizione non pertinente del corpo femminile che hanno interessato generi differenti da Cinema, Fiction e Intrattenimento si nota come a cadere nella

tentazione dell'inquadratura "maliziosa" siano tre programmi (2 di attualità¹⁷ e 1 di servizio) caratterizzati da una evidente tendenza ad incorporare nel proprio format soluzioni estetiche e narrative proprie del metagenere intrattenimento. È necessario dunque prestare particolare attenzione, nel processo diffuso e certamente efficace di ibridazione con le logiche dell'*entertainment* – infotainment, emotainment, sportainment, ecc. –, a non utilizzare l'esibizione non pertinente del corpo come marker e cifra stilistica della contaminazione ricercata.

I due principali comparti dell'informazione, telegiornali e approfondimento informativo, confermano la loro sostanziale estraneità all'esibizione non pertinente del corpo femminile: in nessuno degli 8 casi registrati (7 per l'approfondimento informativo, 1 per i telegiornali) l'esibizione del corpo femminile è stata ritenuta inappropriata rispetto al contenuto narrativo e ai ruoli presenti nella trasmissione.

Sorprende invece a un primo sguardo il dato relativo alle rubriche sportive. Nelle 39 trasmissioni monitorate non è mai registrata alcuna esibizione del corpo femminile. Questo dato dimostra certamente lo sforzo fatto all'interno di questa tipologia di programma per liberarsi da alcune rappresentazione stereotipate della figura femminile che storicamente hanno invece rappresentato un elemento caratterizzante nel racconto dello sport in televisione. La conferma di questa scelta autoriale virtuosa la ritroviamo nei conteggi relativi alle tipologie di figure femminili presenti nei programmi sportivi (si veda il paragrafo 6.2 del presente documento): non è infatti registrata alcuna presenza di "modelle", "veline o vallette" né di ospiti chiamate in studio per esclusivamente per il loro status familiare di "mogli o fidanzate" di protagonisti maschili del mondo sportivo. Presenze sostanzialmente estetico-coreografiche che invece caratterizzano in maniera molto evidente i programmi che ibridano contenuti di sport e formati dell'intrattenimento (sportainment). Di contro, l'opportuna esclusione dalle trasmissioni sportive di presenze femminile puramente coreografiche, si traduce in un racconto che continua a confinare, dal punto di vista del gender balance, il punto di vista e lo sguardo femminile in un ruolo assolutamente marginale: solo il 14,7% dei ruoli significativi conteggiati sono riconducibili a figure femminili (un dato comunque in lieve miglioramento rispetto al 2016: +2,3%).

Se, rimanendo all'interno dell'area violazione della dignità femminile, ci spostiamo dall'ambito della rappresentazione iconica a quello della dialettica verbale (Appendice 1 – Tavola 31), notiamo ancora una volta come, nel suo complesso, il comportamento adottato dalla programmazione RAI nella rappresentazione – in questo caso la costruzione discorsiva – della figura femminile sia caratterizzato da una sostanziale e diffusa correttezza: considerando tutte le dieci tipologie di programma monitorate sono stati soltanto 21 (3,0% del campione totale, dunque) i casi in cui è stato riscontrato, nel riferimento indiretto o nell'interazione dialogica con una figura femminile, l'utilizzo di un linguaggio marcatamente scorretto. Ancora una volta si conferma il miglioramento della performance complessiva di RAI rispetto a un ambito della rappresentazione femminile che già nel 2016 aveva mostrato un dato positivo: lo scorso anno infatti i programmi caratterizzati dall'utilizzo di un linguaggio scorretto nella descrizione delle figure femminile o nell'interazione dialogica con essere erano stati 38 (-2,4%).

Nella maggior parte dei casi in cui è stato rilevato un linguaggio scorretto questo è stato ritenuto tale in quanto *offensivo con espliciti riferimenti sessisti* (11 casi, pari al 52,4% delle occorrenze). Segue come motivazione l'uso di un gergo o di una dialettica *volgare nei contenuti* (6 casi, ovvero il 28,6%).

¹⁷ I due casi relativi al genere Attualità riguardano due differenti puntate dello stesso programma che, anche in considerazione di questa reiterazione, è stato oggetto di una segnalazione di violazione.

Non necessariamente la presenza in trasmissione di una forma linguisticamente scorretta nella descrizione o nell'interazione con un personaggio femminile ha determinato la segnalazione di una criticità o di una violazione. Ancora una volta, per una valutazione sulla correttezza o meno della trasmissione si è rivelata determinante la reazione che il ricorso a un linguaggio scorretto ha suscitato nel programma, direttamente con i suoi protagonisti più autorevoli (o comunque in qualche modo identificabili con il punto di vista del broadcaster), oppure indirettamente, attraverso elementi della narrazione (sviluppo della storia, 'morale della favola', ecc.). Mentre in 8 circostanze la trasmissione ha saputo attivare prontamente una reazione di stigmatizzazione nei confronti della condotta verbale offensiva, soltanto in due occasioni l'utilizzo di un linguaggio scorretto è stato oggetto di una qualche forma di legittimazione. Entrambe queste trasmissioni sono state oggetto di una segnalazione di criticità (per un programma di intrattenimento) e di violazione (per un programma di attualità).

Per quanto riguarda le differenze tra le diverse tipologie di trasmissione, si conferma la tendenza delle violazioni linguistiche a concentrarsi nei programmi di finzione narrativa (fiction e cinema): 13 su 21, pari al 61,9%. In questi casi però l'uso di espressioni inappropriate, volgari o offensive, sono tendenzialmente riconducibili a specifiche dinamiche narrative:

- il linguaggio politicamente scorretto tout court di alcuni caratteri nel genere comico-satirico;
- la necessità di verosimiglianza nella descrizione di un particolare ambiente socio-culturale, spesso marginale, nel *crime* e del *drama*;
- la volontà di caratterizzare negativamente in modo marcato alcuni personaggi come il *villain*, l'antieroe o il doppiogiochista.

Nel complesso dunque non sono state prodotte segnalazioni di criticità o violazione relative alle categorie Cinema e Fiction.

Diverso il caso dei 5 programmi di intrattenimento. Il ricorso a un registro comico-satirico non sempre ha giustificato l'utilizzo di espressioni linguistiche ritenute lesive della dignità femminile: 2 trasmissioni sono state infatti segnalate come criticità (1) e violazione (1).

Nella macro-area dell'informazione è necessario distinguere tra il "percorso netto" di Telegiornali e Approfondimento informativo, che in nessuna occasione sono stati interessati dalla presenza di espressioni linguistiche offensive del genere femminile e l'Attualità che invece annovera 3 occorrenze e una segnalazione di violazione (laddove, in combinato con altre problematiche, si è registrata la legittimazione di affermazioni considerate lesive della dignità femminile).

6.6 Riferimenti espliciti a questioni di genere/pari opportunità

L'area integrativa 1 è stata incorporata nell'attività di monitoraggio sulla programmazione RAI a partire dal 2016 nella convinzione che il modo in cui la televisione, e la televisione pubblica in particolare, affronta e tratta la questione delle pari opportunità sia fondamentale ai fini della promozione di una coscienza sul tema e di una sensibilizzazione circa il permanere di "zone" di forte disuguaglianza tra i sessi.

L'indagine ha registrato come nella programmazione RAI del 2017 il tema delle pari opportunità e delle (dis)uguaglianze di genere abbia subito, rispetto allo scorso anno, un lieve ma non irrilevante ridimensionamento (Appendice 1 – Tavola 34): le trasmissioni infatti che hanno fatto esplicitamente riferimento a questa particolare issue nel 2017 sono state 109 (15,6%), mentre erano state 138 nel 2016 (-4,1%).

L'Approfondimento informativo, nonostante abbia registrato una significativa riduzione di questa specifica tematizzazione (-9,6%) resta la tipologia di programma dove si registra il maggior numero di casi in assoluto (22), mentre è l'Attualità la categoria che in proporzione ha dedicato più spazio all'interno delle proprie trasmissioni alla questione delle pari opportunità: oltre un terzo dei suoi programmi, il 36,0% (+11,8% rispetto al 2016). Restando nell'alveo dell'informazione televisiva, si registra una significativa diminuzione nella copertura di questo tema all'interno dei telegiornali: sulle 88 edizioni nazionali e regionali monitorate, sono 11 (cioè il 12,5%) quelle in cui è stata individuata in maniera esplicita la tematizzazione delle pari opportunità (-4,5% rispetto al 2016).

Interessante il dato, in controtendenza, relativo alle Rubriche sportive: mentre nel 2016 era accaduto in un'unica, isolata circostanza che in questa tipologia di trasmissioni si affrontassero problematiche relative a pari opportunità e disuguaglianze di genere, nel 2017 sono stati 6 i casi in cui l'approfondimento sportivo si è interessato e ha considerato notiziabile per i propri pubblici questo specifico topic. Il dato percentuale - 15,4% - pone le Rubriche sportive perfettamente in linea con il dato complessivo registrato e le colloca al di sopra, per frequenza relativa, a un genere "sensibile" come quello della Cultura, scienza, ambiente (10,6%).

Resta invece sostanzialmente invariato lo spazio dedicato al tema dai Programmi di servizio (10 casi, 23,3% della programmazione interna al genere), vale a dire da quel settore della programmazione RAI che in maniera più diretta deve raccogliere l'invito presente nel contratto di servizio in essere a «contribuire alla rimozione degli ostacoli che di fatto limitano le pari opportunità» (art. 2, comma 3, lettera p).

Costante è anche il dato relativo alla Fiction, la forma narrativa su cui si costruisce buona parte dell'immaginario collettivo contemporaneo, che come già accaduto lo scorso anno ha dedicato nelle sue storie discreto spazio alle questioni di genere e al tema delle pari opportunità: 16 episodi, pari al 22,9% (-1,3% rispetto al 2016). L'attenzione della serialità di produzione RAI alle tematiche di genere è confermata anche, in una dimensione di analisi questa volta qualitativa, da una forte valorizzazione dei personaggi femminili che sono stati protagonisti delle Fiction trasmesse nel 2017 (su questo aspetto, rimandiamo al focus specifico presente nel presente rapporto).

Andando invece a confrontare i dati sul punto di vista espresso dai programmi sul tema delle pari opportunità si nota come, rispetto a quanto rilevato nel 2016, sia precipitata la percentuale di trasmissioni che, nell'affrontare questa particolare tematica, tendono a considerare quello delle pari opportunità come un traguardo ormai sostanzialmente raggiunto: questo infatti accade soltanto in 2 occasioni (1,8%) nel 2017, contro le 27 (19,6%) della scorsa indagine. Per due trasmissioni su tre (65,1%) nella nostra società la strada verso il superamento delle

disuguaglianze di genere – soprattutto in tema di violenza, di mercato del lavoro (si pensi al tema del “soffitto di cristallo” o del *gender pay gap*), di diritti e di autodeterminazione (rispetto alla sfera sessuale e riproduttiva) – è ancora lunga e complessa (Appendice 1 – Tavola 36).

6.7 La violenza di genere

La riduzione delle trasmissioni che hanno affrontato in maniera esplicita la questione delle pari opportunità è almeno in parte spiegabile con la crescita di attenzione che nel 2017 ha interessato il tema della violenza di genere. In qualche modo la rilevanza assoluta, nei media e nell'opinione pubblica, assunta dal problema della violenza di genere, soprattutto nella seconda parte dell'anno, ha verosimilmente agito come catalizzatore di attenzione per quei programmi e quelle trasmissioni strutturalmente più orientate ad occuparsi a trecentosessanta gradi, di questioni relative a relazioni e dinamiche di genere. I dati sembrerebbero suffragare questa ipotesi di "cannibalizzazione" delle gender issues da parte delle notizie, della cronaca e dell'approfondimento del topic violenza di genere: nel 2017 sono state 98 le trasmissioni in cui è stata in qualche modo rappresentata la violenza di genere. Nel 2016 erano state 83 (+3,1%).

La dimostrazione della crescita di rilevanza assunta dal tema violenza di genere nella politica editoriale portata avanti dalla RAI nel 2017 è certificata in particolare dai dati relativi ai Programmi di servizio: in quell'area della programmazione che più esplicitamente si fa portavoce e testimonial della missione del Servizio pubblico, che direttamente si incarica di rappresentare il suo ruolo e la sua funzione sociale, la copertura del tema violenza di genere è cresciuta del 27,5% passando dai 7 casi del 2016 (16,7%) ai 19 del 2017 (44,2%). Quasi la metà dunque delle trasmissioni di servizio monitorate si è occupata di violenza di genere. Telegiornali e fiction, le altre due categorie più sensibili al tema, si fermano rispettivamente al 26,1% (+7,9% rispetto al 2016) e al 25,7% (+0,4%).

È importante anche notare lo sconfinamento della tematizzazione in aree della programmazione che lo scorso anno si erano mostrate sostanzialmente disinteressate alla rappresentazione e al racconto della violenza di genere, e che invece nel 2017 hanno triplicato tutte la propria attenzione al tema: l'Attualità è passata dal 6,2% al 16,0%, il Factual dal 2,6% all'8,1% e l'Intrattenimento dall'1,6% al 4,4%.

Ma questa crescita di attenzione nei confronti della violenza di genere si è tradotta anche in un miglioramento della qualità della rappresentazione? Sono tre i principali parametri utilizzati per valutare il livello di correttezza della programmazione RAI nel racconto, nella cronaca e nell'approfondimento del topic violenza di genere: 1) l'identificazione del responsabile del comportamento violento; 2) l'inquadramento del fenomeno della violenza di genere e la definizione delle sue principali motivazioni; 3) la tipologia di frame utilizzato nel complesso della trattazione per rappresentare la violenza di genere.

Rispetto a due di questi tre parametri – l'identificazione dei responsabili e la definizione delle possibili cause che possono essere alla base del fenomeno della violenza di genere – il monitoraggio 2017 presenta delle evidenze che certificano un significativo miglioramento nella qualità del racconto dei programmi del servizio pubblico.

Se nel 2016 infatti l'indagine aveva registrato, per quanto riguarda i responsabili della violenza di genere (Appendice 1 – Tavola 38), una non marginale sovra-rappresentazione degli sconosciuti alla vittima come responsabili della condotta violenta (38,6%), nella rilevazione 2017 questo dato si è significativamente ridimensionato (-10%). Se poi si prendono in considerazione solo i casi in cui lo sconosciuto alla vittima è individuato come l'unico responsabile della violenza di genere, il dato sulla rilevazione 2017 cala ulteriormente, attestandosi su una percentuale (19,4%) molto vicina al dato reale restituito dall'indagine EURES 2013 (17%).

I programmi di sceneggiatura – e in particolare la fiction – nel loro essere meno vincolati al racconto del singolo caso di cronaca, rappresentano un indicatore importante per comprendere

che tipo di sensibilità è alla base del racconto della violenza e come si stia ristrutturando l'immaginario collettivo su questo particolare ambito tematico: nelle 18 puntate di fiction prodotta da RAI in cui è rappresentata in qualche modo la violenza di genere sono soltanto 3 i casi in cui il responsabile è identificato con un soggetto sconosciuto alla vittima (16,7%). Il confronto con lo stesso dato riferito al 2016 mostra chiaramente come sia in corso un cambiamento di sensibilità nella scrittura dei plot narrativi della serialità a firma RAI impegnata nel racconto della violenza sulle donne: lo scorso anno erano state 7 su 23 le fiction che avevano descritto l'autore del comportamento violento come estraneo alla vittima (30,4%).

Nei programmi della macro-area informativa (Telegiornali e Approfondimento informativo) invece l'attualità della cronaca rende comprensibilmente più elevata la ricorrenza di episodi legati al racconto di un'aggressione che arriva dall'esterno delle relazioni sociali e affettive della vittima: 9 trasmissioni su 38 (23,7%).

Molto interessante è infine il dato relativo ai Programmi di servizio. In questa particolare categoria di trasmissioni, in cui la responsabilità sociale e la missione culturale più direttamente intervengono nella definizione delle politiche editoriali e delle scelte autoriali, notiamo un importante e significativo sottodimensionamento dei casi di violenza di genere riconducibili esclusivamente all'azione di uno sconosciuto alla vittima: sono solo 2 su 19, ovvero il 10,5%.

Anche rispetto al secondo parametro qualitativo di valutazione, ovvero la definizione delle cause e delle radici della violenza di genere, la rilevazione sulla programmazione 2017 sembra mostrare un trend positivo: la rappresentazione offerta lo scorso anno dalla RAI si è allineata in maniera molto più netta rispetto a quanto registrato dodici mesi prima alle indicazioni della Convenzione di Istanbul (2011) che insiste sulla necessità di rappresentare la violenza contro le donne come un fenomeno *di genere*, espressione di rapporti di potere diseguali fra i sessi, nella struttura sociale e nelle relazioni interpersonali, con gli uomini in posizione di vantaggio e le donne in posizione di subordinazione. Nel 2017 quasi i tre quarti delle trasmissioni interessate (73,5%, 72 occorrenze) hanno almeno in parte ricondotto la violenza sulle donne direttamente a una dinamica di genere (Appendice 1 – Tavola 39). Lo stesso dato, per il 2016, si era fermato al 49,4% (41 occorrenze). Il netto miglioramento nell'identificazione e nell'analisi delle cause alla base dei comportamenti violenti agiti da uomini nei confronti delle donne è confermato dal parallelo crollo delle motivazioni che insistono, in maniera scorretta e pericolosa, sul topos dell'aberrazione individuale: accadeva nel 38,6% dei casi nel 2016 (32 occorrenze) contro il 22,5% dell'ultima rilevazione (22 occorrenze, -15,1%). In controtendenza il dato relativo invece all'inquadramento della violenza di genere come fenomeno legato all'ordine pubblico: qui i casi nel 2017 sono in aumento (dal 6,0% al 10,2%). Ma quello appena trascorso è stato un anno molto "sensibile" nell'agenda politica, nell'opinione pubblica e nella sfera dei media alla problematica della pubblica sicurezza.

Ancora una volta appare particolarmente significativo il cambiamento di sensibilità che emerge dall'analisi del dato sulla fiction. Nel 2016 quello della serialità infatti era stato uno dei generi che registrava la maggior propensione ad utilizzare come chiave narrativa il frame dell'aberrazione individuale: in 7 trasmissioni su 23 (30,4%) era questa l'unica ed esclusiva cornice a cui ricorreva la sceneggiatura per descrivere il fenomeno della violenza di genere. Il monitoraggio 2017 registra invece un significativo ridimensionamento nell'adozione all'interno dei prodotti di fiction esclusivamente di questa particolare prospettiva: 4 casi su 18 (pari al 22,2%).

Si conferma, come già rilevato nel 2016, la corretta impostazione su questo punto dell'Approfondimento informativo che in 13 trasmissioni su 15 interpreta correttamente il fenomeno della violenza contro le donne come un fenomeno strutturalmente inscritto

all'interno di specifiche dinamiche di genere (in 10 occasioni questa è l'unica variabile utilizzata per la lettura e l'approfondimento del caso di violenza; in 2 circostanze questo è accompagnato alla tematizzazione, più ambigua, che lega il fenomeno a problemi di ordine pubblico; ancora in 2 occasioni – ma mai in via esclusiva – un programma di approfondimento informativo ha invece fatto ricorso alla motivazione dell'aberrazione individuale). Restando nell'alveo della macro-area informativa i Telegiornali mostrano, rispetto al campo attiguo dell'approfondimento informativo, una tendenza più accentuata, ma comunque contenuta, ad utilizzare la cornice "semplice" ma distorta dell'aberrazione individuale per costruire il proprio resoconto giornalistico di un caso di violenza di genere: questo infatti accade in 7 circostanze delle 23 individuate (ma solo 4 volte in via esclusiva).

Non sembra invece mostrare un andamento positivo l'ultimo dei tre parametri cui l'indagine ricorre per valutare la corretta rappresentazione della violenza di genere: il tipo di frame utilizzato per concettualizzare i casi di IPV [*Intimate Partner Violence*] maschile (Appendice 1 – Tabella 40). Il monitoraggio della programmazione 2017 ha infatti registrato un leggero incremento nell'adozione di un frame di tipo episodico: ciò avviene infatti in 59 occorrenze sulle 98 totali, ovvero nel 60,2% dei casi (nel 2016 il dato registrato era del 56,6%).

Tra le categorie di trasmissione che presentano una maggior consuetudine con la rappresentazione della violenza di genere (che hanno dunque coperto questa particolare tematica in almeno 10 occasioni) si distingue nettamente – come già rilevato nel 2016 – la più matura capacità di *framing* che caratterizza i programmi di approfondimento informativo: il 73,3% delle trasmissioni ha infatti adottato una cornice di tipo tematico. Percentuali che si capovolgono completamente nell'area informativa dei telegiornali: qui quasi due terzi dei servizi hanno fatto ricorso a un frame episodico. Le differenti routine produttive e le diverse logiche di notiziabilità seguite da queste due aree dell'informazione televisiva possono facilmente dar conto di una così differente concettualizzazione. Il tempo breve della cronaca quotidiana, l'emergenza del suo accadere e la rapida obsolescenza della sua attualità giornalistica, spingono il racconto dei Tg a concentrare la propria narrazione sul singolo episodio. Una semplice ma efficace soluzione editoriale – come il contatore che andava in sovraimpressione in tutti i servizi del Tg2 che si occupavano di femmicidio – può comunque servire a introdurre almeno una forma leggera di tematizzazione senza mettere troppo in discussione format consolidati di confezionamento della notizia propri delle redazioni e delle testate giornalistiche.

Fiction e Programmi di servizio, i due generi che nel complesso hanno fatto registrare i miglioramenti più significativi nella rappresentazione della violenza sulle donne, non mostrano invece sostanziali nel processo di *framing* rispetto a quanto emerso nella precedente rilevazioni: in entrambi i generi la cornice episodica caratterizza circa i due terzi delle trasmissioni (63,2% per i Programmi di servizio e 66,7% per la Serialità prodotta da RAI).

6.8 Focus: la violenza di genere

In questa sezione intendiamo svolgere riflessioni di stampo marcatamente qualitativo sulla scorta dei dati esposti nel paragrafo precedente ed a integrazione di questi. Segnaliamo che l'argomento della violenza maschile contro le donne ha assorbito nella programmazione

televisiva del 2017, qualitativamente e percentualmente, uno spazio crescente rispetto ad altri temi e questioni di genere: un fenomeno che presenta aspetti positivi e aspetti più problematici.

Senza dubbio, come già osservato, di per sé l'aumento esponenziale della visibilità della violenza maschile contro le donne è un dato importante, che finalmente testimonia della capacità della TV di servizio pubblico di far emergere un problema sociale e culturale tragicamente stabile negli anni. Ed è comprensibile che, nelle logiche della programmazione, la visibilità di questo tema vada a detrimento di altri temi di genere e pari opportunità. Comprensibile, e tuttavia spia di una carenza ancora da colmare, ai fini della completezza, correttezza e maturità dell'approccio di RAI alla narrazione della violenza maschile contro le donne.

Quelli che vengono definiti temi "di genere", utilizzando, come spesso accade – anche negli studi di settore – il termine "genere" come sinonimo di "donne", sono temi che riguardano, specificamente, la *condizione femminile* o suoi aspetti precisi (il mercato del lavoro, la rappresentanza politica, i temi della salute e dell'autodeterminazione e della salute sessuale e riproduttiva, ecc.). La violenza maschile contro le donne è anch'essa una componente, per così dire, anzi, un "descrittore" fondamentale della condizione femminile nell'Italia contemporanea. Ma se concepiamo la violenza di genere per quello che è, cioè un problema culturale, che riguarda i modelli di ruolo di genere e di relazioni – anche di potere - fra i sessi, dovremo convenire che è soprattutto un indicatore fondamentale dello stato di salute di tali rapporti, e che, a essere più precisi, dice soprattutto della *condizione maschile* nell'Italia contemporanea. Questo non significa certo che tutti gli uomini esercitino violenza contro le donne, ma semplicemente che tutti coloro che lo fanno – in particolare quando si tratta di compagne, mogli o ex tali - sono uomini. In altri termini: la violenza di genere è un problema di cui fanno le spese le donne, ma riguarda in primis gli uomini. È un problema *degli uomini*. Da oltre un ventennio, anche grazie alla diffusione dei *Men's Studies*, infatti, si è cominciato a affiancare all'attenzione per le vittime quella per gli autori delle violenze, portando alla luce i complessi legami tra violenza e identità maschile (Connell 1995 trad. it. 1996; Hearn 1998; Dobash, Dobash, 1998).

E tuttavia, tornando alla programmazione Rai, la tematizzazione della violenza di genere implicita nelle logiche di costruzione dei palinsesti e nelle dinamiche di notiziabilità del 2017 è quella di argomento femminile, di interesse e pertinenza specifica, se non esclusiva, delle donne. Questo sembrerebbe deducibile dalla correlazione positiva tra la diminuita presenza di "riferimenti a temi di genere/pari opportunità" e l'aumentata visibilità del fenomeno: si parla meno della condizione femminile o di suoi aspetti specifici perché la casella "rosa" del palinsesto è saturata dal tema della violenza. Esso subisce dunque una sorta di segregazione tematica, di involontaria etichettatura come *pink issue*, che ne mette in ombra il portato universale, il carattere di categoria "non residuale ma costitutiva del reale" (Carmino 2011, 55) e di fenomeno strutturale, pervasivo dell'intera società, dove investe tanto l'ambito pubblico quanto quello privato, la vita individuale come quella collettiva.

Questa riflessione sulla "segregazione tematica" della violenza maschile contro le donne, ribadiamolo, riguarda la "fotografia complessiva", l'articolazione del paesaggio per come ce lo consegnano i dati sulla distribuzione della copertura ed è indipendente dal profilo qualitativo della stessa o dall'evoluzione della sensibilità rispetto al tema registrata in molte trasmissioni: come abbiamo visto, si parla più frequentemente rispetto all'anno passato della violenza più propriamente e correttamente intesa, cioè della fattispecie statisticamente più rilevante – quella che interessa le relazioni intime e le relazioni di prossimità – e se ne parla nei termini appropriati, ricorrendo meno spesso a una lettura in chiave individuale, di aberrazione del singolo, e più spesso a una lente di genere. Ma proprio perché esistono questi indicatori incoraggianti viene da chiedersi cosa accadrebbe se si spostassero i termini del discorso, se si

producesse un rovesciamento di prospettiva e si iniziasse a trattare, concettualizzare e naturalmente anche misurare la violenza di genere non più solo come un problema delle donne ma anche come un problema degli uomini. Quale sarebbe, insomma, lo sviluppo narrativo, lo sguardo gettato sul reale, e il tipo di contributo dato dalla TV pubblica alla lotta contro il problema se i titoli di apertura dei TG o i trailer delle fiction invece di dire “un’altra storia di violenza sulle donne” dicessero “un altro caso di violenza da parte di un uomo?”

Con ogni probabilità, aumenterebbero le occasioni per riflettere sulle “armature di genere”, sulle norme culturali che costruiscono la maschilità e strutturano la gerarchia tra i generi (Magaraggia, Cherubini 2013), e che, fin dai giocattoli, dalle narrazioni e dagli immaginari proposti a bambini e bambine tollerano, persino incoraggiano l’espressione di aggressività nei primi e la inibiscono nelle seconde. Contestualizzare in questi termini l’analisi della violenza o collegare a questo orizzonte interpretativo la sua copertura nei formati brevi dell’informazione come nelle storie della fiction significherebbe contribuire in modo determinante a sradicare il fenomeno: significherebbe, finalmente, illuminare la normalità degli uomini maltrattanti, smettendo di esorcizzarli come “mostri”, smettendo di derubricarne la condotta ad espressione di devianza culturale - quando la violenza è agita da membri di “minoranze” etniche - o di devianza individuale - quando l’autore è un “nostro” uomo - prodotta di condizioni specifiche o contingenti (il “momento di follia”, la marginalità sociale, la depressione, l’abuso di alcol ecc.). Anche se i dati indicano una sensibile decrescita, rispetto al 2016, del frame della “aberrazione individuale”, esso non è tuttavia ancora scomparso dall’orizzonte discorsivo della programmazione di servizio pubblico. Questo, dunque, l’ultimo passo da compiere.

Si tratta, insomma, di rimettere il maschile al centro, e di rimettercelo nel modo più corretto, ovvero rendendo visibile l’intreccio tra violenza/aggressività e maschilità. Questo, d’altronde, accade già da tempo in quell’ampia parte di letteratura che citavamo poc’anzi, e che legge nell’esercizio della violenza un elemento costitutivo della maschilità (o meglio, di una certa maschilità, definita “egemonica”). Un simile approccio potrebbe offrire un contributo importante anche in considerazione della diffusione del fenomeno noto come “occultamento simbolico” dell’autore, ovvero la sua rimozione dalle rappresentazioni della violenza. La sfera mediale ne offre numerose testimonianze: dai titoli delle notizie, in cui si parla genericamente di “violenza contro le donne” (omettendo “maschile”) fino alle campagne istituzionali di sensibilizzazione, dove a campeggiare in primo piano sono sempre volti femminili alterati dai segni della violenza. Il primo passo per risolvere un problema è proprio quello di nominarne l’autore, renderlo visibile. E tuttavia, troppo spesso nei media il maschile appare ancora “indicibile”.

Questo ci conduce ad un’ulteriore riflessione sulla programmazione Rai, che investe appunto il piano visivo, senza dubbio molto importante in un mezzo come la TV. Nel corso del 2017 sono stati frequenti i casi di trasmissioni - di genere diversissimo - in cui si registrava uno “scollamento” tra il piano discorsivo e il piano visivo. Ad una appropriata concettualizzazione, in termini narrativi, della violenza di genere non sempre si accompagna un egual grado di maturazione sul piano visivo: le immagini proposte a corredo (magari perché materiale d’archivio) si concentrano solo sulle vittime. Oltre al bias della invisibilità degli autori, questa scelta presenta un ulteriore aspetto critico (di nuovo, comune a una pluralità di media) quando le vittime appaiono in posture di vulnerabilità, accuciate, nell’atto di ripararsi il volto, sole, indifese, sopraffatte (Giomi 2017).

Immagini del genere possono servire a sollecitare empatia e dunque a sensibilizzare l’opinione pubblica, ma occorre tenere presente che veicolare un’idea di vittimizzazione e fragilità delle donne rischia, paradossalmente, proprio di alimentare quella cultura della “predabilità” femminile di cui la violenza di genere si nutre. Le “buone pratiche” registrate sia a livello

internazionale (Sutherland et al. 2015; Unfpa 2016) che nazionale (Gi.U.Li.A. 2017, Nonuadimeno 2017), infatti, indicano l'importanza di valorizzare la capacità di reazione delle donne, di fare "rete" fra loro, così da infondere in chi subisce abusi fiducia nelle proprie capacità e nella possibilità di intraprendere percorsi di fuoriuscita dalla violenza (ragione per cui in questo monitoraggio abbiamo preferito la dicitura "vittima/sopravvissuta" a "vittima").

Un'ultima notazione riguarda ancora la rappresentazione delle donne che subiscono violenza fornita dalla programmazione RAI. Si è registrata una correlazione positiva tra l'aumento di visibilità del fenomeno e l'aumento del numero di donne che intervengono in qualità di "vittime/sopravvissute" o di parenti delle stesse. L'introduzione di una simile categoria nel nostro monitoraggio è stata dettata dalla volontà di adeguarne la metodologia a quella delle più significative esperienze internazionali, così da consentire la comparabilità dei dati: ad esempio il GMMP - Global Media Monitoring Project (il più importante studio longitudinale sulle rappresentazioni di genere nei media di tutto il mondo) e le altre survey che ad esso in parte si rifanno, come quella curata da Ross e Padovani (2016) sulle principali emittenti TV dei 28 paesi europei. Bisogna precisare che in questi disegni metodologici, e dunque anche nel nostro, una nutrita presenza femminile nella categoria di "vittima/sopravvissuta" (di violenza domestica, di disastri naturali, di incidenti, ecc.) di per sé non è dato positivo: il ruolo di vittima riproduce componenti tradizionali dell'identità femminile perché focalizza la dimensione del vissuto personale e privato, e si presta a effetti patemici che rafforzano l'associazione tra femminilità e emozioni/fragilità. Le ricerche sia sui media fictional non-fictional, infatti, interpretano il ruolo narrativo di "vittima" alla stessa stregua di "madre", "moglie", o "oggetto sessuale", ovvero indice di una rappresentazione stereotipata e di un repertorio limitato di figure destinate al femminile.

Ma l'aumento delle donne che compaiono nel ruolo di vittime, se collocato nel contesto del discorso sulla violenza di genere, assume tutt'altra connotazione. Sappiamo infatti - ed è un'ulteriore dimostrazione delle molte sfide poste dalla narrazione di questo tema - che i contenuti dove non si produce l'occultamento simbolico dell'autore a volte presentano il problema opposto: tendono a riportare la versione dell'autore o a amplificare il suo punto di vista, a scapito di quello delle vittime. Il rischio è particolarmente pronunciato quando la donna è stata uccisa e non può riportare la sua versione dei fatti. Diviene dunque importante "rimettere la vittima/sopravvissuta al centro", ovvero costruire narrazioni che rendano giustizia alla complessità della sua biografia e alla specificità della sua persona, e che soprattutto consentano alle donne di parlare per sé, senza mediazione (Giomi, Magaraggia 2017).

Appare dunque indice di una accresciuta consapevolezza e maturità l'aumento, nelle trasmissioni che parlano di violenza maschile contro le donne, della presenza delle dirette interessate. Tale aumento riguarda peraltro tutti i generi (tranne - unica pecca - la fiction e l'intrattenimento informativo) ed è particolarmente pronunciato in quei comparti in cui aumenta molto anche lo spazio dedicato al tema: nei programmi di servizio, che come abbiamo osservato più incarnano la funzione sociale della TV pubblica, la presenza di donne in questo ruolo passa dalle 2 del 2016 alle 13 del 2016. Insomma, i dati sembrerebbero indicare che più si parla di violenza di genere, più lo si fa attraverso le parole e il punto di vista di chi l'ha subita. E questo è sicuramente un trend positivo.

7. IMPRESSIONI DI SCENARIO: CONCLUSIONI CHE POSSIAMO TRARRE DA QUESTO LAVORO E POSSIBILI INDICAZIONI PER IL COMMITTENTE

Come abbiamo già notato preliminarmente, la continuità metodologica e operativa tra rapporto 2016 e 2017 consente di impilare i dati e i concetti; e dunque di dare alle presenti considerazioni finali la forma di un raffronto: cosa è cambiato rispetto all'anno precedente, cosa si è mosso, quali tendenze si sono affermate nell'opinione pubblica e, soprattutto, come si è evoluta la programmazione televisiva che da sempre è di tali mutamenti un barometro sensibile.

Nell'opinione pubblica e in quella duplice arena formata dai media e dai social è sicuramente avvenuto un triplice slittamento. In primo luogo la tematica "pari opportunità" sta evolvendo verso la tematica "di genere" con molteplici effetti, anche sul vocabolario. In secondo luogo oltre le "molestie" e lo "stalking" si è sempre più affermata la tematizzazione della violenza e dello stupro (concetti ben più pesanti di molestia). Le sue forme più devianti e letali – come il femminicidio – stanno aprendo una breccia nella rimozione sociale a lungo praticata nei confronti di questi diffusi fenomeni, e limitano la portata della loro minimizzazione. Non più dunque "casi particolari", "dolorosi fatti di cronaca", "aberrazioni individuali in contesti degradati", ma gravi fenomeni sociali diffusi e statisticamente rilevanti, questioni di ordine pubblico e di servizi sociali, entrando così a pieno titolo nell'agenda politica. In terzo luogo cominciano ad evidenziarsi le connessioni tra le questioni di genere e altro: altre violazioni di diritti, altri disagi sociali, discriminazioni di minoranze, forme di intolleranza e di razzismo. E questo ben oltre la considerazione che spesso sono gli stessi tristi episodi di cronaca nera a riguardare in uno stesso evento criminale alcune di queste emergenze.

Naturalmente tutto ciò non significa un mutamento radicale negli atteggiamenti diffusi, nella coltivazione di pregiudizi antichi e recenti, di forme di minimizzazione o rivittimizzazione nelle quali si attua una rimozione e un'omertà ancora largamente diffuse. Tutto ciò continua ad esistere e non solo in circoscritte "sacche di resistenza", ma sul piano della cultura popolare e anche delle élite e dei leader di opinione. Tuttavia la messa a tema di queste issue, la possibilità di agirle nello spazio pubblico con una nuova sicurezza, aiutata da una sintassi discorsiva e da una terminologia innovative, è indubbia.

Ciò premesso, la domanda che si pone è come questo cambio di passo nella pubblica opinione e nell'agenda si è riflesso sulle routine produttive della televisione di servizio pubblico, sui suoi palinsesti, su ciò che è andato in onda (scripted o unscripted) e su quanto è stato raccolto e condiviso (talvolta in modo critico e ironico) nel duplice universo comunicativo dei media e dei social con il loro continuo rimpallo reciproco. Il "barometro sociale e politico" che da sempre fa parte del Dna della Rai ha funzionato? E la tv di servizio pubblico è riuscita a svolgere su queste tematiche un'azione socializzante (osseremo dire pedagogica) che – secondo una consolidata storiografia – dopo i fasti del monopolio fu sfidata dalla televisione commerciale e poi fortunatamente riaffermata nell'era dell'offerta digitale?

Nel rapporto 2016 questo interrogativo trovava una risposta "triangolare". La capacità reattiva nei confronti di queste issue, nuove per il servizio pubblico, e la capacità di imparare (adeguando testi e comportamenti, gag, balletti, trame, ospitate etc.) era descritta come distribuita diversamente in tre grandi segmenti della programmazione (fiction, intrattenimento, informazione). La fiction appariva la più ricettiva, a costo di qualche errore (sempre possibile quando si agisce, risparmiato solo a chi non cambia niente); l'informazione appariva attenta, ma con zone di sordità e altre in cui la buona volontà non appariva sorretta da una conoscenza aggiornata del tema. L'intrattenimento rappresentava un problema. Qui,

particolarmente nel daytime, sopravvivevano temi, trattamenti, scelte produttive e redazionali discutibili, o che mostravano di non tenere tali tematiche in considerazione.

Il confronto con il 2017 conferma il triangolo ma ne modifica sensibilmente l'angolatura. La **fiction di produzione Rai** prosegue la sua corsa, confermata da grande attenzione del pubblico (anche fidelizzato ad altre emittenti), mettendo a punto inoltre strategie di palinsesto che circondano di un'aura particolare taluni prodotti: ad esempio l'attenta gestione delle repliche e l'esigua produzione di nuovi episodi in "Montalbano". L'**informazione** ha migliorato la sua performance sia restringendo le aree di sordità che facendo circolare e mettendo in rete conoscenza specialistica: la presenza di codici deontologici, di associazioni professionali, di movimenti e gruppi di discussione sul tema, di centri antiviolenza ha avuto un ruolo importante. Grazie alla formazione continua cui i giornalisti sono obbligatoriamente tenuti si sono moltiplicate in varie parti d'Italia le occasioni di formazione, riflessione e di dibattito, che spesso hanno convocato esperti, esponenti della categoria, docenti, persone attive nei movimenti, nelle associazioni e nei centri, magistrati, medici, avvocati, psicologi e talvolta persino gli affidatari di questo monitoraggio.

Tale esperienza meriterebbe di essere proseguita ed estesa, in forme proprie e probabilmente specifiche, ad altre categorie di operatori della televisione pubblica: particolarmente, a nostro parere, producer, funzionari ai programmi, autori testi, programmisti in redazione, registi e naturalmente i conduttori e le persone sulla scena. Pur tenendo conto dei loro impegni e del loro statuto di artisti (talvolta invocato per giustificare qualche licenza) sarebbe veramente opportuno che trovassero un po' di tempo, insieme ai loro stretti collaboratori e assistenti, per partecipare a qualche sessione di aggiornamento.

Un lato del triangolo rimane in evidenza con le sue ragguardevoli proporzioni: l'intrattenimento, particolarmente nel daytime in cui il problema è coprire ampie partiture di mattinate o pomeriggi, e in cui un meticcio implicito o esplicito con l'approfondimento informativo, magari settoriale (gossip, salute, bellezza, sport, moda, food), non è evitabile e anzi rappresenta una risorsa per riempire queste ampie campiture di tempo. Non sempre appare adeguata la conduzione e gestione di questi programmi, quasi sempre scritti e condotti al maschile da personaggi autorevoli ma portatori (anche per motivi anagrafici) di una cultura di genere di stampo tradizionale.

Il problema già segnalato nel Report 2016 permane. Un'osservazione più prolungata ci ha permesso di individuarne due sottogeneri. Il primo, particolarmente diffuso nel daytime, è di tipo senile: si sostanzia di proverbi, battute, modi di dire che minimizzano e rimandano ai casi della vita, alla fatalità, allo spirito umano sempre uguale al di là delle apparenze e dei mutamenti in superficie. Si ammanta della pretesa che un tono leggero, un sapere proverbiale e gnomico sia capace, in quanto risorsa professionale generalista, di affrontare anche questioni complesse, che coinvolgono saperi specialistici e moderni, senza un'adeguata preparazione.

Una seconda tipologia, che appare in occasioni serali di intrattenimento (specie in seconda serata) con coloriture più trasgressive, si avvale di un umorismo che risale al teatro di varietà e all'avanspettacolo, con intarsi della goliardia e del cameratismo da caserma; a loro volta derivati indirettamente dalla cultura della casa di tolleranza. Da essa discendono decine di barzellette, luoghi comuni, doppi sensi. Pur essendo una cultura arcaica, essa pretende di essere vicina ai giovani e capace di attirarli in serate televisive.

Siamo convinti tuttavia che entrambe queste culture appartengano in buona parte al "sessismo benevolo". I loro rappresentanti si direbbero stupiti di critiche e addebiti, sostenendo spesso in buona fede di essere di idee moderne e, magari, avanzate; che i loro comportamenti sono ispirati a "cavalleria verso il gentil sesso", a "galanteria", a "buon senso tradizionale ed

esperienza". Ciò fa sperare che un confronto aziendale disteso, senza atteggiamenti inquisitori o punitivi, ma fondato sull'immissione di nuova e aggiornata conoscenza, potrebbe migliorare sensibilmente questa area della programmazione e – fattore non secondario – caratterizzare ulteriormente la produzione Rai rispetto ad altre offerte non di servizio pubblico che sono disponibili sul telecomando o sullo schermo. La nostra disponibilità a parteciparvi si conferma elevata: non solo per comunicare il lavoro che stiamo compiendo, ma anche perché c'è sempre qualcosa da imparare da un confronto come questo.

Con questo auspicio concludiamo il Rapporto 2017. I suoi risultati sarebbero stati sicuramente meno evidenti se il gruppo di lavoro non avesse potuto intrecciare con la committenza un rapporto continuo, dialettico e sicuramente fecondo.

BIBLIOGRAFIA

- Accenture (2016), *Cracking the Gender Code. Get 3X Women in Computing*, Research Report (www.accenture.com).
- Accenture, Girls Who Code (2016), *Cracking the Gender Code. Get 3X Women in Computing*, Research Report (www.accenture.com).
- Ang, I. (1985), *Watching Dallas. Cultura di massa e imperialismo culturale*, Armando Editore.
- Antonello, P. [2016], *1.7: A' storia e' Maria: Gender power dynamics and genre normalization* («Imma contro tutti», Francesca Comencini), in «The Italianist», 36, 2, pp. 322-327.
- Azzalini, M. (2015), "News Media: quale rappresentazione femminile? I risultati nazionali del Global Media Monitoring Project 2015", in *Problemi dell'informazione*, 15(3): 669-673.
- Berns, N. (2004), *Framing the Victim: Domestic Violence, Media, and Social Problem*, New York, Aldine Transaction.
- Berridge, S. [2013], *Teen heroine Tv: Narrative complexity and sexual violence in female-fronted teen drama series*, in «New Review of Film and Television Studies», 11, 4, pp. 477-496.
- Billings AC, Angelini J, MacArthur P, (2014), "(Re)Calling London: The Gender Frame Agenda within NBC's Primetime Broadcast of the 2012 Olympiad", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(1): 38-58.
- Bonerba, G., De La Cuadra De Colmenares, E. (2015), "La rappresentazione televisiva del femminicidio. I casi Amore Criminale e Voces contra el miedo", in Bartholini, I., (a cura di), *Violenza di genere e percorsi mediterranei*, Milano, Guerini.
- Boyle, K. (2005), *Media and Violence: Gendering the Debates*, London, Sage.
- Bradley, K. (2013), "(Re)presentations of (hetero)sexualized gender in Two and a Half Men: A content analysis", *Journal of Gender Studies*, 22(2):221-226.
- Bridges A.J., Sun C.F., Ezzell M.B., "Sexual Scripts and the Sexual Behavior of Men and Women Who Use Pornography", 2016, Research Article.
- Buonanno M. (a cura di) (2017), "Television Antiheroines. Women Behaving Badly in Crime Tv Storytelling", Bristol and Chicago, Intellect Books.
- Buonanno M. (ed) (2016), *Women Behaving Badly. Anti-heroines in Crime TV Storytelling*, Bristol and Chicago, Intellect Books.
- Buonanno, M., (a cura di) (2014), *Il prisma dei generi. Immagini di donne in TV*, Milano, FrancoAngeli.
- Buonanno, M. (2012), *La fiction italiana: Narrazioni televisive e identità nazionale*, Roma-Bari, Laterza.
- Capecchi, S. (2014), "Donne politiche sulla scena dei media", in *Problemi dell'informazione*, 15(3): 527-539.
- Carlyle, K.E., Scarduzio, J. A., Slater, M. D. (2014), "Media Portrayals of Female Perpetrators of Intimate Partner Violence", *Journal of Interpersonal Violence*, vol. 29, 13: pp. 2394-2417
- Carnino, G. [2011], *Violenza contro le donne e violenza di genere: ripensamenti di teoria femminista tra sovversione e uguaglianza*, in World Wide Women 2, a cura di F. Balsamo, pp. 55-66 (<http://www.cirsde.unito.it> - consultato nel febbraio 2017).
- Casa delle donne per non subire violenza di Bologna (2015), *Indagine sui femminicidi in Italia realizzati sui dati raccolti sulla stampa nazionale e locale: anno 2014*, Bologna, Casa delle donne per non subire violenza di Bologna.

- Cerqueira, C., Cabecinhas, R., Magalhães, S. I., (ed) (2016), *Gender in focus: (new) trends in media*, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS).
- Connell, R. [1995], *Masculinities*, Cambridge, Polity Press, trad. it. *Mascolinità. Identità e trasformazioni del maschio occidentale*, Milano, Feltrinelli, 1996.
- Clarke Dillman, J. (2014), *Women and Death in Film, Television, and News: Dead but Not Gone*, New York, Palgrave Mcmillan.
- Comas-d'Argemir, D. (2015), "News of Partner Femicides: The Shift from Private Issue to Public Concern", in *European Journal of Communication*, 30(2), pp. 131-136.
- Corradi, C., (a cura di) (2008), *I modelli sociali della violenza contro le donne. Rileggere la violenza nella modernità*, Milano, FrancoAngeli.
- Custers K., McNallie J., "The Relationship Between Television Sports Exposure and Rape Myth Acceptance: The Mediating Role of Sexism and Sexual Objectification of Women", first published June 30, 2016 Research Article.
- De Blasio, E. Gentile F. F. (a cura di) (2013), *Cose da donna? La leadership di gender raccontata ai media*, CMCS, Università LUISS, Roma.
- Deller, R., A. (2012), "Gender Performance in American Idol, Pop Idol and The X Factor", in Zwaan, K., de Bruin, J., (eds), *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format*, Ashgate Publishing Ltd, London.
- Desmond, R., Danilewicz, A. (2010), "Women are on, but not in, the news: Gender roles in local television news", *Sex Roles*, 62(11-12): 822-829.
- Di Bianco, L. [2016], 1.5: Donna Imma's «dream of domination» («Il ruggito della leonessa», Francesca Comencini), in «The Italianist», 36, 2, pp. 312-317.
- Dobash, Russell P. & Dobash, Rebecca E. (2004) "Women's violence to men in intimate relationships: Working on a puzzle", *British Journal of Criminology*, 44 (3): 324-349.
- Dobash, R.E., Dobash, R.P. [2001], *Violence against women: A review of recent Anglo-American research*, in «Journal of Conflict and Violence Research», 3, 2, pp. 5-22.
- Dodge, A. (2016), "Digitalizing rape culture: Online sexual violence and the power of the digital photograph", *Crime Media Culture*, 12(1): 65-82.
- Durham, M.G. (2012), "Blood, lust and love", in *Journal of Children and Media* 6.3 (2012): 281-299.
- Easteal, P., Bartels, L., Nelson, N., & Holland, K. (2015), "How are women who kill portrayed in newspaper media? Connections with social values and the legal system", *Women's Studies International Forum*, 51: 31-41.
- EURES (2015), *Terzo Rapporto su Caratteristiche, dinamiche e profili di rischio del femminicidio in Italia*, EURES, Roma.
- Fiordalisi, M. (2017), "La digital revolution è donna?", *Corriere delle Comunicazioni*, 13 marzo.
- Flynn Mark A., Park Sung-Yeon, Morin David T., Stana A. (2015) "Anything but Real: Body Idealization and Objectification of MTV Docusoap Characters" in *Sex Roles*, March 2015, Volume 72, Issue 5-6, pp 173-182, Springer.
- Foucault, M., *La volontà di sapere*, Feltrinelli, Milano 1978.
- Foucault M., *L'uso dei piaceri*, Feltrinelli, Milano 1984.
- Foucault M., *La cura di sé*, Feltrinelli, Milano 1985.
- Foucault M., *Les aveux de la chair*, Paris, Gallimard, 2018.
- Fusco, G. (1965), a cura di, *Quando l'Italia tollerava*, Roma, Canesi, 1965.

- García-Muñoz, N., Fedele, M., Gómez-Díaz, X. (2012), "The occupational roles of television fiction characters in Spain: distinguishing traits in gender representation", *Comunicación y Sociedad*, 25(1): 349-366.
- Gerding, A., Signorielli, N. (2013), "Gender roles in tween television programming: A content analysis of two genres", *Sex Roles*, 70(1-2): 43-56.
- Giomi, E., Magaraggia, S., *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*, Bologna, Il Mulino.
- Giomi, E., Perrotta, M. (2017), "The Voice of Queer Italy. The Politics of the Representation of GLBTQ Characters in Italian Talent Shows and their Reception in On-line Discussions", in Aveyard, K., Majbritt Jensen, P., and Moran, A. (eds), *Global Television Formats: State of the Art*, Bristol, Intellect Books.
- Giomi, E. (2017), *Osservatorio Rai. Quando l'aggressore è romantico*, in *Stop violenza: le parole per dirlo*, a cura di Gi.U.L.iA Giornaliste, 2017, pp. 51-69.
- Giomi, E. (2016), "Really Good At It: The Viral Charge of Nancy Botwin in *Weeds* (and Popular Culture's Anticorps)", in Buonanno M. (ed) (2016), *Women Behaving Badly. Anti-heroines in Crime TV Storytelling*, Bristol and Chicago, Intellect Books, pp. 105-124.
- Giomi, E. (2015), *Quaderno di appunti di Gender e Media*, Roma, Pigreco.
- Giomi, E. (2015), "Tag femminicidio. La violenza letale contro le donne nella stampa italiana del 2013", *Problemi dell'informazione*, 15(3): 551-576.
- Giomi, E., Tonello, F. (2014), "Moral Panic: The Issue of Women and Crime in Italian Evening News", *Sociologica. Italian Journal of Sociology on line*, (<http://www.sociologica.mulino.it/>).
- Giomi, E. (2013), "Il femminicidio nelle relazioni intime: analisi quantitativa del fenomeno e della sua rappresentazione nei TG italiani", in Magaraggia S., Cherubini D. (a cura di), *Uomini contro le donne? Le radici della violenza maschile*, Torino, Utet, pp. 131-149.
- Giomi, E., Tota, A. L., Sansonetti, S. (2013), *Women and Girls as Subjects of Media's Attention and Advertisement Campaigns: the Situation in Europe, Best Practices and Legislations*, ricerca svolta per conto del Parlamento Europeo-Directorate General for Internal Policies – Policy Department C: Citizens' Rights and Constitutional Affairs. Disponibile all'indirizzo:
<http://www.europarl.europa.eu/delegations/it/studiesdownload.html?languageDocument=EN&file=92870>.
- Giomi, E. (2012), "Da "Drive in" alla Makeover Television. Modelli di femminilità e di rapporto fra i sessi nella TV berlusconiana (e non)", *Studi Culturali*, 1: pp. 3-27.
- Giomi, E. (2012), "Donne armate. Sessismo e democrazia nella fiction televisiva poliziesca", in Simone A. (a cura di), *Sessismo democratico. L'uso strumentale delle donne nel neoliberalismo*, Milano-Udine, Mimesis Edizioni, pp. 51-83.
- Giomi, E. (2010), "Neppure con un fiore? La violenza sulle donne nei media italiani", *Il Mulino*, 6(452): 1001-1009.
- Gi.U.L.iA Giornaliste (2017), *Stop violenza: le parole per dirlo*
- Gius, C., Lalli, P. (2014), «I loved her so much, but I killed her». Romantic Love as a Representational Frame for Intimate Partner Femicide in three Italian Newspapers, in «ESSACHESS. Journal for Communication Studies», 7(2): 53-75.
- Gjelsvik, A., Schubart, R. (a cura di) (2016), *Women of Ice and Fire: Gender, Game of Thrones and Multiple Media Engagements*, London, Bloomsbury.

- Gómez, A. (2012), "Perceptions of assertiveness among women: Triggering and managing conflict in reality television", *Discourse & Communication*, 6(4): 379-399.
- Grassi S. (2016) "Gender and Sexual Dissidence on Catalan and Spanish Television Series: An Intercultural Analysis"
- Grasso A., Penati C. (2016), *La nuova fabbrica dei sogni, Miti e riti delle serie tv americane*, Milano, il Saggiatore.
- Harrod M, Paszkiewicz K., (2018), *Women Do Genre in Film and Television*, Routledge
- Hearn, J. [1998], *The Violences of Men*, London, Sage.
- Heller, D. (2014), "Wrecked: Programming Celesbian Reality", in B. Weber (ed.), "Reality Gendervision: Sexuality and Gender on Transatlantic Reality Television", Durham and London: Duke University Press, pp. 123-148.
- Hilton-Morrow, W., Attles, K. (2015), *Sexual Identities and the Media: An Introduction*, London, Routledge.
- Hust S.J.T., Rodgers K.B., Ebreo S., *Factors Associated with Intentions to Sexually Coerce or Intervene*, 2016 Research Article
- Innocenti, V., Perrotta, M. (a cura di) (2013), *Factual, Reality, Makeover. Lo spettacolo della trasformazione nella televisione contemporanea*, Roma, Bulzoni.
- Jermyn, D. (2016), "Silk blouses and fedoras: The female detective, contemporary TV crime drama and the predicaments of postfeminism", *Crime, Media, Culture*, 1-18.
- Kendall A., Bennett P., McDougall J., (2011), *After the Media: Culture and Identity in the 21st Century*, Routledge.
- Kim J.L., Sorsoli C.L., Collins K., Zylbergold B.A., Schooler D., Tolman D.L., "From sex to sexuality: exposing the heterosexual script on primetime network television", *Journal of Sex Research*, 2007 May.
- Kirsh AC, Murnen AC, "Hot" girls and "cool dudes": Examining the prevalence of the heterosexual script in American children's television media., *Psychology of Popular Media Culture*, 2015 - psycnet.apa.org.
- Leonzi, S. [2014], Gender e genere nelle serie americane, in *Il prisma dei generi. Immagini di donne in Tv*, a cura di M. Buonanno, Milano, FrancoAngeli, pp. 99-123.
- Liebler, C.M., Hatef, A., Munno G. (2016), "Domestic violence asentertainment: Gender, role congruity and reality television", in «Media Report to Women», 44, 1, pp. 6-20.
- Lauzen M. (2016), *Boxed In 2015-16: Women on Screen and Behind the Scenes in Television*, Center For the Study of Women in Television and Film.
- Long, M. et al. (2010), "Portrayals of Male and Female Scientists in Television Programs Popular Among Middle School-Age Children", *Science Communication*, 32(3): 356-382.
- Magaraggia, S., Cherubini, D. (a cura di) [2013], *Uomini contro le donne? Le radici della violenza maschile*, Torino, Utet.
- Masanet M.J., Medina-Bravo P., Ferrés J., (2018), *Myths of Romantic Love and Gender-based Violence in the Fan Forum of the Spanish Teen Series Los Protegidos*, in "Young", First Published January 23.
- Mazzoli L. (2016), "Gli italiani, i consumi e gli stili culturali. Servono nuove narrazioni?", in M. Bruno, A. Lombardinilo (a cura di), *Narrazioni dell'incertezza. Società, media, letteratura*, Milano, FrancoAngeli.
- Mazzoli L., Zanchini G. (a cura di) (2015), *Info Cult. Nuovi scenari di produzione e uso dell'informazione culturale*, Milano, FrancoAngeli.

- Menduni, E. (a cura di) (2016), "Indagine campionaria sull'utilizzo e il consumo di servizi digitali di comunicazione da parte degli individui e delle imprese", Rapporto di ricerca per il progetto AGCOM-SCREEN *Servizi e contenuti per le reti di nuova generazione (Work Package 4 - I mercati dei servizi digitali)*, AGCOM, Roma.
- Menduni, E. (2016), *Radio e televisione nel XXI secolo*, Bari-Roma, Laterza.
- Menduni, E. (a cura di) (2014), "Le policy a sostegno dell'offerta digitale di servizi, piattaforme e contenuti", Rapporto di ricerca per il progetto AGCOM-SCREEN *Servizi e contenuti per le reti di nuova generazione (Work Package 3 - L'offerta di servizi digitali e Future Internet)*, AGCOM, Roma.
- Menduni, E. (2013), *Entertainment*, Bologna, Il Mulino.
- Menduni, Enrico (a cura di) (2013), "I servizi e le piattaforme applicative per le comunicazioni interpersonali e i media digitali", Rapporto di ricerca per il progetto AGCOM-SCREEN *Servizi e contenuti per le reti di nuova generazione (Work Package 3 - L'offerta di servizi digitali e Future Internet)*, AGCOM, Roma.
- Menduni, Enrico (a cura di) (2013), "I servizi e le piattaforme applicative per le imprese e le pubbliche amministrazioni", Rapporto di ricerca per il progetto AGCOM-SCREEN *Servizi e contenuti per le reti di nuova generazione (Work Package 3 - L'offerta di servizi digitali e Future Internet)*, AGCOM, Roma.
- Menduni, E. (2013), *La grande accusata. La televisione nei romanzi e nel cinema*, Bologna, Archetipo.
- Menduni, E., Giomi E. (2012), "Emozioni televisive prima e dopo il digitale", in De Vincenti G., Carocci E. (a cura di), *Il cinema e le emozioni. Estetica, espressione, esperienza*, Roma, Fondazione Ente dello Spettacolo, pp. 401-415.
- Menduni E. (2010), "La transizione televisiva dall'analogico al digitale. Contenuti e governance", *IMAGO*, 1: 43-50.
- Menduni, E., Catolfi A. (2009), *Fare televisione*, Bari-Roma, Laterza.
- Menduni, E. (2009), *Televisioni*, Bologna, il Mulino.
- Menduni, E. (2008), *I linguaggi della radio e della televisione*, Bari-Roma, Laterza.
- Mittell, J. (2015), *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York, New York University Press.
- Montemurro, B. (2003), "Not a laughing matter: Sexual harassment as 'material' on workplace-based situation comedies", *Sex Roles*, 48(9-10): 433-445.
- Natale, A. L. (2014), "Non più e non ancora. Il protagonismo femminile nella fiction italiana", in Buonanno, M. (a cura di), *Il prisma dei generi. Immagini di donne in TV*, Milano, FrancoAngeli, pp. 23-48.
- Nonunadimeno (2017), *Abbiamo un piano. Piano femminista contro la violenza maschile sulle donne e la violenza di genere*, Nonunadimeno, Roma.
- O'Neill, M., Seal, L. [2012], Violent Female Avengers in Popular Culture, in *Transgressive Imaginations, Crime, Deviance and Culture*, a cura di M. O'Neill, L. Seal, New York, Palgrave Mcmillan, pp. 42-63.
- Padovani C., Ross K. (eds) (2017), *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe*, London, Routledge.
- Parikka T. (2015). "Globalization, Gender, and Media: Formations of the Sexual and Violence in Understanding Globalization", Lexington Books
- Penati C., Sfardini A. (2015), *La tv delle donne. Brand, programmi e pubblici*, Milano, Unicopli.

- Provincia di Gorizia, Università degli Studi di Udine (2010) *Ricerca sulla comunicazione istituzionale in un'ottica di genere sui media e siti internet*, Gorizia, Osservatorio Provinciale sulle politiche sociali.
- Radway, J. [1984], *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Chapel Hill, NC, University of North Carolina Press.
- Regione Emilia-Romagna, (2014) *Linee guida in ottica di genere. Uno sguardo nuovo nella comunicazione pubblica*, Bologna.
- Rinaldi, C. [2017], "Maschilità e criminologia: James W. Messerschmidt, l'azione strutturata e il crimine come prodotto «di genere», in *Devianze e crimine. Antologia ragionata di teorie classiche e con-temporanee*", a cura di C. Rinaldi, P. Saitta, Savona, PM Edizioni, pp. 523-530.
- Rivadeneira, R., Ward, L. M. (2005), "From Ally McBeal to Sábado Gigante: Contributions of Television Viewing to the Gender Role Attitudes of Latino Adolescents", *Journal of Adolescent Research*, 20(4): 453-475.
- Robustelli, C. (a cura di) (2014), *Donne, grammatica e media. Suggestimenti per l'uso dell'italiano*, Associazione GiULia, in collaborazione con Accademia della Crusca, Inpgi, Fnsi, Ordine dei Giornalisti del Lazio e Lombardia.
- Ross, K., Carter, C. (2011), "Women and news: A long and winding road", *Media, Culture & Society*, 33(8): 1148-1165.
- Samul, K. M. [2017], For a new image of women on Italian television: Some considerations around the series «Gomorra», in «Palimpsest/ Палимпсест», 2, 3, pp. 193-203.
- Savage, M., et al. "A new model of social class? Findings from the BBC's Great British Class Survey experiment", *Sociology* 47.2 (2013): 219-250.
- Scaglioni, M., Barra, L. (2013), *Tutta un'altra fiction. La serialità pay in Italia e nel mondo. Il modello Sky*, Roma, Carocci.
- Schäfer, G. (2008). Romantic love in heterosexual relationships: women's experiences. *Journal of Social Sciences*, 16 (3), 187-197.
- Schroder Kim C., Skovmand M., "Media Cultures Reappraising Transnational Media", Routledge Library Edition: Cultural Studies, paperback 05-2018. Schubart, R. (eds) (2016), *Women of Ice and Fire: Gender, Game of Thrones and Multiple Media Engagements*, London, Bloomsbury.
- Seabrook R.C., Ward M.L., Reed L., "Our Scripted Sexuality, The Development and Validation of a Measure of the Heterosexual Script and Its Relation to Television Consumption", 2016 Research Article
- Shepherd, L.J. [2012], *Gender, Violence and Popular Culture: Telling Stories*, New York, Routledge.
- Silverman, S. (2003), *Interpreting Qualitative Data. Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*, London, Sage.
- Spinelli, B., (2008), *Femminicidio. Dalla denuncia sociale al riconoscimento giuridico internazionale*, Milano, FrancoAngeli.
- Sutherland, G., McCormack, A., Pirkis, J., Easteal, P., Holland, K., Vaughan, C. (2015), *Media representations of violence against women and their children: State of knowledge paper*, Landscapes: State of knowledge, 15/2015, ANROWS: Sydney.
- Taylor, J. (2014), Romance and the female gaze obscuring gendered violence in the Twilight saga, in «Feminist Media Studies», 14, 3, pp. 388-402
- Taylor, R. (2009), "Slain and Slandered: A Content Analysis of the Portrayal of Femicide in the News", *Homicide Studies*, 13, pp. 21-49.

- Tipaldo, G. (2014), *L'analisi del contenuto e i mass media*, Bologna, Il Mulino.
- Turnbull, S. [2014], *The Tv Crime Drama*, Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Vance, K., Sutter, M., Perrin, P., Heesacker, M. (2015), "The Media's Sexual Objectification of Women, Rape Myth Acceptance, and Interpersonal Violence", *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 24(5): 569-587.
- Unfpa (2016), *Reporting on Gender-Based Violence in the Syria Crisis: Good Practices in the Media*, Unfpa publication.
- Università di Perugia. Dipartimento istituzioni e società (a cura di) (2014), *La comunicazione istituzionale al femminile. Per una comunicazione attenta al genere*, Perugia, Edizioni Core-book, gennaio 2014.
- Vandenbosch, L. et al (2013), "I Might Get Your Heart Racing in "My Skin-Tight Jeans": Sexualization on Music Entertainment Television", *Communication Studies*, 64(2): 178-194.
- Velazquez Vargas, Y. (2010), "A Queer Eye for Capitalism: The Commodification of Sexuality in American Television", Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Ward L.M., Seabrook R.C., Manago A., Reed L., (2016) "Contributions of diverse media to self-sexualization among undergraduate women and men", *Sex Roles*, – Springer
- WACC - World Association for Christian Communication (2015), *GMMP - Global Media Monitoring Project*.
- Ward, L. M. (2016), "Media and Sexualization: State of Empirical Research, 1995-2015", *Journal of Sex Research*, 53(4-5): 560-577.



La rappresentazione delle donne
nella programmazione televisiva
della RAI – Anno 2017 / Appendice
Tavole di dati

INDICE DELLE TAVOLE

Tavola 1 - SELEZIONE DEL CAMPIONE DI PROGRAMMI DA MONITORARE.....	62
Tavola 2 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE SULLE RETI OGGETTO DEL MONITORAGGIO.....	62
Tavola 3 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE PER ORARIO DI TRASMISSIONE.....	63
Tavola 4 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE PER FASCIA ORARIA DI PROGRAMMAZIONE.....	63
Tavola 5 - VIOLAZIONI E CRITICITÀ RILEVATE.....	64
Tavola 6 - FIGURE FEMMINILI E MASCHILI NELLA PROGRAMMAZIONE RAI.....	65
Tavola 7 - FIGURE FEMMINILI E MASCHILI NELLA PROGRAMMAZIONE RAI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA.....	65
Tavola 8 - FIGURE FEMMINILI PER CLASSE D'ETÀ.....	66
Tavola 9 - FIGURE FEMMINILI PER CLASSE D'ETÀ E TIPOLOGIA DI PROGRAMMA.....	67
Tavola 10 - FIGURE FEMMINILI PER CONTESTO SOCIO-CULTURALE.....	68
Tavola 11 - FIGURE FEMMINILI PER CONTESTO SOCIO-CULTURALE E PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA.....	69
Tavola 12 - FIGURE FEMMINILI PER ETNIA/NAZIONALITÀ.....	70
Tavola 13 - FIGURE FEMMINILI PER ETNIA/NAZIONALITÀ E PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA....	70
Tavola 14 - RUOLO COMPLESSIVO DELLA FIGURA FEMMINILE NEI PROGRAMMI RAI.....	71
Tavola 15 - RUOLO COMPLESSIVO DELLA FIGURA FEMMINILE NEI PROGRAMMI RAI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA.....	72
Tavola 16 - FIGURE FEMMINILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE.....	73
Tavola 17 - FIGURE MASCHILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE.....	73
Tavola 18 - FIGURE FEMMINILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE E PER GENERE DI PROGRAMMA.....	74
Tavola 19 - FIGURE MASCHILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE E PER GENERE DI PROGRAMMA.....	75
Tavola 20 - FIGURE FEMMINILI PER AMBITO TEMATICO DELLA RAPPRESENTAZIONE.....	76
Tavola 21 - FIGURE FEMMINILI PER AMBITO TEMATICO DELLA RAPPRESENTAZIONE E PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA.....	77
Tavola 22 - RAPPRESENTAZIONE STEREOTIPATA DELLE FIGURE FEMMINILI.....	78
Tavola 23 - MOTIVAZIONI ALLA BASE DELLA RAPPRESENTAZIONE STEREOTIPATA DELLA FIGURA FEMMINILE.....	78
Tavola 24 - PRESENZA DI DISCRIMINAZIONI DI GENERE.....	79
Tavola 25 - MOTIVAZIONI ALLA BASE DELLA DISCRIMINAZIONI DI GENERE.....	80
Tavola 26 - RAPPRESENTAZIONE DI COMPORTAMENTI DERISORI, COMMENTI NEGATIVI O ALTRE FORME D'UMILIAZIONE DELLA DONNA.....	81
Tavola 27 - DERISIONE, SCHERNO, UMILIAZIONE E FANNO PARTE DEL CONCEPT DEL PROGRAMMA/CARATTERIZZANO LO STILE DEL CONDUTTORE/DELLA CONDUTTRICE.....	82
Tavola 28 - ATTEGGIAMENTO DEL PROGRAMMA NEI CONFRONTI DELLE CONDOTTE DI DENIGRAZIONE E/O UMILIAZIONE DELLA DONNA.....	82
Tavola 29 - MOTIVAZIONI DELLA DERISIONE/UMILIAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE.....	83
Tavola 30 - ESIBIZIONE DEL CORPO FEMMINILE.....	83
Tavola 31 - UTILIZZO DI UN LINGUAGGIO MARCATAMENTE SCORRETTO NELLA DESCRIZIONE DELLE FIGURE FEMMINILI O NELL'INTERAZIONE DIALOGICA CON ESSE.....	84
Tavola 32 - TIPOLOGIA DI LINGUAGGIO SCORRETTO.....	84
Tavola 33 - REAZIONE ALL'UTILIZZO DI UN LINGUAGGIO SCORRETTO.....	85

Tavola 34 – RIFERIMENTI ESPLICITI A QUESTIONI DI GENERE/PARI OPPORTUNITÀ	85
Tavola 35 - AMBITI DI RIFERIMENTO PER IL TEMA PARI OPPORTUNITÀ	86
Tavola 36 – PUNTO DI VISTA DEL PROGRAMMA SUL TEMA DELLE PARI OPPORTUNITÀ.....	86
Tavola 37 – RAPPRESENTAZIONE DELLA VIOLENZA DI GENERE.....	87
Tavola 38 – RESPONSABILE IDENTIFICATO PER LA VIOLENZA DI GENERE.....	87
Tavola 39 – INQUADRAMENTO DEL FENOMENO VIOLENZA DI GENERE.....	88
Tavola 40 – TIPOLOGIA DI FRAME UTILIZZATO PER PRESENTARE LA VIOLENZA DI GENERE.....	88

Tavola 1 - SELEZIONE DEL CAMPIONE DI PROGRAMMI DA MONITORARE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA	RILEVAZIONI SETTIMANALI	TOT. su 44 SETTIMANE	% sul TOTALE	PANIERE 2016
APPROFONDIMENTO INFOR.	2/3	113	16,1%	117 (-4)
ATTUALITÀ	1	50	7,1%	33 (+17)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	1/2	58	8,3%	61 (-3)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	1/2	66	9,4%	69 (-3)
FACTUAL	1	37	5,4%	38 (-1)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	2	70 ^a	10,0%	91 (-21)
INTRATTENIMENTO	2/3	136	19,4%	122 (+14)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	1	43	6,1%	42 (+1)
RUBRICHE SPORTIVE	1	39	5,6%	39 (0)
TELEGIORNALI ^b	2	88	12,6%	88 (0)
TOTALE	16	700	100%	700

^a Monitorate almeno due puntate – esclusi film tv – per ognuna delle 24 fiction di produzione RAI

^b I telegiornali comprendono il monitoraggio di 44 edizioni nazionali (16 per ciascuna delle tre testate giornalistiche di rete) e 40 edizioni locali (due per ogni redazione regionale).

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 2 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE SULLE RETI OGGETTO DEL MONITORAGGIO

RETE	%	N°
RAI 1	39,4%	276
RAI 2	25,4%	178
RAI 3	33,4%	234
RAI 4	1,7%	12
TOTALE	100%	700

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 3 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE PER ORARIO DI TRASMISSIONE

FASCIA ORARIA	%	N°
6-12	12,4%	87
12-15	13,7%	96
15-18	10,1%	71
18-20.30	13,0%	91
20.30 - 23.30	36,7%	257
23.30 - 02	14,0%	98
Totale	100%	700

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 4 - DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE PER FASCIA ORARIA DI PROGRAMMAZIONE

FASCIA DI PROGRAMMAZIONE	%	N°
DAY TIME	49,3%	345
PRIME TIME & SECONDA SERATA	50,7%	355
Totale	100%	700

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 5 - VIOLAZIONI E CRITICITÀ RILEVATE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA valori %per tipologia di programma (n° casi)	2017		2016	
	CRITICITÀ	VIOLAZIONI	CRITICITÀ	VIOLAZIONI
TUTTI I GENERI (700)	1,4% (10)	0,6% (4)	1,4% (10)	1% (7)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO (113)	1,8% (2)	0	0,9% (1)	0
ATTUALITÀ (50)	0	4,0% (2)	0	0
CINEMA DI PRODUZIONE RAI (58)	0	0	0	0
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE (66)	1,5% (1)	0	0	1,4% (1)
FACTUAL (37)	0	0	0	5,3% (2)
FICTION DI PRODUZIONE RAI (70)	0	0	3,3% (3)	1,1% (1)
INTRATTENIMENTO (136)	3,7% (5)	1,5% (2)	3,3% (4)	0,8% (1)
PROGRAMMI DI SERVIZIO (43)	2,3% (1)	0	4,8% (2)	0
RUBRICHE SPORTIVE (39)	0	0	0	0
TELEGIORNALI (88)	1,1% (1)	0	0	2,3% (2)

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 6 - FIGURE FEMMINILI E MASCHILI NELLA PROGRAMMAZIONE RAI

	N.	%
FIGURE FEMMINILI	5.978	38,81%
FIGURE MASCHILI	9.425	61,19%
TOTALE	15.403	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 7 - FIGURE FEMMINILI E MASCHILI NELLA PROGRAMMAZIONE RAI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
FIGURE FEMMINILI	583	44,85%	375	37,50%	1368	40,47%	281	46,07%	103	14,74%
FIGURE MASCHILI	717	55,15%	625	62,50%	2012	59,53%	329	53,93%	596	85,26%
TOTALE	1.300	100%	1.000	100%	3.380	100%	610	100%	699	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
FIGURE FEMMINILI	420	33,93%	471	43,05%	576	44,31%	954	36,72%	847	38,78%
FIGURE MASCHILI	818	66,07%	623	56,95%	724	55,69%	1.644	63,28%	1.337	61,22%
TOTALE	1.238	100%	1.094	100%	1.300	100%	2.598	100%	2.184	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 8 - FIGURE FEMMINILI PER CLASSE D'ETÀ

CLASSE D'ETÀ	N.	%
0-12	101	1,69%
13-18	233	3,90%
19-34	1.520	25,43%
35-49	1.834	30,68%
50-64	1.027	17,18%
65+	357	5,97%
N. R.*	906	15,16%
TOTALE FIGURE FEMMINILI	5.978	100%

* Non Rilevabile

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 9 - FIGURE FEMMINILI PER CLASSE D'ETÀ E TIPOLOGIA DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
CLASSE D'ETÀ	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
0-12	32	5,49%	9	2,40%	21	1,54%	10	3,56%	1	0,97%
13-18	39	6,69%	28	7,47%	41	3,00%	61	21,71%	1	0,97%
19-34	213	36,54%	133	35,47%	632	46,20%	61	21,71%	34	33,01%
35-49	192	32,93%	112	29,87%	334	24,42%	92	32,74%	36	34,95%
50-64	88	15,09%	60	16,00%	197	14,40%	40	14,23%	7	6,80%
65+	11	1,89%	24	6,40%	73	5,34%	13	4,63%	1	0,97%
N. R.	8	1,37%	9	2,40%	70	5,12%	4	1,42%	23	22,33%
TOTALE	583	100%	375	100%	1.368	100%	281	100%	103	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
CLASSE D'ETÀ	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
0-12	8	1,90%	-	0,00%	2	0,35%	16	1,68%	2	0,24%
13-18	21	5,00%	10	2,12%	3	0,52%	17	1,78%	12	1,42%
19-34	97	23,10%	84	17,83%	96	16,67%	130	13,63%	40	4,72%
35-49	150	35,71%	165	35,03%	190	32,99%	355	37,21%	208	24,56%
50-64	65	15,48%	91	19,32%	137	23,78%	212	22,22%	130	15,35%
65+	23	5,48%	33	7,01%	77	13,37%	78	8,18%	24	2,83%
N. R.	56	13,33%	88	18,68%	71	12,33%	146	15,30%	431	50,89%
TOTALE	420	100%	471	100%	576	100%	954	100%	847	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 10 - FIGURE FEMMINILI PER CONTESTO SOCIO-CULTURALE

CONTESTO SOCIO-CULTURALE	N.	%
Élite ¹	218	3,65%
Classe media consolidata ²	652	10,91%
Classe media tecnica ³	812	13,58%
Nuovi lavoratori benestanti ⁴	584	9,77%
Lavoratori tradizionali ⁵	813	13,60%
Lavoratori nel settore emergente dei servizi ⁶	45	0,75%
Marginalità sociale ⁷	82	1,37%
N. R.	2.772	46,37%
TOTALE FIGURE FEMMINILI	5.978	100%

¹ Le definizioni di questa Tavola sono estratte da Savage, M., et al., "A new model of social class? Findings from the BBC's Great British Class Survey experiment." *Sociology* 47.2 (2013): 219-250. Qui di seguito e nelle successive note riportiamo la esatta definizione di origine. Very high economic capital - particularly savings -, high social capital, and very high highbrow cultural capital.

² High economic capital, high status of mean social contacts, and both highbrow and high emerging cultural capital.

³ High economic capital, very high status of social contacts, but relatively few contacts reported, and moderate cultural capital.

⁴ Moderately good economic capital, relatively poor status of social contacts, though highly varied, and moderate highbrow but good emerging cultural capital.

⁵ Relatively poor economic capital, but some housing assets, few social contacts, and low highbrow and emerging cultural capital.

⁶ Relatively poor economic capital, but reasonable household income, moderate social contacts, high emerging - but low highbrow - cultural capital.

⁷ Poor economic capital, and the lowest scores on every other criterion.

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 11 - FIGURE FEMMINILI PER CONTESTO SOCIO-CULTURALE E PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
CONTESTO SOCIO-CULT.	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Elite	6	1,03%	3	0,80%	81	5,92%	1	0,36%	2	1,94%
Classe media consolidata	29	4,97%	48	12,80%	113	8,26%	16	5,69%	24	23,30%
Classe media tecnica	83	14,24%	56	14,93%	167	12,21%	17	6,05%	12	11,65%
Nuovi lavoratori benestanti	58	9,95%	31	8,27%	187	13,67%	34	12,10%	27	26,21%
Lavoratori tradizionali	128	21,96%	79	21,07%	127	9,28%	22	7,83%	6	5,83%
Lavoratori nel settore emergente dei servizi	7	1,20%	7	1,87%	-	0,00%	2	0,71%	0	0,00%
Marginalità sociale	14	2,40%	16	4,27%	-	0,00%	1	0,36%	0	0,00%
N. R.	258	44,25%	135	36,00%	693	50,66%	188	66,90%	32	31,07%
TOTALE	583	100%	375	100%	1.368	100%	281	100%	103	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
CONTESTO SOCIO-CULT.	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Elite	16	3,81%	10	2,12%	59	10,24%	18	1,89%	22	2,60%
Classe media consolidata	57	13,57%	46	9,77%	92	15,97%	115	12,05%	112	13,22%
Classe media tecnica	66	15,71%	59	12,53%	87	15,10%	155	16,25%	110	12,99%
Nuovi lavoratori benestanti	32	7,62%	34	7,22%	71	12,33%	63	6,60%	47	5,55%
Lavoratori tradizionali	41	9,76%	56	11,89%	46	7,99%	146	15,30%	162	19,13%
Lavoratori nel settore emergente dei servizi	0	0,00%	1	0,21%	0	0,00%	25	2,62%	3	0,35%
Marginalità sociale	3	0,71%	2	0,42%	13	2,26%	33	3,46%	0	0,00%
N. R.	205	48,81%	263	55,84%	208	36,11%	399	41,82%	391	46,16%
TOTALE	420	100%	471	100%	576	100%	954	100%	847	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 12 - FIGURE FEMMINILI PER ETNIA/NAZIONALITÀ

NAZIONALITA'	N.	%
ITALIANA	5.426	90,77%
NON ITALIANA	482	8,06%
N. R.	70	1,17%
TOTALE FIGURE FEMMINILI	5.978	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 13 - FIGURE FEMMINILI PER ETNIA/NAZIONALITÀ E PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA

ETNIA/NAZIONALITÀ	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
ITALIANA	535	91,77%	282	75,20%	1.258	91,96%	259	92,17%	93	90,29%
NON ITALIANA	46	7,89%	74	19,73%	80	5,85%	22	7,83%	10	9,71%
N. R.	2	0,34%	19	5,07%	30	2,19%	-	0,00%	-	0,00%
TOTALE	583	100%	375	100%	1.368	100%	281	100%	103	100%
ETNIA/NAZIONALITÀ	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
ITALIANA	380	90,48%	459	97,45%	523	90,80%	821	86,06%	816	96,34%
NON ITALIANA	36	8,57%	12	2,55%	47	8,16%	128	13,42%	27	3,19%
N. R.	4	0,95%	-	0,00%	6	1,04%	5	0,52%	4	0,47%
TOTALE	420	100%	471	100%	576	100%	954	100%	847	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 14 - RUOLO COMPLESSIVO DELLA FIGURA FEMMINILE NEI PROGRAMMI RAI

RUOLO COMPLESSIVO DELLA FIGURA FEMMINILE	N.	%
Protagonista/Conduttrice	190	27,14%
Co-protagonista/Co-conduttrice	263	37,57%
Figura di supporto/Assistenza	210	30,00%
Elemento prevalentemente estetico-coreografico	9	1,29%
Figura marginale (sostanzialmente passiva)	16	2,29%
Del tutto assente	12	1,71%
TOTALE FIGURE FEMMINILI	700	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 15 - RUOLO COMPLESSIVO DELLA FIGURA FEMMINILE NEI PROGRAMMI RAI PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
RUOLO COMPLESSIVO	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Protagonista/Conduttrice	23	32,86%	14	24,14%	33	24,26%	5	13,51%	6	15,38%
Co-protagonista/Co-conduttrice	33	47,14%	20	34,48%	53	38,97%	18	48,65%	8	20,51%
Figura di supporto/Assistenza	14	20,00%	22	37,93%	42	30,88%	11	29,73%	16	41,03%
Elemento prevalentemente estetico-coreografico	0	0,00%	1	1,72%	4	2,94%	1	2,70%	0	0,00%
Figura marginale (sostanzialmente passiva)	0	0,00%	0	0,00%	1	0,74%	1	2,70%	4	10,26%
Del tutto assente	0	0,00%	1	1,72%	3	2,21%	1	2,70%	5	12,82%
TOTALE	70	100%	58	100%	136	100%	37	100%	39	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
RUOLO COMPLESSIVO	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Protagonista/Conduttrice	12	18,18%	17	39,53%	14	28,00%	35	30,97%	31	35,23%
Co-protagonista/Co-conduttrice	28	42,42%	20	46,51%	18	36,00%	32	28,32%	33	37,50%
Figura di supporto/Assistenza	20	30,30%	5	11,63%	17	34,00%	39	34,51%	24	27,27%
Elemento prevalentemente estetico-coreografico	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	3	2,65%	0	0,00%
Figura marginale (sostanzialmente passiva)	6	9,09%	0	0,00%	0	0,00%	4	3,54%	0	0,00%
Del tutto assente	0	0,00%	1	2,33%	1	2,00%	-	0,00%	0	0,00%
TOTALE	66	100%	43	100%	50	100%	113	100%	88	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 16 - FIGURE FEMMINILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE

MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE	N.	%
Per il loro genere	35	0,59%
Per la loro bellezza e/o appeal sessuale	125	2,09%
Per il loro ruolo dentro la famiglia	513	8,58%
Perché svolgono lavoro di cura	41	0,69%
Perché persone di potere	106	1,77%
Per le loro capacità professionali	3.439	57,53%
Per le loro qualità umane e morali	54	0,90%
Per le loro abilità fisiche	42	0,70%
Perché protagonisti o testimoni di una storia di vita	759	12,70%
Perché vittime o parenti di vittime	194	3,25%
Altro	670	11,21%
TOTALE FIGURE FEMMINILI	5.978	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 17 - FIGURE MASCHILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE

MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE	N.	%
Per il loro genere	3	0,03%
Per la loro bellezza e/o appeal sessuale	7	0,07%
Per il loro ruolo dentro la famiglia	371	3,94%
Perché svolgono lavoro di cura	81	0,86%
Perché persone di potere	369	3,92%
Per le loro capacità professionali	6290	66,74%
Per le loro qualità umane e morali	80	0,85%
Per le loro abilità fisiche	56	0,59%
Perché protagonisti o testimoni di una storia di vita	1173	12,45%
Perché vittime o parenti di vittime	153	1,62%
Altro	842	8,93%
TOTALE FIGURE MASCHILI	9.425	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 18 - FIGURE FEMMINILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE E PER GENERE DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
MOTIVO DELLA RAPP.	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Genere	5	0,86%	9	2,40%	6	0,44%	-	0,00%	-	0,00%
Bellezza e/o appeal sessuale	14	2,40%	17	4,53%	72	5,26%	3	1,07%	1	0,97%
Ruolo dentro la famiglia	226	38,77%	123	32,80%	15	1,10%	69	24,56%	-	0,00%
Esercizio di lavoro di cura	5	0,86%	15	4,00%	12	0,88%	1	0,36%	-	0,00%
Persone di potere	6	1,03%	3	0,80%	2	0,15%	-	0,00%	1	0,97%
Capacità professionali	146	25,04%	64	17,07%	948	69,30%	77	27,40%	84	81,55%
Qualità umane e morali	19	3,26%	19	5,07%	5	0,37%	1	0,36%	-	0,00%
Abilità fisiche	-	0,00%	-	0,00%	25	1,83%	4	1,42%	13	12,62%
Protagoniste o testimoni di una storia di vita	32	5,49%	15	4,00%	88	6,43%	82	29,18%	-	0,00%
Vittime o parenti di vittime	19	3,26%	13	3,47%	-	0,00%	7	2,49%	-	0,00%
N. R.	111	19,04%	97	25,87%	195	14,25%	37	13,17%	4	3,88%
TOTALE	583	100%	375	100%	1.368	100%	281	100%	103	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
MOTIVO DELLA RAPP.	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Genere	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	15	1,57%	-	0,00%
Bellezza e/o appeal sessuale	2	0,48%	2	0,42%	4	0,69%	7	0,73%	3	0,35%
Ruolo dentro la famiglia	20	4,76%	4	0,85%	18	3,13%	37	3,88%	1	0,12%
Esercizio di lavoro di cura	3	0,71%	-	0,00%	2	0,35%	3	0,31%	-	0,00%
Persone di potere	15	3,57%	2	0,42%	7	1,22%	27	2,83%	43	5,08%
Capacità professionali	297	70,71%	266	56,48%	325	56,42%	540	56,60%	692	81,70%
Qualità umane e morali	-	0,00%	4	0,85%	2	0,35%	2	0,21%	2	0,24%
Abilità fisiche	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Protagoniste o testimoni di una storia di vita	61	14,52%	79	16,77%	97	16,84%	250	26,21%	55	6,49%
Vittime o parenti di vittime	-	0,00%	80	16,99%	21	3,65%	24	2,52%	30	3,54%
N. R.	22	5,24%	34	7,22%	100	17,36%	49	5,14%	21	2,48%
TOTALE	420	100%	471	100%	576	100%	954	100%	847	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 19 - FIGURE MASCHILI PER MOTIVO DELLA RAPPRESENTAZIONE E PER GENERE DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
MOTIVO DELLA RAPP.	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Genere	-	0,00%	-	0,00%	3	0,15%	-	0,00%	-	0,00%
Bellezza e/o appeal sessuale	1	0,14%	-	0,00%	5	0,25%	-	0,00%	-	0,00%
Ruolo dentro la famiglia	172	23,99%	107	17,12%	6	0,30%	57	17,33%	-	0,00%
Esercizio di lavoro di cura	7	0,98%	9	1,44%	18	0,89%	3	0,91%	-	0,00%
Persone di potere	36	5,02%	39	6,24%	15	0,75%	1	0,30%	14	2,35%
Capacità professionali	244	34,03%	264	42,24%	1.651	82,06%	155	47,11%	517	86,74%
Qualità umane e morali	14	1,95%	22	3,52%	28	1,39%	5	1,52%	-	0,00%
Abilità fisiche	-	0,00%	2	0,32%	35	1,74%	-	0,00%	18	3,02%
Protagonisti o testimoni di una storia di vita	52	7,25%	20	3,20%	104	5,17%	73	22,19%	4	0,67%
Vittime o parenti di vittime	17	2,37%	4	0,64%	7	0,35%	9	2,74%	-	0,00%
N. R.	174	24,27%	158	25,28%	140	6,96%	26	7,90%	43	7,21%
TOTALE	717	100%	625	100%	2.012	100%	329	100%	596	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
MOTIVO DELLA RAPP.	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Genere	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Bellezza e/o appeal sessuale	-	0,00%	1	0,16%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Ruolo dentro la famiglia	8	0,98%	4	0,64%	4	0,55%	12	0,73%	1	0,07%
Esercizio di lavoro di cura	16	1,96%	9	1,44%	-	0,00%	11	0,67%	8	0,60%
Persone di potere	16	1,96%	10	1,61%	26	3,59%	76	4,62%	136	10,17%
Capacità professionali	657	80,32%	404	64,85%	435	60,08%	999	60,77%	964	72,10%
Qualità umane e morali	-	0,00%	1	0,16%	5	0,69%	2	0,12%	3	0,22%
Abilità fisiche	1	0,12%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Protagonisti o testimoni di una storia di vita	76	9,29%	91	14,61%	137	18,92%	453	27,55%	163	12,19%
Vittime o parenti di vittime	-	0,00%	74	11,88%	7	0,97%	14	0,85%	21	1,57%
N. R.	44	5,38%	29	4,65%	110	15,19%	77	4,68%	41	3,07%
TOTALE	818	100%	623	100%	724	100%	1.644	100%	1.337	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 20 - FIGURE FEMMINILI PER AMBITO TEMATICO DELLA RAPPRESENTAZIONE

AMBITO TEMATICO	N.	%
Hard news	1.704	28,50%
Temi legali/cronaca nera	405	6,77%
Scienza, tecnologia, ambiente	415	6,94%
Cultura "alta"	274	4,58%
Cultura "pop"	833	13,93%
Sport	185	3,09%
Argomenti della sfera privata	1.077	18,02%
Soft news	189	3,16%
Pink issue	492	8,23%
Altro	199	3,33%
Non rilevante	205	3,43%
TOTALE FIGURE FEMMINILI	5.978	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 21 - FIGURE FEMMINILI PER AMBITO TEMATICO DELLA RAPPRESENTAZIONE E PER TIPOLOGIA DI PROGRAMMA

	Fiction		Cinema		Intrattenimento		Factual		Rubriche sportive	
AMBITO TEMATICO	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Hard news	39	6,69%	18	4,80%	13	0,95%	2	0,71%	-	0,00%
Temi legali/cronaca nera	107	18,35%	39	10,40%	4	0,29%	11	3,91%	-	0,00%
Scienza, tecnologia, ambiente	2	0,34%	9	2,40%	7	0,51%	23	8,19%	-	0,00%
Cultura "alta"	3	0,51%	2	0,53%	81	5,92%	8	2,85%	1	0,97%
Cultura "pop"	14	2,40%	8	2,13%	605	44,23%	15	5,34%	1	0,97%
Sport	-	0,00%	-	0,00%	71	5,19%	-	0,00%	95	92,23%
Argomenti della sfera privata	297	50,94%	200	53,33%	125	9,14%	172	61,21%	-	0,00%
Soft news	4	0,69%	-	0,00%	111	8,11%	2	0,71%	-	0,00%
Pink issue	79	13,55%	54	14,40%	209	15,28%	4	1,42%	5	4,85%
Altro	17	2,92%	27	7,20%	32	2,34%	35	12,46%	-	0,00%
Non rilevante	21	3,60%	18	4,80%	110	8,04%	9	3,20%	1	0,97%
TOTALE	583	100%	375	100%	1.368	100%	281	100%	103	100%
	Cultura, scienza, ambiente		Programmi di servizio		Attualità		Approfondimento informativo		Telegiornali	
AMBITO TEMATICO	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Hard news	20	4,76%	194	41,19%	161	27,95%	574	60,17%	683	80,64%
Temi legali/cronaca nera	2	0,48%	130	27,60%	54	9,38%	34	3,56%	24	2,83%
Scienza, tecnologia, ambiente	186	44,29%	33	7,01%	11	1,91%	106	11,11%	38	4,49%
Cultura "alta"	93	22,14%	19	4,03%	21	3,65%	14	1,47%	32	3,78%
Cultura "pop"	40	9,52%	24	5,10%	96	16,67%	11	1,15%	19	2,24%
Sport	4	0,95%	1	0,21%	1	0,17%	-	0,00%	13	1,53%
Argomenti della sfera privata	27	6,43%	37	7,86%	79	13,72%	136	14,26%	4	0,47%
Soft news	7	1,67%	13	2,76%	20	3,47%	25	2,62%	7	0,83%
Pink issue	30	7,14%	6	1,27%	61	10,59%	30	3,14%	14	1,65%
Altro	7	1,67%	11	2,34%	42	7,29%	17	1,78%	11	1,30%
Non rilevante	4	0,95%	3	0,64%	30	5,21%	7	0,73%	2	0,24%
TOTALE	420	100%	471	100%	576	100%	954	100%	847	100%

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 22 - RAPPRESENTAZIONE STEREOTIPATA DELLE FIGURE FEMMINILI

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA	GRAVE	SIGNIFICATIVA	LIEVE*	ASSENTE	TOTALE
TUTTI I GENERI	0,6% (4)	5,3% (37)	11,9% (83)	82,3% (576)	100% (700)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	0	1,8% (2)	4,4% (5)	93,8% (106)	100% (113)
ATTUALITÀ	2,0% (1)	4,0% (2)	12,0% (6)	82,0% (41)	100% (50)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	0	13,8% (8)	24,1% (14)	62,1% (36)	100% (58)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	0	1,5% (1)	4,5% (3)	93,9% (62)	100% (66)
FACTUAL	0	5,4% (2)	27,0% (10)	67,6% (25)	100% (37)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	2,9% (2)	7,1% (5)	21,4% (15)	68,6% (48)	100% (70)
INTRATTENIMENTO	0,8% (1)	11,0% (15)	17,7% (24)	70,6% (96)	100% (136)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	0	2,3% (1)	9,3% (4)	88,4% (38)	100% (43)
RUBRICHE SPORTIVE	0	2,6% (1)	2,6% (1)	94,9% (37)	100% (39)
TELEGIORNALI	0	0	1,1% (1)	98,9% (87)	100% (88)
valori percentuali per tipologia di programmi (n° casi)					
* programma sostanzialmente corretto					

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 23 - MOTIVAZIONI ALLA BASE DELLA RAPPRESENTAZIONE STEREOTIPATA DELLA FIGURA FEMMINILE

valori percentuali* e numero di casi nei programmi in cui è stata rilevata una rappresentazione stereotipata (124/700) - TUTTI I GENERI		
MOTIVAZIONE ALLA BASE DELLO STEREOTIPO	%	N°
Le donne sono rappresentate nel ruolo stereotipato della vittima/sopravvissuta, del soggetto debole	17,7%	22
Le donne sono rappresentate nel ruolo stereotipato di oggetto/seduttrice	56,5%	70
È confermata e rafforzata l'immagine tradizionale della donna, rappresentata in ruoli domestici (madre, moglie, angelo del focolare, ecc.), con doti tradizionali (spirito di abnegazione, propensione alla cura, ecc.), con interessi tipicamente femminili	43,5%	54
Altro	6,5%	8
* Totale superiore a 100; possibili più risposte.		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 24 – PRESENZA DI DISCRIMINAZIONI DI GENERE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA	GRAVE	SIGNIFICATIVA	LIEVE*	ASSENTE	TOTALE
TUTTI I GENERI	1% (7)	7,6% (53)	25,4% (178)	66,0% (462)	100% (700)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	0	6,2% (7)	27,4% (31)	66,4% (75)	100% (113)
ATTUALITÀ	2,0 (1)	8,0% (4)	34,0% (17)	56,0% (28)	100% (50)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	0	8,6% (5)	17,2% (10)	74,1% (43)	100% (58)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	0	6,1% (4)	33,3% (22)	60,6% (40)	100% (66)
FACTUAL	0	5,4% (2)	13,5%(5)	81,1% (30)	100% (37)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	1,4% (1)	1,4% (1)	27,1% (19)	70,0% (49)	100% (70)
INTRATTENIMENTO	1,5% (2)	6,6% (9)	22,8% (31)	69,1% (94)	100% (136)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	0	0	23,3% (10)	76,8% (33)	100% (43)
RUBRICHE SPORTIVE	7,7%(3)	38,5%(15)	30,8% (12)	23,1 (9)	100% (39)
TELEGIORNALI	0	6,8% (6)	23,9% (21)	69,3% (61)	100% (88)
valori percentuali e numero di casi per i programmi in cui si è rilevata una discriminazione					
* programma sostanzialmente corretto					

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 25 - MOTIVAZIONI ALLA BASE DELLA DISCRIMINAZIONI DI GENERE

valori percentuali* e numero di casi per i programmi in cui si è rilevata una discriminazione (238/700) – TUTTI I GENERI		
MOTIVAZIONE ALLA BASE DELLA DI DISCRIMINAZIONE	%	N°
Rappresentanza femminile insufficiente	75,2%	179
Non viene dato uno spazio equilibrato nella storia/nel discorso/nell'informazione al punto di vista femminile	49,2%	117
Gli uomini più delle donne appaiono in ruoli autorevoli/prestigiosi/che ne valorizzano abilità e competenze	45,0%	107
Gli uomini più delle donne appaiono dotati di caratteristiche intellettuali e morali positive (intelligenza, brillantezza, ecc.)	17,2%	41
Le donne più degli uomini appaiono o sono giudicate in funzione della loro estetica (aspetto fisico, abbigliamento)	16,8%	40
Le donne più degli uomini appaiono o sono giudicate in funzione della loro moralità in ambito sessuale e sentimentale	11,3%	27
Altro	1,7%	4
* Totale superiore a 100; possibili più risposte.		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 26 - RAPPRESENTAZIONE Di COMPORTAMENTI DERISORI, COMMENTI NEGATIVI O ALTRE FORME D'UMILIAZIONE DELLA DONNA

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA	GRAVE	SIGNIFICATIVA	LIEVE*	ASSENTE	TOTALE
TUTTI I GENERI	1% (7)	3,1% (22)	6,3% (44)	89,6% (627)	100% (700)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	0,9% (1)	2,7% (3)	2,7% (3)	93,8% (106)	100% (113)
ATTUALITÀ	2,0 (1)	2,0% (1)	10,0% (5)	86,0% (43)	100% (50)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	1,7% (1)	6,9% (4)	15,5% (9)	75,9% (44)	100% (58)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	0	0	0	100% (66)	100% (66)
FACTUAL	0	2,7% (1)	0	97,3% (36)	100% (37)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	4,3% (3)	4,3% (3)	25,7% (18)	65,7% (46)	100% (70)
INTRATTENIMENTO	0,7% (1)	5,9% (8)	5,9% (8)	87,5% (119)	100% (136)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	0	4,7% (2)	2,3% (1)	93,0% (40)	100% (43)
RUBRICHE SPORTIVE	0	0	0	100% (39)	100% (39)
TELEGIORNALI	0	0	0	100% (88)	100% (88)
valori percentuali per tipologia di programmi (n° casi)					
* programma sostanzialmente corretto					

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 27 - DERISIONE, SCHERNO, UMILIAZIONE E FANNO PARTE DEL CONCEPT DEL PROGRAMMA/CARATTERIZZANO LO STILE DEL CONDUTTORE/DELLA CONDUTTRICE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA	SÌ	NO	TOTALE
TUTTI I GENERI	37,0% (27)	63,0% (46)	100% (73)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	14,3% (1)	85,7% (6)	100% (7)
ATTUALITÀ	0% (0)	100% (7)	100% (7)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	57,1% (8)	42,9% (6)	100% (14)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	-	-	-
FACTUAL	0% (0)	100% (1)	100% (1)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	25,0% (6)	75,0% (18)	100% (24)
INTRATTENIMENTO	70,6% (12)	29,4% (5)	100% (17)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	0	100% (3)	100% (3)
RUBRICHE SPORTIVE	-	-	-
TELEGIORNALI	-	-	-
valori percentuali e n° casi per i programmi in cui sono state rilevate forme di derisione/scherno/umiliazione (73 su 700)			

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 28 - ATTEGGIAMENTO DEL PROGRAMMA NEI CONFRONTI DELLE CONDOTTE DI DENIGRAZIONE E/O UMILIAZIONE DELLA DONNA

TIPOLOGIA PROGRAMMI	STIGMATIZZAZIONE*		LEGITTIMAZIONE**	
	Sì	No	Sì	No
TUTTI I GENERI (147)	46,6% (34)	53,4% (39)	20,5% (15)	79,5% (58)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO (11)	57,1% (4)	42,9% (3)	14,3% (1)	85,7% (6)
ATTUALITÀ (8)	71,4% (5)	28,6% (2)	28,6% (2)	71,4% (5)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI (33)	42,9% (6)	57,1 (8)	14,3% (2)	85,7% (12)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE (2)	-	-	-	-
FACTUAL (8)	0% (0)	100% (1)	100% (1)	0% (0)
FICTION DI PRODUZIONE RAI (46)	62,5% (15)	37,5% (9)	4,2%% (1)	95,8% (23)
INTRATTENIMENTO (31)	17,6% (3)	82,4% (14)	41,2% (7)	58,8% (10)
PROGRAMMI DI SERVIZIO (6)	33,3% (1)	66,7% (2)	33,3% (1)	66,7% (2)
RUBRICHE SPORTIVE (1)	-	-	-	-
TELEGIORNALI (1)	-	-	-	-
valori percentuali e n° casi per i programmi in cui sono state rilevate forme di derisione/scherno/umiliazione (73 su 700)				

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 29 – MOTIVAZIONI DELLA DERISIONE/UMILIAZIONE DELLA FIGURA FEMMINILE

MOTIVI DI DERISIONE/UMILIAZIONE*	PRESENTE	ACCADE ANCHE CON GLI UOMINI
APPARTENENZA DI GENERE (umiliate “in quanto donne”)	19	0
NON CONFORMITÀ A STANDARD CONVENZIONALI DI BELLEZZA	16	5
ALTRE CARATTERISTICHE FISICHE	5	0
CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE (età, professione, status socio-economico, livello di istruzione, appartenenza etnica o regionale, religione)	11	7
CARATTERISTICHE DI PERSONALITÀ	14	7
CARATTERISTICHE INTELLETTUALI O INCOMPETENZE/INABILITÀ/INCAPACITÀ	15	4
ORIENTAMENTO SESSUALE	2	0
CONDOTTA SESSUALE	29	9
OGGETTIVAZIONE SESSUALE (donna oggetto/uomo oggetto)	29	4
ALTRO	2	0
n° casi per i programmi in cui sono state rilevate forme di derisione/scherno/umiliazione (73 su 700)		
* possibili più risposte		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 30 - ESIBIZIONE DEL CORPO FEMMINILE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMA	PRESENTE % su totale programmi monitorati		PERTINENTE % su totale programmi con esibizione corpo femminile	
	Sì	No	Sì	No
TUTTI I GENERI (700)	15,4% (108)	85,6% (592)	86,1% (93)	13,9% (15)
APPROFONDIMENTO INFOR. (113)	7,1% (8)	92,9% (105)	100% (8)	0
ATTUALITÀ (50)	14,0% (7)	86,0% (43)	71,4% (5)	28,6% (2)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI (58)	34,5% (20)	65,5% (38)	90,0% (18)	10,0% (2)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE (66)	3,0% (2)	97,0% (66)	100% (2)	0
FACTUAL (37)	2,7% (1)	97,3% (36)	100% (1)	0
FICTION DI PRODUZIONE RAI (70)	32,9% (23)	67,1% (47)	95,6% (22)	4,4% (1)
INTRATTENIMENTO (136)	33,1% (45)	66,9% (91)	80,0% (36)	20,0% (9)
PROGRAMMI DI SERVIZIO (43)	2,3% (1)	97,7% (42)	0	100% (1)
RUBRICHE SPORTIVE (39)	0	100%	-	-
TELEGIORNALI (88)	1,1% (1)	98,9% (87)	100% (1)	0

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 31 - UTILIZZO DI UN LINGUAGGIO MARCATAMENTE SCORRETTO NELLA DESCRIZIONE DELLE FIGURE FEMMINILI O NELL'INTERAZIONE DIALOGICA CON ESSE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMI	SÌ	NO	TOTALE
TUTTI I GENERI (700)	3,0% (21)	97,0% (679)	100% (700)
APPROFONDIMENTO INFOR. (113)	0	100% (113)	100% (113)
ATTUALITÀ (50)	6,0%(3)	94,0% (47)	100% (50)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI (58)	6,9% (4)	93,1% (54)	100% (58)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE (66)	0	100% (66)	100% (66)
FACTUAL (37)	0	100% (37)	100% (37)
FICTION DI PRODUZIONE RAI (70)	11,4% (8)	88,6% (62)	100% (70)
INTRATTENIMENTO (136)	3,7% (5)	96,3% (131)	100% (136)
PROGRAMMI DI SERVIZIO (43)	2,3% (1)	97,7% (42)	100% (43)
RUBRICHE SPORTIVE (39)	0	100% (39)	100% (39)
TELEGIORNALI (88)	0	100% (88)	100% (88)

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 32 - TIPOLOGIA DI LINGUAGGIO SCORRETTO

TIPOLOGIA LINGUAGGIO SCORRETTO	%	N°
VOLGARE NEI CONTENUTI	28,6%	6
AGGRESSIVO E PREVARICANTE NEI MODI	4,8%	1
GENERICAMENTE OFFENSIVO	9,5%	2
OFFENSIVO CON ESPlicitI RIFERIMENTI SESSISTI	52,4%	11
ALTRO	4,8	1
TOTALE	100%	21/700
valori percentuali e numero di casi per i programmi in cui è stato rilevato un linguaggio scorretto (21/700) TUTTI I GENERI		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 33 - REAZIONE ALL'UTILIZZO DI UN LINGUAGGIO SCORRETTO

TIPOLOGIA PROGRAMMI	VIENE STIGMATIZZATO	NON VIENE RILEVATO	VIENE INCORAGGIATO	TOTALE
TUTTI I GENERI	38,1% (8)	52,4% (11)	9,5% (2)	100% (21)
ATTUALITÀ	33,3%(1)	33,3%(1)	33,3%(1)	100% (3)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	25,0% (1)	75,0% (3)	-	100% (4)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	75,0% (6)	25,0% (2)	-	100% (8)
INTRATTENIMENTO	-	80,0% (4)	20,0% (1)	100% (5)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	-	100% (1)	-	100% (1)
valori percentuali per i programmi in cui è stato rilevato un uso scorretto del linguaggio (21/700)				

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 34 - RIFERIMENTI ESPLICITI A QUESTIONI DI GENERE/PARI OPPORTUNITÀ

TIPOLOGIA PROGRAMMI	SÌ	NO	TOTALE
TUTTI I GENERI	15,6% (109)	84,4% (591)	100% (700)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	19,5% (22)	80,5% (91)	100% (113)
ATTUALITÀ	36,0% (18)	64,0% (32)	100% (50)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	6,9% (4)	93,1% (54)	100% (58)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	10,6% (7)	89,4% (59)	100% (66)
FACTUAL	5,4% (2)	94,6% (35)	100% (37)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	22,9% (16)	77,1% (54)	100% (70)
INTRATTENIMENTO	9,6% (13)	90,4% (123)	100% (136)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	23,3% (10)	76,7% (33)	100% (43)
RUBRICHE SPORTIVE	15,4% (6)	84,6% (33)	100% (39)
TELEGIORNALI	12,5% (11)	87,5% (77)	100% (88)

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 35 - AMBITI DI RIFERIMENTO PER IL TEMA PARI OPPORTUNITÀ

AMBITI RIFERIMENTO TEMA PARI OPPORTUNITA'	%	N°
CONDIZIONE FEMMINILE IN GENERE	36,7%	40
LA CONCILIAZIONE (tra tempi del lavoro e tempi della famiglia)	13,8%	15
LA RAPPRESENTANZA POLITICA/NELLA SFERA PUBBLICA	7,3%	8
IL LAVORO (accesso a mercato del lavoro, gender pay gap, accesso a ruoli dirigenziali/ di decision making, diversity management, ecc..)	27,5%	30
ACCESSO ALL'ISTRUZIONE	2,7%	3
AUTODETERMINAZIONE SU TEMI DELLA SFERA SESSUALE E RIPRODUTTIVA (genitorialità, aborto, contraccezione, orientamento sessuale, ecc.)	26,1%	29
I DIRITTI DELLE DONNE (leggi/policies in tema)	25,7%	28
LA VIOLENZA DI GENERE	42,2%	46
LA RAPPRESENTAZIONE FEMMINILE SUI MEDIA	11,9%	13
ALTRO	8,3%	9
valori percentuali e numero di casi per i programmi in cui è stato rilevato un riferimento alle PARI OPPORTUNITA' (109/700) - TUTTI I GENERI		
** Totale superiore a 100; possibili più risposte.		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 36 - PUNTO DI VISTA DEL PROGRAMMA SUL TEMA DELLE PARI OPPORTUNITÀ

PUNTO DI VISTA/SENSO GENERALE ESPRESSO	%	N°
LE PARI OPPORTUNITÀ SONO UN TRAGUARDO ORMAI RAGGIUNTO NELLA NOSTRA SOCIETÀ	1,8%	2
LE PARI OPPORTUNITÀ NON SONO ANCORA UN TRAGUARDO RAGGIUNTO NELLA NOSTRA SOCIETÀ	65,1%	71
IL GIUDIZIO NON È NETTO	17,4%	19
LA DOMANDA NON SI APPLICA	15,6%	17
TOTALE	100,0%	109/700
valori percentuali e numero di casi per i programmi in cui è stato rilevato un riferimento alle PARI OPPORTUNITA' (109/700) - TUTTI I GENERI		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 37 – RAPPRESENTAZIONE DELLA VIOLENZA DI GENERE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMI	Sì	No	TOTALE
TUTTI I GENERI	14,0% (98)	86,0% (602)	100% (700)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	13,3% (15)	86,7% (98)	100% (113)
ATTUALITÀ	16,0% (8)	84,0% (42)	100% (50)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	5,2% (3)	94,8% (55)	100% (58)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	4,5% (3)	95,5% (63)	100% (66)
FACTUAL	8,1% (3)	91,9% (34)	100% (37)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	25,7% (18)	74,3% (52)	100% (70)
INTRATTENIMENTO	4,4% (6)	95,6% (130)	100% (136)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	44,2% (19)	55,8% (24)	100% (43)
RUBRICHE SPORTIVE	0	100% (39)	100% (39)
TELEGIORNALI	26,1% (23)	73,9% (65)	100% (88)

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 38 – RESPONSABILE IDENTIFICATO PER LA VIOLENZA DI GENERE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMI	PARTNER EX-PARTNER	PARENTI DIVERSI DA PARTNER	AMICI, COLLEGHI, VICINI, ECC	SCONOSCIUTI ALLA VITTIMA	ALTRO
TUTTI I GENERI (98)	60,2% (59)	7,1% (7)	22,5% (22)	28,6% (28)	4,1% (4)
APPROFONDIMENTO INFOR. (15)	46,7% (7)	6,7% (1)	33,3% (5)	46,7% (7)	13,3% (2)
ATTUALITÀ (8)	62,5% (5)	0	25,0% (2)	37,5% (3)	0
CINEMA DI PRODUZIONE RAI (3)	66,7% (2)	0	66,7% (2)	33,3% (1)	0
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE (3)	0	33,3% (1)	0	33,3% (1)	33,3% (1)
FACTUAL (3)	66,7% (2)	0	0	33,3% (1)	0
FICTION RAI (18)	66,7% (12)	5,6% (1)	27,8% (5)	16,7% (3)	0
INTRATTENIMENTO (6)	50,0% (3)	0	16,7% (1)	50,0% (3)	16,7% (1)
PROGRAMMI DI SERVIZIO (19)	78,9% (15)	15,8% (3)	10,5% (2)	21,0% (4)	0
TELEGIORNALI (23)	56,5% (13)	4,3% (1)	21,7% (5)	21,7% (5)	0
valori percentuali* e numero di casi per i programmi in cui è stata rilevata la rappresentazione della violenza di genere (98/700)					
* Totale superiore a 100; possibili più risposte.					

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 39 - INQUADRAMENTO DEL FENOMENO VIOLENZA DI GENERE

INQUADRAMENTO DELLA VIOLENZA DI GENERE	%	N°
LEGATO ALL'AMBITO SOCIO-CULTURALE	13,3%	13
LEGATO ALL'ORDINE PUBBLICO	10,2%	10
LEGATO A GLOBALIZZAZIONE/ IMMIGRAZIONE	0	0
DI GENERE	73,5%	72
BIOLOGICO	2,0%	2
DI ABERRAZIONE INDIVIDUALE	22,5%	22
ALTRO	4,1	4
valori percentuali* e numero di casi per i programmi in cui è stata rilevata la rappresentazione della violenza di genere (98/700) - TUTTI I GENERI		
* Totale superiore a 100; possibili più risposte.		

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018

Tavola 40 - TIPOLOGIA DI FRAME UTILIZZATO PER PRESENTARE LA VIOLENZA DI GENERE

TIPOLOGIA DI PROGRAMMI	EPISODICO	TEMATICO	TOTALE
TUTTI I GENERI	60,2% (59)	39,8% (39)	100% (98)
APPROFONDIMENTO INFORMATIVO	26,7% (4)	73,3% (11)	100% (15)
ATTUALITÀ	50,0% (4)	50,0% (4)	100% (8)
CINEMA DI PRODUZIONE RAI	33,3% (1)	66,7% (2)	100% (3)
CULTURA, SCIENZA, AMBIENTE	100% (3)	0	100% (3)
FACTUAL	100% (3)	0	100% (3)
FICTION DI PRODUZIONE RAI	66,7% (12)	33,3% (6)	100% (18)
INTRATTENIMENTO	50,0% (3)	50,0% (3)	100% (6)
PROGRAMMI DI SERVIZIO	63,2% (12)	36,8% (7)	100% (19)
TELEGIORNALI	73,9% (17)	26,1% (6)	100% (23)
valori percentuali e numero di casi per i programmi in cui è stata rilevata la rappresentazione della violenza di genere (98/700)			

Fonte: ISIMM Ricerche, 2018