

L'**indice sintetico** che esprime la valutazione della popolazione su quanto Rai contribuisca a promuovere la parità di genere attraverso la sua offerta televisiva, radiofonica e digitale è pari a un positivo **7,5**, che deriva dai quattro indicatori descritti nella tabella che segue.

---

### Indice della capacità Rai di rappresentare in modo corretto attraverso la programmazione la figura femminile rilevato sulla popolazione

Capacità complessiva dell'offerta Rai di promuovere la <b>corretta rappresentazione della figura femminile</b> nei suoi vari aspetti	<b>7,5</b>
Rispetto della dignità della persona e dell'identità di genere	<b>7,7</b>
Promozione dei <b>principi di non discriminazione e parità di genere</b>	<b>7,6</b>
Prevenzione e il contrasto alla violenza nei confronti delle donne	<b>7,5</b>
Rappresentazione non stereotipata del ruolo della donna	<b>7,2</b>

---

I **risultati** dell'analisi indicano come la popolazione riconosca al sistema dei media un ruolo importante nel rispettare la figura femminile e dare un contributo attivo nel superare le discriminazioni (molto/abbastanza importante per il 59,8% del campione).

Tra i media **il ruolo della televisione** è ritenuto **decisamente rilevante** (per il 63,1% è molto/abbastanza importante). Della Tv si sottolinea la spinta in termini evolutivi del ruolo della donna, come la capacità di celebrare il genere femminile nella sua peculiarità con sempre più donne competenti in ruoli importanti e visibili (giornaliste, conduttrici di successo), e nella proposta di rappresentazioni/storie/modelli di donna sfaccettate, in linea con la società e fuori dagli stereotipi (nelle fiction e nella Tv della realtà).

Nel percepito della popolazione gli altri media tendono ad avere un ruolo rilevante ma non di primo piano nel contributo al superamento di discriminazioni e pregiudizi sulla figura della donna; **Internet** (social e web) in particolare (molto/abbastanza importante per il 55,6% del campione) risente di fenomeni fortemente discriminatori che hanno la figura femminile tra i bersagli elettivi (*hate speech, body shaming, revenge porn*) e tende a riproporre stereotipi di genere (Instagram in particolare – essendo «visuale» - esaspera l'aspetto fisico come primo e principale criterio di valutazione della donna).

In **radio** la questione è meno avvertita (molto/abbastanza importante per il 49,6% del campione). Da tempo la presenza femminile appare rilevante e valorizzata, sia nei programmi impegnati, sia in quelli di evasione.

**Rai è prima fra gli editori Tv nel percepito del pubblico** per l'offerta di programmi che contribuiscono a promuovere il **superamento delle discriminazioni e dei pregiudizi** sulla figura della donna e del mondo femminile in generale come affermato dal **59,3%** del campione, contro il 54,4% e il 50,2% per gli altri due player direttamente confrontabili.

Il divario è ancora più forte sulla valutazione del suo contributo specifico alla **promozione delle pari opportunità fra uomini e donne**, con il **60,8%** per Rai, contro circa il 53% per i player direttamente confrontabili, e del **rispetto della figura femminile** con il **61,2%** per Rai, contro 53,2% e il 49,4% per gli altri due player confrontabili.

Il pubblico riconosce quindi, sia l'impegno fattivo di Rai nel restituire una figura femminile poliedrica e non stereotipata, sia la capacità di affrontare temi quali la violenza e il femminicidio, cercando di sensibilizzare il pubblico.

Da un **punto di vista più qualitativo**, dall'analisi dell'offerta Rai emerge tuttavia come alcuni generi, pur veicolando una rappresentazione della figura femminile corretta e utile a combattere stereotipi e pregiudizi, faticano a far evolvere il ruolo della donna. È il caso, a esempio, della **fiction di produzione**, che "racconta" la figura femminile tramite storie e modelli variegati e multiformi, tendenzialmente rassicuranti ma che, soprattutto secondo i giovani, manca ancora di alcune tonalità (le più scomode, anticonvenzionali, controverse) per essere davvero in linea con la contemporaneità della donna.

Anche le **rubriche sportive** - pur rispettose della figura femminile nei toni e linguaggi - sono soggette a qualche critica: in ambito sportivo si avverte meno l'evoluzione che ha caratterizzato altri generi dei programmi Rai. Lo sport è ancora prevalentemente focalizzato sugli eventi maschili e le discipline femminili sono ancora ancillari, anche a dispetto di successi e mode come, a esempio, il calcio femminile.

In generale, **nel percepito del pubblico, il complesso della programmazione televisiva** - non solo Rai - **sembra ancora limitare la presenza femminile**, non solo nello sport, ma anche in ambiti come l'economia, la politica e la scienza, ritenuti tendenzialmente più maschili.