

KANTAR TNS

Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione RAI

Executive summary

Documento redatto da Roberta Lietti e Daniele Malnati

Aprile 2018

QUALITATIVE



Rai

1

Obiettivi e metodologia



Obiettivi e disegno di ricerca

01

PREWORK ONLINE

96 partecipanti, 2 giorni online

Riscaldamento sul tema “criteri di giudizio che si adottano nel valutare il rispetto della figura femminile in Tv” e “comportamenti lesivi vs. positive da parte del broadcaster rispetto alla rappresentazione della donna”

+

visione di alcuni programmi segnalati da Rai

02

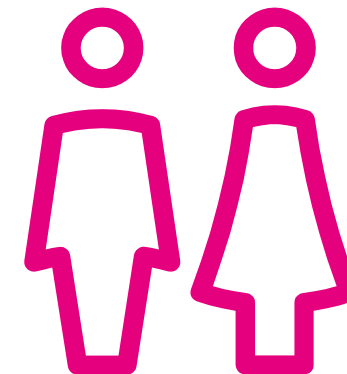
GRUPPI DI DISCUSSIONE

12 focus group, 3h, 3 location

Analisi approfondita della rappresentazione femminile all'interno della programmazione Rai e dei principali competitor (attraversando i principali programmi e i 3 grandi macrogeneri: film/fiction; informazione/attualità/approfondimento; intrattenimento)

Campione

- Mix di uomini e donne (50% + 50% in ciascun gruppo)
- Fasce d'età: 18-29; 30-45; 46-55, 56-65
- Fruitori heavy di tv in tutte le fasce orarie
- **TARGET 1** --> fruitori appassionati di **fiction**
 - 50% prevalenti RAI (Rai1, Rai2, Rai3, Rai4) + 50% prevalenti competitor (Canale 5, Italia 1, Rete 4)
- **TARGET 2** --> fruitori appassionati di **programmi di intrattenimento**
 - 50% prevalenti RAI (Rai1, Rai2, Rai3) + 50% prevalenti competitor (Canale 5, Italia 1, Rete 4, La7)
- **TARGET 3** --> fruitori appassionati di sport, news, **informazione e cultura** (partite e incontri calcio, Gp, volley ...)
 - 50% prevalenti RAI (Rai1, Rai2, Rai3, Rai Sport 1 e 2, Rai News, Rai Storia) + 50% prevalenti competitor (Canale 5, Italia 1, Rete 4, La7)



	MILANO	ROMA	CATANIA
18-29 anni	FICTION	INTRATTENIMENTO	INFORMAZIONE/CULTURA
30-45 anni	INTRATTENIMENTO	INFORMAZIONE/CULTURA	FICTION
46-55 anni	INFORMAZIONE/CULTURA	FICTION	INTRATTENIMENTO
56-65 anni	INTRATTENIMENTO	INFORMAZIONE/CULTURA	FICTION

Risultati



1.

PREMESSA

**La narrazione di un canale/network televisivo rispetto alla figura femminile:
elementi attenzionali e dinamiche che ne influenzano percezione e valutazione**

Il racconto che la televisione (e i canali/network) offre della donna e della femminilità si costruisce sull'interazione di diverse variabili

VARIABILI INTERNE ALLE LOGICHE DI RACCONTO E DI COSTRUZIONE DELL'OFFERTA

I generi/macrogeneri in cui si parla di donne
informazione e intrattenimento sono cruciali nel veicolare l'idea del femminile del canale/programma

Il tipo di programma
il programma evento possiede una potenza maggiore rispetto al programma seriale

La posizione in palinsesto
alcune fasce sono più potenti di altre nell'amplificare il messaggio e la sua portata

Il canale che emette il racconto
diverso il peso di un racconto emesso da un canale di servizio pubblico vs. commerciale

Le personalità femminili che vengono messe in scena
la biografia del personaggio spesso aggiunge significato al ruolo incarnato nel programma



VARIABILI DI CONTESTO

Il tipo di pubblico
pubblici differenti (per area geografica, cultura, età) possono dare interpretazioni anche opposte del medesimo contenuto

L'attualità
ciò che accade nella vita reale influisce nell'interpretazione del contenuto trasmesso

Il sistema valoriale di riferimento
i cambiamenti determinati sia nell'interpretazione della corretta rappresentazione della figura femminile sia nel ruolo che la donna ricopre nella società

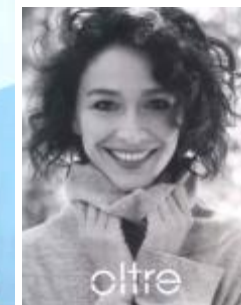
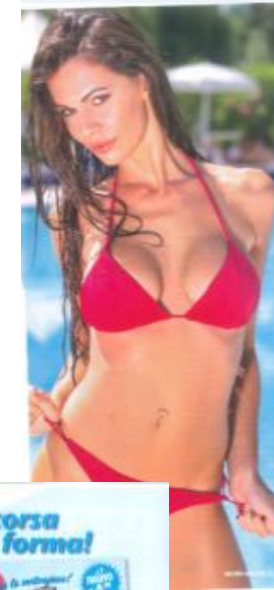
2.

**I cambiamenti rispetto
all'anno passato**



Pochi i cambiamenti circa i modelli di rappresentazione femminili più frequenti in tv rispetto all'anno precedente

- La **donna pin-up**, una tipologia che relega la donna in un ruolo subordinato rispetto all'uomo, prona alle logiche di un mondo maschile, in cui è inserita in virtù della sua bellezza
- La **professionista**, una donna dominante e protagonista, competente e assertiva, presente in TV grazie alla competenza in un'area
- La **conduttrice tradizionale**, una donna rassicurante, che esplicita la sua competenza in ambiti femminili, pacata e sobria nella comunicazione, gradevole esteticamente ma non provocante
- La **donna tradizionale**, un personaggio molto presente nelle fiction, mentre appare nella TV reale soprattutto nel ruolo di ospite o di pubblico
- La **campionessa sportiva**, donna coraggiosa, determinata, che ha saputo dare corpo alle proprie ambizioni e che è testimone di un mondo di valori (coraggio, fatica e determinazione) cui la TV fa da cassa di risonanza



Dai collage

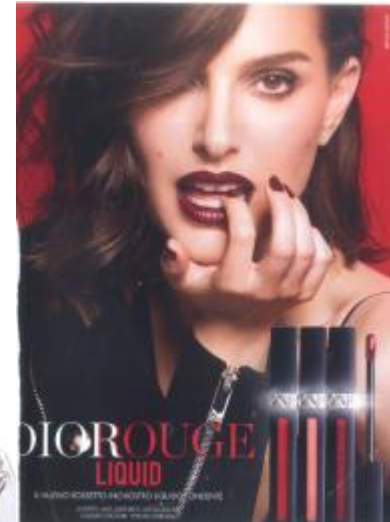
Una pletora di figure che rappresentano il mondo delle donne, di cui ogni "tipo" si fa portavoce di un aspetto del femminile

E' interessante notare come ancora vi sia l'impressione del permanere di "due tipi puri" fra loro opposti

- La **donna-corpo**, la femminilità vista come erotismo, seduzione, cui non si chiede o si chiede di tenere nascosta la testa: **la riedizione del luogo comune "bella e stupida" da sempre in voga**
 - Sono in particolare le **giovani donne** a rimarcare l'eccessiva presenza di questo modello nella TV
- La **donna-cervello**, che viene interpretata come donna mascolinizzata, che ha **fatto suoi comportamenti e atteggiamenti maschili**, mettendo da parte la sensibilità e la sensorialità femminile
 - Un modello di donna la cui presenza è ritenuta dilagante in particolare dagli uomini adulti del sud, che vivono questa emancipazione come tentativo di erodere territori all'ambito maschile

«c'è la donna cornice e la donna intellettuale, professionale, rigida... dividerei le donne in donne spettacolo e donne giornalismo»

Dai collage



Un'immagine di donna dicotomica, poco integrata e a tutt'oggi poco spiegabile in una logica di evoluzione del femminile

Sullo sfondo acquistano rilevanza le donne riescono a proporsi al di là degli stereotipi di genere come **PERSONE**, prima ancora che come donne



Le **comiche**

Ironiche, sagaci, irriverenti, critiche. Sono poliedriche, parlano di tutto, mettono alla berlina il mondo maschile, utilizzano un linguaggio a volte estremo, potente. Sono protagoniste nel raccontare le donne dal punto di vista delle donne

Anche quando non protagoniste il loro ruolo è sempre incisivo



Le **opinion leader**

Competenti, intelligenti, eclettiche, emancipate e provocatorie. Spesso discusse e discutibili. Esibiscono il loro essere contraddittorie; la bellezza in loro è sussidiaria e corollario della loro personalità a 360°. Disorientano e sono difficilmente etichettabili



I **personaggi finzionali**

Amate quando sono vere (ci si può identificare) e nel contempo verosimili (migliori, modelli cui tendere). Ritratti la cui umanità e veridicità diventa preziosa in un panorama ancora legato a tipi femminili un po' stereotipici

3.
**Il ruolo attuale della RAI e il confronto con i
network/canali commerciali**

The logo for RAI (Radiotelevisione Italiana) is displayed in white text on a solid blue rectangular background. The word "Rai" is written in a bold, sans-serif font, with the "R" being significantly larger than the "ai". The dot on the "i" is a solid white circle.

Rai

Si riconferma che l'immagine del femminile che RAI trasferisce è articolata e poliedrica, dove ciascun tipo femminile trova rappresentazione

- Si dà spazio alla figura della **conduttrice tradizionale**, specialmente nei programmi di intrattenimento
- C'è uno spazio per le **donne comuni** e per le **protagoniste** all'interno delle fiction
- C'è uno spazio significativo dato alle **professioniste** nei programmi giornalistici e d'inchiesta
- In secondo piano invece sono le **donne-corpo**, che, anche quando presenti, appaiono più castigate e meno esibite



La donna si è conquistata più spazio. Professionalmente si è trasformata da passiva ad attiva. Comunque l'immagine della donna in RAI è più composta, pacata, più vestita

Si riconosce a RAI il perseguimento di una filosofia definita dell'immagine della donna improntata al politically correct, ossia alla rappresentazione di un femminile che assegna a ciascun tipo di donna un ruolo e un posto all'interno del palinsesto televisivo

E Rai racconta il femminile attraverso le sue tre reti generaliste, con donne dalle connotazioni diverse, in accordo con la filosofia dell'emittente



- Gioca un **ruolo di estrema importanza** perché legata a quei generi – intrattenimento e fiction - che sono centrali nel discorso sul femminile multi-identitario (sebbene la fiction abbia un impatto inferiore per le caratteristiche del contratto di fruizione)
- Associata a un mondo femminile sobrio e misurato



- Una programmazione **centrata sull'informazione, sulla cultura e i programmi di approfondimento politico**, un macro-genere che incide nel conferire reale professionalità all'immagine della donna (più tangibile e reale vs. quella «finzionale» delle fiction)
- Associata a un femminile emancipato, competente



- Una rete caratterizzata da una programmazione molto composita (serial stranieri, talent, reality), che non restituisce la sensazione di un punto di vista coerente sul mondo e quindi sulla donna. Mostra anche un legame più labile con la vocazione RAI di servizio pubblico

Tra le tre reti, RAI 3 è certamente quella che ha promosso di più l'emancipazione femminile, RAI 1 quella che ha cercato di illuminarla da più lati

A testimoniare che l'immagine che RAI vuol dare del femminile è sempre più affrancata dallo stereotipo, alcune scelte sono apparse importanti, in alcuni casi vere pietre miliari

- la **cancellazione di Miss Italia**, un vero atto di coraggio e un deciso passo avanti per la RAI, che ha scelto di non celebrare la bellezza in sé
- la **scomparsa delle “vallette” a Sanremo**
- più in sottofondo, la **riassegnazione di Domenica In a una donna**, anzi a due donne (sorelle Parodi)
- Presenza di **donne interessanti** perché **si affrancano dai cliché**: competenti ed eclettiche nella loro professionalità, ironiche e autoironiche, dotate di una bellezza spontanea, non costruita

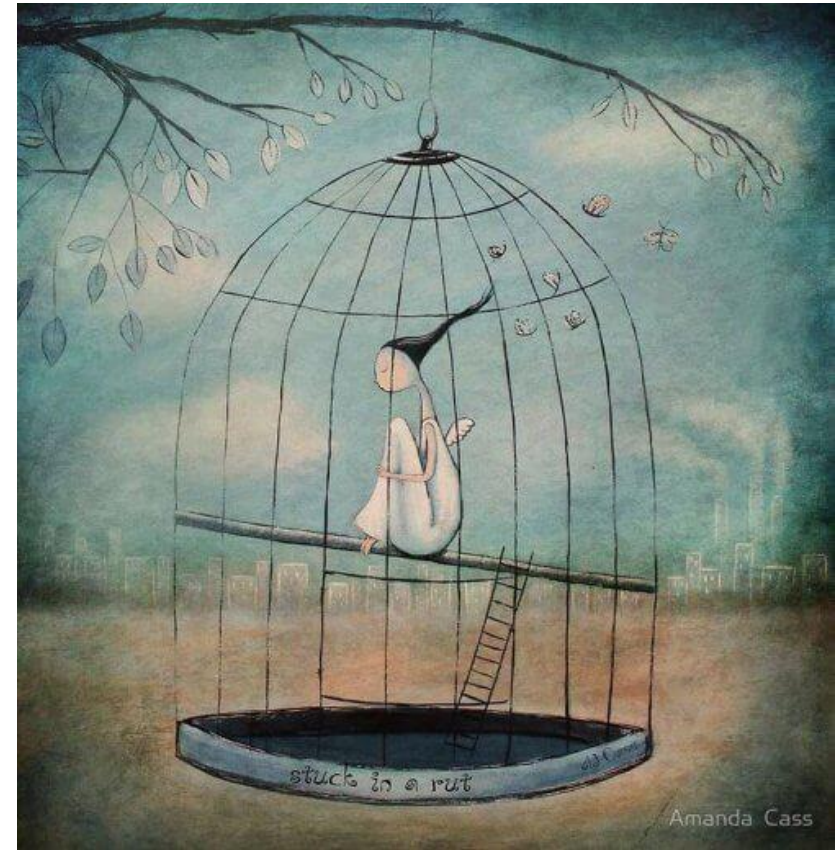
«il fatto che a Sanremo non ci fossero vallette è un cambio di passo importante, significa che c'è un cambiamento lento ma progressivo »



Si tratta di gesti eclatanti che mostrano il coraggio di RAI nel suo assumersi la responsabilità di fare una scelta di campo rispetto all'immagine femminile che vuole veicolare

Attenzione però! La ricerca del politically correct di RAI – apprezzato e riconosciuto – mostra la corda fra i target più evoluti e rischia di diventare una gabbia un po' sterile

- Sicuramente un tentativo apprezzabile di dare pari opportunità alla donna/alla sua rappresentazione
- **MA** che rischia di diventare uno **sforzo compilatorio** che cerca di **rubricare** tutti i 'tipi' femminili possibili e che in realtà **costringe** la rappresentazione della donna **in uno schema in cui c'è poco spazio** per l'espressione di **individualità complesse**, magari anche contraddittorie, ma **vitali**
- Lo **sforzo** a tendere **richiesto/atteso da Rai** dai pubblici più evoluti è quello di **andare oltre la rubrica e il politically correct** – aspetti necessari, ma intrinsecamente deboli, dando più autonomia e libertà d'espressione alle donne attraverso:
 - **La valorizzazione di figure autoriali** → come a suo tempo l'esperienza della tv delle ragazze promossa da Serena Dandini
 - **La rappresentazione di donne poliedriche, “naturali”**, che insieme alla competenza sappiano comunicare una personalità più rotonda e perché no anche irriverente e provocatori (non necessariamente 'giusta')



Rai, in quanto Tv di Servizio pubblico, appare schiacciata fra un dovere alla verità/verosimiglianza e una tensione al racconto esemplare, risultando a volte in una situazione ambivalente e ambigua



VEROSIMIGLIANZA

VS.

EXEMPLUM/ MODELLIZZAZIONE



da un lato, in quanto **finestra sul mondo** la TV **deve farsi specchio della realtà**, restituendo però anche delle **immagini non sempre edificanti del "femminile"** → Rai ha il dovere di mostrare la realtà così com'è e non costruire **situazioni fittizie**: se, per esempio, non esistono donne esperte nella divulgazione scientifica è giusto per dovere di realtà che esse non compaiano sullo schermo

L'obiettivo di verosimiglianza contravviene a volte al principio di esemplarità di promozione ed emancipazione della donna

dall'altro, proprio in quanto Servizio Pubblico Rai, ha il **dovere di farsi volano dell'affermazione** della donna e **promuovere la sua emancipazione** proprio in quegli ambiti dove solitamente non compare come protagonista → un importantissimo ruolo di 'modellatore' della società e della sua crescita culturale

L'obiettivo di esemplarità contravviene in parte al mandato di verosimiglianza

Un'ambivalenza che, secondo il pubblico più evoluto, potrebbe essere superata dando maggiore spazio a quelle figure femminili che si staccano dagli stereotipi di genere e sanno portare in scena gli aspetti dirompenti, complessi e autentici del loro essere delle persone ancor prima che delle donne e porsi come nuovi modelli d'ispirazione

La tv commerciale è percepita come agli antipodi vs. RAI nella rappresentazione della donna → il modello della donna-corpo appare in proporzione quello dominante, anche per motivi che vanno oltre il testo televisivo

TUTTAVIA

- La Tv commerciale si configura come uno spazio meno prescrittivo, in cui le donne possono occupare **spazi interstiziali** o **aprire nuovi territori**, affermandosi in **ruoli più autentici**, anche in posizioni più distintive e strategiche vs. quanto avviene in RAI



Una rappresentazione della femminilità da cui complessivamente si prende le distanze, ma che lascia ai personaggi femminili spazi di autonomia per esprimere la propria individualità

4.

**I criteri di valutazione del pubblico sul
femminile in Tv**



I criteri che portano alle valutazioni critiche da parte del pubblico circa il femminile



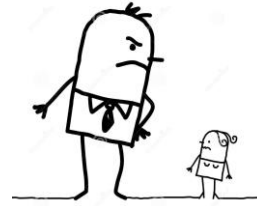
L'assenza



La presenza forzata



La presenza inadeguata



La subalternità



I luoghi comuni



**L'esibizione
ingiustificata del corpo**

5.

Conclusioni: il punto e le prospettive

La donna Rai: lo stato dell'arte

- Si conferma che **RAI** ha lavorato per restituire **un'immagine del femminile evoluta, emancipata, non subalterna all'uomo**
 - sia in **termini quantitativi**: lo spazio che le donne occupano è significativo
 - sia in **termini qualitativi**: RAI sembra avere affrancato la donna dal ruolo di spalla coreografica e ha dato spazio a tipi diversi di donne
- Questo è avvenuto soprattutto **nell'INTRATTENIMENTO**, un genere molto trainante per segnalare la filosofia "editoriale" sul tema femminile, che vede in RAI donne protagoniste in qualità di conduttrici, che restituiscono un'immagine del femminile sobria, pacata, non urlata
- **Ma anche nell'INFORMAZIONE**, altro genere trainante nel trasferire un ritratto della donna, dove RAI ha promosso l'immagine di una femminilità competente, capace di tenere le redini di trasmissioni con ospiti non sempre facili, capace anche di essere sagace e pungente
- La stessa **FICTION di produzione RAI**, sebbene più marginale nel costruire un'immagine di donna "emancipata" dagli stereotipi, sembra avere puntato sulla promozione delle figure femminili, sia con fiction dedicate a donne importanti, sia attraverso i personaggi femminili che restituiscono un'immagine di donna articolata, complessa, contraddittoria a volte, ma sempre vitale



Tuttavia, la femminilità che RAI esprime, per quanto apprezzata, ha dei tratti di artificiosità, di costruzione attenta e un po' maniacale: rischia di trasferire un'immagine di donna che presenta alcuna sbavatura

La donna Rai: le aspettative /1

- Il desiderio è quello di **andare oltre la logica di genere** e ritrovare identità femminili complesse e articolate. Donne capaci di esprimere appieno la loro personalità, che sembrano essere sempre più presenti nella mente dei telespettatori e che vengono citate come “categorie” a cui guardare con interesse
- È il caso delle **comiche**, delle **opinion leader**, dei **personaggi finzionali** delle fiction, ossia donne che sanno dare uno sguardo sul mondo, rompendo le regole del format in cui sono inserite, tese non a mostrare la loro appartenenza a un cliché, quanto a esprimere se stesse e un punto di vista femminile
- Sembra cioè sempre più importante che ci si ispiri a un criterio di **verosimiglianza**, cioè guardare il femminile nella sua complessità e amplificare la sua diversità dal maschile: un’operazione che deve cioè andare oltre l’attribuzione di “quote rosa” e che guardi alle donne come un universo diverso e paritario
- L’auspicio è quindi che **le donne** diventino **sempre più protagoniste** e che siano maggiormente presenti **figure autoriali femminili**, capaci di creare trasmissioni che parlino realmente al femminile

E' stato cruciale avere aperto spazi alle donne che si basavano su un principio di pari rappresentatività, ma ora si chiede un passo ulteriore verso l'affermazione della donna

La donna Rai: le aspettative /2

- Parallelamente, però, bisogna **tenere alzata la guardia su possibili scivoloni**, retaggi di un modo di pensare e fare televisione che sembrano essere in agguato e rispetto ai quali l'attenzione è ora quasi maniacale, probabilmente anche a seguito dei recenti fatti di cronaca. Accanto a sacche di pensiero obsoleto e retrivo, è aumentata la quota di chi, ormai sensibile alle questioni di genere, rischia di interpretare qualsiasi atto in chiave gender
- Ridurre al minimo le possibilità di scivoloni, che verrebbero interpretati come una retrocessione di RAI sul tema, significa
 - **Aprire sempre più spazi alle donne**
 - sia in vesti di protagoniste o co-protagoniste delle trasmissioni, e anche in ambiti ancora di dominio prettamente maschile come l'economia e, in parte, la divulgazione
 - sia in ruoli strategici e decisionali come quello di autore → un grado di libertà che sembra sia tuttora più accessibile in Mediaset, non sono note autrici RAI di rilievo al di fuori dell'ambito giornalistico
 - **Non esibire una donna solo per mantenere un concetto “di pari opportunità”**: le donne nelle trasmissioni o hanno un ruolo significativo o è inutile che compaiano. La presenza forzata di una donna, non giustificata dal contenuto della puntata o della trasmissione espone solo il fianco a critiche
 - **Evitare di mettere in scena luoghi comuni sulle donne** → la competitività, la collaborazione, lo spirito di sacrificio ecc. sono temi che riportano la donna in un cliché che può anche avere tratti di verità ma che, se assolutizzato, diventa stucchevole e restituisce un'immagine un po' datata della sua rappresentazione
 - **Affrancarsi dal dominio dell'estetica e dalla tentazione di utilizzare per fini coreografici il corpo delle donne**