



OSSERVATORIO  
di Pavia



## **Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione RAI**

**Anno 2019**

Questo rapporto presenta i risultati del Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione RAI in onda nel 2019, affidato a CARES s.c.r.l. Osservatorio di Pavia a seguito dell'aggiudicazione del Lotto 1, "Ricerca quali-quantitativa", della procedura negoziata n. 7364271AD.

Il rapporto è stato scritto da Monia Azzalini.

# INDICE

Sommario.....	1
1. Obiettivi del monitoraggio.....	4
2. Campione e metodologia di analisi.....	7
3. Risultati del monitoraggio.....	9
3.1 Descrizione del campione di analisi.....	9
3.2 La rappresentazione della figura femminile.....	10
3.2.1 La dignità femminile.....	10
3.2.2 L'identità di genere.....	11
3.2.3 Stereotipi di genere.....	13
3.2.4 Centralità femminile.....	14
3.2.5 Questioni di genere.....	15
3.2.6 Narrazione della violenza contro le donne.....	16
3.3 I numeri della parità di genere.....	18
3.3.1 Rappresentanza femminile per genere TV, rete e fascia oraria.....	19
3.3.2 Rappresentanza femminile per ruolo TV.....	20
3.3.3 Rappresentanza femminile per argomento.....	21
3.4 La rappresentazione delle differenze di genere.....	23
3.4.1 Donne e uomini per età.....	23
3.4.2 Donne e uomini per professione/posizione sociale.....	24
3.4.3 Donne e uomini per classe socio-economica.....	26
3.4.4 Donne e uomini per etnia.....	26
3.4.5 Donne e uomini per religione.....	27
3.4.6 Donne e uomini per disabilità.....	27
3.4.7 Donne e uomini per orientamento sessuale.....	27
4. Comparazione con i risultati del monitoraggio 2018.....	29
4.1 La rappresentazione della figura femminile.....	30
4.1.1 La dignità femminile.....	30
4.1.2 L'identità di genere.....	30
4.1.3 Stereotipi di genere.....	30
4.1.4 Centralità femminile.....	31
4.1.5 Questioni di genere.....	31
4.1.6 Narrazione della violenza contro le donne.....	32
4.2 I numeri della parità di genere.....	33
4.1 La rappresentazione delle differenze di genere.....	35
4.1 Donne e uomini per età.....	35
4.2 Donne e uomini per professione/posizione sociale.....	35
4.3 Donne e uomini per classe socio-economica.....	36
4.4 Donne e uomini per etnia.....	37
4.5 Donne e uomini per religione.....	37
4.6 Donne e uomini per disabilità.....	38
4.7 Donne e uomini per orientamento sessuale.....	38
6. Conclusioni.....	39
Allegato: tabelle integrative.....	41

## Indice delle tabelle

Tabella 1 Distribuzione delle trasmissioni per rete.....	9
Tabella 2 Distribuzione delle trasmissioni per genere TV.....	9
Tabella 3 Distribuzione delle trasmissioni per fascia oraria.....	10
Tabella 4 Distribuzione dei casi di lesione della dignità femminile.....	11
Tabella 5 Distribuzione dei casi di lesione dell'identità di genere.....	12
Tabella 6 Presenza/assenza di stereotipi di genere.....	14
Tabella 7 Presenza/assenza di stereotipi di genere per genere TV.....	14
Tabella 8 Centralità femminile per genere TV.....	15
Tabella 9 Centralità maschile per genere TV.....	15
Tabella 10 Questioni di genere trattate nelle trasmissioni.....	16
Tabella 11 Distribuzione delle trasmissioni che hanno raccontato casi di violenza contro le donne per genere TV.....	16
Tabella 12 Indice di Janis e Fadner sulle 9 dimensioni della rappresentazione della violenza di genere.....	18
Tabella 13 Donne e uomini per genere TV.....	19
Tabella 14 Distribuzione donne e uomini per fascia oraria.....	20
Tabella 15 Distribuzione donne e uomini per ruolo TV.....	21
Tabella 16 Distribuzione donne e uomini per tema.....	22
Tabella 17 Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più frequenti.....	22
Tabella 18 Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più inclusivi per le donne.....	23
Tabella 19 Confronto donne e uomini per fascia di età.....	24
Tabella 20 Confronto donne e uomini per fascia di età (solo conduttori, assistenti e giornalisti).....	24
Tabella 21 Confronto donne e uomini per professione/posizione sociale.....	25
Tabella 22 Confronto donne e uomini per classe socio-economica.....	26
Tabella 23 Confronto donne e uomini per identità etnica.....	26
Tabella 24 Confronto donne e uomini per identità religiosa.....	27
Tabella 25 Confronto donne e uomini per tipologia di disabilità.....	27
Tabella 26 Confronto donne e uomini per orientamento sessuale.....	28
Tabella 27 Distribuzione delle trasmissioni per rete e per anno.....	29
Tabella 28 Distribuzione delle trasmissioni per genere TV e per anno.....	29
Tabella 29 Distribuzione delle trasmissioni per fascia oraria e per anno.....	29
Tabella 30 Presenza/assenza di stereotipi di genere per anno.....	30
Tabella 31 Trasmissioni per centralità femminile, maschile o mista e per anno.....	31
Tabella 32 Questioni di genere per trasmissioni e per anno.....	31
Tabella 33 Questioni di genere trattate nelle trasmissioni per anno.....	32
Tabella 34 Indice di Janis e Fadner sulle 9 dimensioni della rappresentazione della violenza di genere per anno.....	32
Tabella 35. Percentuali femminili per genere TV a confronto fra 2019 e 2018.....	33
Tabella 36. Percentuali femminili per fascia oraria a confronto fra 2019 e 2018.....	33
Tabella 37. Percentuali femminili per ruolo TV a confronto fra 2019 e 2018.....	34
Tabella 38. Percentuali femminili per tema a confronto fra 2019 e 2018.....	34
Tabella 39 Confronto donne e uomini per fascia di età e per anno.....	35
Tabella 40 Confronto donne e uomini per professione/posizione sociale e per anno.....	36
Tabella 41 Confronto donne e uomini per classe socio-economica e per anno.....	37
Tabella 42 Confronto donne e uomini per etnia e per anno.....	37
Tabella 43 Confronto donne e uomini per religione e per anno.....	38
Tabella 44 Confronto donne e uomini per disabilità e per anno.....	38
Tabella 45 Confronto donne e uomini per orientamento sessuale e per anno.....	38
Tabella 46 Rai 1: trasmissioni per genere TV.....	41
Tabella 47 Rai 2: trasmissioni per genere TV.....	41
Tabella 48 Rai 3: trasmissioni per genere TV.....	41
Tabella 49 Rai 1: trasmissioni per fascia oraria.....	41
Tabella 50 Rai 2: trasmissioni per fascia oraria.....	42
Tabella 51 Rai 3: trasmissioni per fascia oraria.....	42
Tabella 52 Rai 1: distribuzione delle persone per genere TV.....	42
Tabella 53 Rai 2: distribuzione delle persone per genere TV.....	42
Tabella 54 Rai 3: distribuzione delle persone per genere TV.....	43
Tabella 55 Approfondimento informativo: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	43
Tabella 56 Attualità: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	43
Tabella 57 Cultura, scienza, ambiente: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	43
Tabella 58 Factual: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	44
Tabella 59 Fiction: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	44
Tabella 60 Intrattenimento: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	44
Tabella 61 Rubriche sportive: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	44
Tabella 62 Servizio: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	45
Tabella 63 TG: distribuzione delle persone per ruolo TV.....	45
Tabella 64 Distribuzione donne e uomini per tema e argomento.....	46
Tabella 65 Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più frequenti nel 2018.....	47
Tabella 66 Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più inclusivi per le donne nel 2018.....	47
Tabella 67 Confronto donne e uomini per fascia di età (solo conduttori e conduttrici, giornaliste e giornalisti, assistenti ai programmi).....	48

# Sommario

## *Obiettivi*

Il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai 2019 è stato realizzato in ottemperanza a quanto previsto dal Contratto di servizio 2018-2022 che impegna la Rai a una rappresentazione completa e plurale delle donne, alla prevenzione e al contrasto della violenza di genere, al superamento degli stereotipi, alla promozione della parità di genere, al rispetto dell'immagine e della dignità delle donne e, infine, alla realizzazione di un monitoraggio annuale finalizzato a verificare il rispetto della parità di genere.

## *Campione di analisi*

Il monitoraggio ha riguardato 1.100 programmi di Rai 1, Rai 2 e Rai 3 trasmessi nel corso del 2019 dalle ore 06:00 alle ore 02:00 e selezionati sulla base di criteri di rappresentanza dei diversi generi TV, delle tre reti generaliste, di tutte le fasce orarie dalle 6:00 alle 2:00, dell'*audience* e della rilevanza tematica.

## *Metodologia di analisi*

Le trasmissioni campione sono state sottoposte ad analisi del contenuto quali-quantitativa, finalizzata, da un lato, a verificare il rispetto dell'identità di genere e della dignità femminile, la ricorrenza o meno di stereotipi e/o discriminazioni, le modalità di narrazione della violenza di genere, la trattazione/narrazione di questioni di genere/pari opportunità, il livello di centralità femminile; dall'altro, a misurare la visibilità di donne e uomini presenti nelle trasmissioni e a tracciarne il profilo socio-anagrafico.

I risultati principali sono stati confrontati con quelli del monitoraggio 2018, per verificare differenze, similarità e tendenza in corso.

## *Principali risultati*

### **La rappresentazione delle figura femminile**

La programmazione Rai monitorata nel 2019 si caratterizza per una rappresentazione complessivamente rispettosa della dignità femminile e dell'identità di genere: forme di lesione della dignità femminile o identità di genere legittimate direttamente o indirettamente sono isolate e riguardano 3 trasmissioni, con un'incidenza, per entrambe le violazioni, dello 0,3% sul campione di programmi monitorati (a fronte rispettivamente dell'1,7% e 1,3% nel 2018).

Il grado di attenzione per le questioni di genere è alto, anche se in calo rispetto al 2018 (-6,7%).

La violenza contro le donne continua ad avere un'ampia copertura e, nel corso del 2019, vede uno spostamento di prospettiva: dalla narrazione evenemenziale, concentrata su specifici casi di violenza, alla tematizzazione. Aumenta infatti l'incidenza della violenza contro le donne fra le questioni di genere toccate, passando dal 29,1% del 2018 al 41,2% del 2019, mentre diminuiscono i casi di violenza coperti dall'informazione o narrati nelle serie TV: 113, in 89 trasmissioni diverse a fronte di 148, in 114 trasmissioni diverse nel 2018. L'indice di correttezza

con cui vengono coperte le cronache o le narrazioni finzionali di femminicidi, molestie, stupri o altra forma di violenza contro le donne rimane fermo a +0,06% in un intervallo di valori compreso fra -1 e +1: un risultato positivo ma poco più che sufficiente, indicatore della necessità di una maggiore accuratezza.

Le trasmissioni che veicolano stereotipi palesi o sottili diminuiscono rispetto al 2018: -6,4%. Sebbene decrescano anche quelle che propongono identità, ruoli e relazioni di genere innovative: -4,3%.

La centralità femminile rimane marginale (6% vs. 5,8% del 2018), e quella maschile si riduce leggermente, ma in misura statisticamente non significativa (11,2% vs. 13,2% del 2018), a vantaggio di un protagonismo più condiviso e trasversale ai due generi: +1,8%.

### **I numeri della parità di genere**

I risultati sulla distribuzione di uomini e donne nelle trasmissioni Rai del 2019 evidenziano una rappresentanza di genere complessivamente sbilanciata a favore degli uomini che costituiscono il 63,7% delle 18.688 presenze registrate, contro il 36,3% di donne. Dato sostanzialmente stabile rispetto al 2018, quando si era registrata una quota femminile del 37% su 20.378 persone, e leggermente superiore alla ratio di 1:2 emergente dalle più recenti indagini in ambito europeo.

Il grado di inclusione femminile varia – come nel 2018 – a seconda dei generi e dei ruoli TV.

I programmi di Factual risultano particolarmente inclusivi (53,5%) sebbene siano poco frequenti e poco “popolati”. Le Fiction registrano quote di genere prossime alla parità (donne 44,5%, uomini 55,5%). I programmi di Servizio, Intrattenimento, Cultura, Scienza, Ambiente e Attualità, tutti con percentuali femminili sopra la media complessiva, sono più bilanciati e inclusivi dei programmi di Approfondimento informativo e dei TG, popolati in 2 casi su 3 da uomini, e delle Rubriche sportive, il genere, quest’ultimo, più esclusivamente maschile (donne 16,2%).

Quanto ai ruoli, come nel 2018 – sebbene in proporzioni leggermente diverse – si osserva una prossimità all’equilibrio tra i generi, con un’ampia inclusione femminile:

- alla conduzione dei programmi, con il 49,6% di donne alla conduzione e il 51,8% alla co-conduzione;
- nella redazione delle diverse testate giornalistiche, dove le donne rappresentano il 43,6% fra i giornalisti rilevati;
- nel cast delle Fiction, dove le protagoniste sono il 42,2%, le coprotagoniste il 48,7% e le comparse il 41,6%;
- fra le persone comuni, dove le donne raggiungono il 44,6%.

Viceversa, si registrano elevati sbilanciamenti, in ordine di maggiore rilevanza, tra:

- i politici, dove le donne sono soltanto il 18,1%;
- i portavoce, donne solo nel 22% dei casi;
- gli esperti, donne sono nel 24,8% dei casi;
- le numerose celebrità ospiti dei programmi, nella maggior parte dei casi uomini (66,9% vs. il 33,1% di donne).

Infine, la correlazione fra generi e gli argomenti dei programmi *factual-based* evidenzia asimmetrie rilevanti e tradizionali: le donne sono scarsamente presenti negli argomenti più frequenti dell'agenda TV fatta eccezione per argomenti di arte, cultura e intrattenimento, questioni di medicina e salute, notizie o problemi di criminalità e violenza, dove, benché minoritarie, raggiungono percentuali sopra la media. In particolare, sono marginali nelle notizie di sport (16,9%) e nell'agenda politica (19,6%).

In conclusione, dal punto di vista della parità di genere, il monitoraggio 2019 evidenzia la persistenza di una sotto-rappresentazione femminile che ha le sue radici nella storia della TV, italiana ma anche internazionale, e che, se da un lato è certamente problematica, perché contribuisce a coltivare un immaginario collettivo non paritario e non pienamente inclusivo, dall'altro rispecchia una società non ancora in grado di includere a pieno titolo le donne, specialmente nella vita pubblica, la quale è, per ovvi motivi, la più visibile nei media.

### **La rappresentazione delle differenze di genere**

La ricostruzione del profilo socio-anagrafico delle persone e dei personaggi evidenzia come la società riflessa dalla programmazione Rai sia rappresentata soprattutto da uomini, adulti, eterosessuali, di estrazione borghese, etnia occidentale, religione cattolica e normalmente abili.

Rispetto a questo profilo dominante, le donne si differenziano in modo abbastanza stereotipato:

- sono più giovani degli uomini – in particolare se conduttrici o co-conduttrici e giornaliste;
- più spesso degli uomini hanno una presenza socialmente e professionalmente anonima, non esplicitata (19,1% vs. 9%);
- meno spesso degli uomini rappresentano il mondo dello sport (2% vs. 6,1%), della politica (3,7% vs. 9,3%), dei media (3,8% vs. 6,3%), dell'imprenditoria (2,8% vs. 6,1%) e le forze dell'ordine (1,6% vs. 3,5%);
- più di frequente hanno il volto della madre e/o casalinga (4,3% vs. lo 0,9% degli uomini padri e/o casalinghi) o della studentessa (7,3% vs. 3,5%);
- rispetto agli uomini rappresentano meno il mondo dell'alta borghesia – che rimane la classe socio-economica dominante – e più la classe media impiegatizia, la classe operaia urbana e la marginalità socio-economica (persone disoccupate, inabili al lavoro, che percepiscono sussidi o altro).

I timidi segnali di innovazione rilevati nel monitoraggio del 2018 sono solo in parte confermati nel 2019. Se nel 2018, le donne rappresentavano più degli uomini il volto di un nuovo immaginario TV, dove timidamente si stavano facendo spazio identità etniche e religiose, di orientamento sessuale e (dis)abilità diverse da quelle dominanti, nel 2019 questo risultato è confermato solo per la dimensione religiosa e di abilità: le donne rappresentano più degli uomini identità religiose diverse da quella cattolica, che rimane prevalente, in particolare ebraica, protestante e musulmana, e le persone disabili; ma, nella maggior parte dei casi, hanno il volto della donna occidentale, e, quanto all'orientamento sessuale e affettivo, raramente sono omosessuali.

# 1. Obiettivi del monitoraggio

Il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai 2019 è realizzato in ottemperanza a quanto previsto dal Contratto di servizio 2018-2022, Art. 9. Parità di genere, comma 1 e comma 2, lett. c):

“1. La Rai assicura nell’ambito dell’offerta complessiva, diffusa su qualsiasi piattaforma e con qualunque sistema di trasmissione, la più completa e plurale rappresentazione dei ruoli che le donne svolgono nella società, nonché la realizzazione di contenuti volti alla prevenzione e al contrasto della violenza in qualsiasi forma nei confronti delle donne”.

“2. Ai fini del conseguimento degli obiettivi di cui al comma 1, la Rai si impegna a [...] c) realizzare il monitoraggio e il relativo resoconto annuale, che consenta di verificare il rispetto della parità di genere nella programmazione complessiva.”<sup>1</sup>

Questo articolo riformula l’Art. 2, comma 7, del precedente Contratto di servizio (2010-2012), sulla base del quale sono stati realizzati i monitoraggi sulla rappresentazione femminile negli anni 2014, 2015, 2016, 2017, ed è integrato dai seguenti commi:

Art. 2, comma 1, lett. c): “[la Rai assicura un’offerta di servizio pubblico improntata ai seguenti principi] veicolare informazioni volte a formare una cultura [...] del rispetto della diversità di genere e di orientamento sessuale, nonché di promozione e valorizzazione [...] delle pari opportunità, del rispetto della persona.”

Art. 2, comma 3, lett. g): “[la Rai è tenuta inoltre a promuovere la crescita della qualità della propria offerta complessiva, da perseguire attraverso i seguenti obiettivi] superare gli stereotipi di genere, al fine di promuovere la parità e di rispettare l’immagine e la dignità della donna anche secondo il principio di non discriminazione”<sup>2</sup>.

Gli obiettivi individuati nel contratto di servizio, e che hanno guidato la realizzazione del monitoraggio, sono in linea con quelli individuati dalle Nazioni Unite nel corso della IV Conferenza mondiale sulle donne che si è svolta a Pechino nel 1995 e si è conclusa riconoscendo il settore dei media come strategico per il miglioramento della condizione delle donne di tutto il mondo, invitando tutti gli Stati membri e gli *stakeholder* ad assumere iniziative volte ad aumentare la partecipazione e l’accesso delle donne all’espressione e al *decision-making* dentro e attraverso i media e le nuove tecnologie della comunicazione (obiettivo J1); e promuovere una rappresentazione bilanciata e non stereotipata delle donne nei media (obiettivo J2)<sup>3</sup>.

Gli stessi obiettivi, così come la centralità dei media per la promozione delle pari opportunità, sono stati ripresi, nel corso degli anni, da diverse Risoluzioni della Commissione e del

---

<sup>1</sup> *Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana*, Serie generale, n. 55, 7/03/2018, pp. 25-36; <http://www.sviluppoeconomico.gov.it/images/stories/documenti/Contratto-di-servizio-Rai-2018-2022.pdf>; ultimo accesso 20/02/2020.

<sup>2</sup> *Ibidem*.

<sup>3</sup> ONU, *Dichiarazione e piattaforma d’azione di Pechino*, New York, 1995, sezione J.

Parlamento dell'Unione Europea<sup>4</sup> e sono al centro della più recente strategia del Consiglio d'Europa, *Gender Equality Strategy 2018 - 2023*<sup>5</sup>, che ribadisce l'ambivalente potere dei media – già riconosciuto a Pechino – di rinforzare stereotipi di genere e forme di sessismo che possono ostacolare il progresso delle pari opportunità o, viceversa, di proporre immagini di donne e uomini realistiche e innovative, in grado di accogliere i mutamenti sociali in atto, in termini di identità, ruoli e relazioni di genere, e favorire la piena realizzazione dell'uguaglianza fra donne e uomini.

La relazione fra stereotipi di genere e media è un tema che da molti anni è oggetto di ricerca da parte di settori diversi: da questione originariamente centrale nell'ambito dei *feminist* e *women's media studies*, nati negli anni Sessanta dalla convergenza di interessi fra gli studi sui media e le teorie femministe<sup>6</sup>, è divenuta, nel corso del tempo, materia di studio di diverse discipline politiche, sociali, umanistiche, e linguistiche, e ha varcato i confini dell'accademia a partire dalla sopra citata Conferenza di Pechino. Negli ultimi anni, il tema si è imposto con una certa urgenza all'attenzione sia delle istituzioni, sia dell'accademia per la sua rilevanza rispetto al problema della violenza contro le donne, un tabù secolare infranto da una serie di recenti avvenimenti globali quali la Convenzione sulla prevenzione e la lotta contro la violenza nei confronti delle donne e la violenza domestica, nota come Convenzione di Istanbul, e il movimento #MeToo, solo per citare due eventi particolarmente simbolici. Gli stereotipi di genere vengono infatti considerati una causa, fra le altre, delle persistenti disparità tra donne e uomini e delle resistenti forme di sessismo che informano gli atteggiamenti e i comportamenti umani, inclusa la tolleranza, quando non addirittura la legittimazione della violenza, verbale e fisica, contro le donne.

Il Consiglio d'Europa, promotore della Convenzione di Istanbul, ha recentemente pubblicato un documento dal titolo *Encouraging the participation of the private sector and the media in the prevention of violence against women and domestic violence: Article 17 of the Istanbul Convention*<sup>7</sup>, per richiamare il settore privato e i media al loro ruolo nel contrasto alla violenza contro le donne. Il presupposto generale su cui si basa questo documento, così come la Dichiarazione e Piattaforma di Pechino, è che i media sono più che semplici specchi della società o ambienti di comunicazione neutrale: "Through their reporting and representations, the media create meanings and subjects, and actively shape opinions, attitudes, perceptions and ideas." "Media can reinforce the *status quo* by perpetuating gender stereotypes and attitudes that condone violence against women. Sexism, the trivialisation of violence or the hypersexualisation of women that can be found in the media, including social media, and advertising can even exacerbate violence against women. [...] Equally, the media can contribute to social change by promoting zero tolerance of violence against women. They can promote balanced images of women and men and help raise awareness about violence against women and domestic violence and about ways in which different sectors of society can act to prevent this violence and support victims."

---

<sup>4</sup> Cfr. European Parliament, Directorate general for internal policies. Policy Department for Citizens' rights and constitutional affairs, *Gender Equality in Media sector*, 2018.

<sup>5</sup> <https://rm.coe.int/strategy-en-2018-2023/16807b58eb>; ultimo accesso 20/02/2020.

<sup>6</sup> Cfr. Capecchi, Saveria, *Identità di genere e media*, Carocci, Roma, 2006.

<sup>7</sup> <https://edoc.coe.int/en/violence-against-women/6804-encouraging-the-participation-of-the-private-sector-and-the-media-in-the-prevention-of-violence-against-women-and-domestic-violence-article-17-of-the-istanbul-convention.html>; ultimo accesso 20/02/2020.

In questo contesto si collocano due recenti delibere dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM): la 442/17/CONS<sup>8</sup> e la 46/18/CONS<sup>9</sup>. La prima fornisce “Raccomandazioni sulla corretta rappresentazione dell’immagine della donna nei programmi di informazione e di intrattenimento” specificamente finalizzate alla prevenzione e al contrasto della violenza nei media, invitando i fornitori di servizi media audiovisivi (e radiofonici) a garantire il rispetto delle dignità della persona e del principio di non discriminazione, nonché un’informazione completa, obiettiva, imparziale e pluralistica con particolare attenzione alla denuncia e segnalazione di eventuali episodi di lesione della dignità umana e di violenza, soprattutto contro le donne. La seconda richiama “i fornitori di servizi media audiovisivi a garantire nei programmi di informazione e comunicazione il rispetto della dignità umana e a prevenire forme dirette o indirette di incitamento all’odio, basato su etnia, sesso, religione o nazionalità” (AGCOM 2018, 5).

Numerose ricerche incentrate sull’*entertainment*, la pubblicità e Internet continuano infatti a dimostrare la persistenza di evidenti forme di sessismo, banalizzazione della violenza e ipersessualizzazione delle donne, già individuate agli esordi degli studi su *media e gender* negli anni Sessanta<sup>10</sup>; anche se è importante sottolineare alcuni segnali di cambiamento, rilevati in particolare nella produzione seriale e cinematografica capace di rappresentare identità, ruoli e relazioni di genere innovativi<sup>11</sup>. Altre ricerche, relativamente più recenti, focalizzate sull’informazione si concentrano invece su un fenomeno di “stereotipizzazione” che appare più resistente e al contempo più “sottile”: la sotto-rappresentazione delle donne e il loro confinamento in ambiti e ruoli meno prestigiosi e autorevoli rispetto a quelli degli uomini, che rimangono centrali e dominanti<sup>12</sup>.

L’obiettivo generale di questo monitoraggio è di verificare come la programmazione Rai del 2019 si collochi rispetto a queste tendenze emerse sia nell’ambito della ricerca accademica, sia nell’ambito di monitoraggi promossi e/o condotti su scala internazionale.

---

<sup>8</sup> <https://www.agcom.it/documents/10179/8860814/Delibera+442-17-CONS/0df33c4f-c487-4586-a00d-9921efa924f3?version=1.0>; ultimo accesso 20/02/2020.

<sup>9</sup> <https://www.agcom.it/documents/10179/9478149/Delibera+46-18-CONS/e29a6c34-837e-4e67-ab75-7642a1a3dfcf?version=1.0>; ultimo accesso 20/02/2020.

<sup>10</sup> Cfr. Gallagher, Margaret, *Gender setting. New agendas for media monitoring and advocacy*, Zed Books, London-New York, 2001; Shepherd, Laura J., *Gender, Violence and Popular Culture: Telling Stories*, New York, Routledge, 2012; Giomi, Elisa; Magaraggia, Sveva, *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*, Il Mulino, Bologna, 2018.

<sup>11</sup> Grossi, Giorgio; Ruspini, Elisabetta (a cura di), *Ofelia e Parsifal. Modelli e differenze di genere nel mondo dei media*, Cortina, Milano, 2007; Tota, Annalisa, *Gender e media. Verso un immaginario sostenibile*, Meltemi, Roma, 2008; Azzalini, Monia, “Postfazione” a *Tv a nudo. Stereotipi, valori ed intrattenimento televisivo*, a cura di Elisabetta Ruspini, Carocci, Milano, 2010, pp. 118-121; Buonanno, Milly, “Gendered and media studies: progress and challenge in a vibrant research field”, *Analisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, n. 50, 2014, pp. 5-25. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2315>; Buonanno, Milly (a cura di), *Il prisma dei generi. Immagini di donne in TV*, Franco Angeli, Milano, 2014.

<sup>12</sup> WACC, *Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2015*, London-Toronto; Ross, Karen, Padovani, Claudia (a cura di), *Gender Equality and the Media. A challenge for Europe*, Routledge, Taylor and Francis group, New York and London, 2017.

## 2. Campione e metodologia di analisi

Il monitoraggio sulla rappresentazione femminile nella programmazione Rai 2019 ha riguardato 1.100 programmi trasmessi nel corso dell'anno dalle 3 reti RAI generaliste: Rai 1, Rai 2, Rai 3, dalle ore 06:00 alle 02:00, selezionati sulla base dei seguenti criteri:

- rappresentanza dei diversi generi TV
- rappresentanza delle tre reti generaliste
- rappresentanza delle diverse fasce orarie
- audience: è stata data priorità ai programmi di maggiore ascolto
- rilevanza tematica: è stata data priorità a programmi ritenuti interessanti in una prospettiva di genere, e a programmi che, per loro natura editoriale, presentano un maggior rischio di incorrere in criticità in termini di rispetto dell'identità di genere e della dignità della persona, in particolare delle donne.

Per programmi trasmessi o trasmissioni s'intendono singole puntate o episodi anche di uno stesso titolo.

Il monitoraggio ha coperto tutti i principali generi TV:

- TG (nazionali e regionali)
- Approfondimento informativo
- Attualità
- Cultura, Scienza, Ambiente
- Servizio
- Rubriche Sportive
- Factual
- Intrattenimento
- Fiction di produzione Rai (con relativi credit nei titoli di testa/coda).

Sono stati esclusi i programmi di prosa, le dirette sportive, le manifestazioni istituzionali, le manifestazioni musicali in diretta, le serialità di acquisto, le produzioni cinematografiche, gli spot e tutte le altre forme di comunicazione commerciale.

Le 1.100 trasmissioni selezionate sono state sottoposte ad analisi del contenuto quali-quantitativa tramite una scheda di analisi unica, al fine di poter aggregare e comparare fra loro i risultati pertinenti diversi generi TV. La scheda è però articolata in modo tale da tenere in debita considerazione le differenze fra i diversi generi e *format* televisivi. Differenze importanti perché, come ampiamente dimostrato dalla letteratura nazionale e internazionale in materia, generi e sotto-generi TV costituiscono un significativo discrimine per la rappresentazione femminile: in termini di *gender balance*, *gender bias*, probabilità di incorrere in una rappresentazione lesiva della dignità femminile.

La scheda di analisi del contenuto quali-quantitativa è stata sviluppata avendo come riferimento i principali studi empirici sulla rappresentazione delle donne nei media, a livello nazionale e internazionale.

Il principale punto di riferimento è il Global Media Monitoring Project (GMMP), il più ampio e longevo progetto di ricerca sulla rappresentazione delle donne nei mezzi d'informazione a livello globale. Promosso dalla WACC (World Association for Christian Communication), il GMMP è nato nel 1995, in concomitanza con la Conferenza mondiale sulle donne organizzata dalle Nazioni Unite a Pechino, e in collegamento con i sopra citati obiettivi che furono fissati, a conclusione dei lavori, dalla Dichiarazione e Piattaforma di Pechino per il settore dei media. A partire dal 1995, ogni 5 anni, viene realizzato un monitoraggio sui mezzi d'informazione (non solo TV, ma anche radio, stampa e, dal 2015, Internet e Twitter) di tutti i paesi che accolgono l'appello ad aderire al progetto<sup>13</sup>, per misurare il livello di inclusione delle donne, sia come giornaliste, sia come persone oggetto o fonti di notizia.

Un secondo punto di riferimento è il primo e più esteso monitoraggio europeo condotto su 56 TV dei 28 Stati membri dell'Unione Europea, nell'ambito del progetto dell'European Institute for Gender Equality (EIGE), *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action: Women and the Media in European Union*, nel 2013 (d'ora innanzi WIME Study)<sup>14</sup>.

A partire da questi studi – cui l'Osservatorio di Pavia ha preso parte, nel primo caso coordinando il *team* di ricerca nazionale per l'Italia, nel secondo caso con la messa a punto della metodologia, il coordinamento dei *team* locali nei 28 paesi UE e con l'elaborazione e analisi dei dati – sono stati sviluppati l'approccio metodologico del monitoraggio e la struttura della scheda di analisi, che riprende anche numerosi *item* del GMMP e del WIME Study.

La scheda di rilevazione è divisa in tre parti:

I. la prima parte – anagrafica – ha come unità di classificazione la singola trasmissione (puntata di programma o episodio di Fiction) ed è finalizzata a identificarla in termini di genere TV, rete, data e fascia oraria di trasmissione.

II. la seconda parte – rappresentazione di genere – ha anch'essa come unità di classificazione la singola trasmissione ed è finalizzata a rilevare la rappresentazione di genere complessiva, in termini di rispetto dell'identità di genere e della dignità femminile, la ricorrenza o meno di stereotipi vs. rappresentazioni innovative e sfidanti gli stereotipi di genere, le modalità di narrazione della violenza contro le donne, la trattazione e narrazione di questioni di genere e pari opportunità, il livello di centralità femminile nei programmi.

III. la terza parte – rappresentanza di genere – ha come unità di classificazione le persone o personaggi (per le Fiction) presenti nella trasmissione, al fine di misurare la rappresentanza di genere in ogni trasmissione e tracciare il profilo socio-anagrafico e televisivo di uomini e donne ivi presenti. È questa una parte fondamentale non soltanto per misurare il livello e la qualità di *gender balance*, a livello puntuale (per ogni trasmissione) e generale (a livello di programmazione Rai) ma anche per fare emergere eventuali stereotipi e/o discriminazioni di genere non puntuali (cioè non presenti in una singola trasmissione), bensì derivanti dalla ricorrente attribuzione di ruoli asimmetrici e/o gerarchici a donne e uomini e/o marginalizzazione delle donne.

---

<sup>13</sup> 114 nell'ultima edizione.

<sup>14</sup> Ross, Karen; Azzalini, Monia, "The WIME Study: Contexts, Methods and Summaries" in *Gender equality and the media: a challenge for Europe*, a cura di Karen Ross e Claudia Padovani, Routledge 2017, pp. 31-44.

## 3. Risultati del monitoraggio

### 3.1 Descrizione del campione di analisi

Il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nel 2019 ha riguardato 1.100 trasmissioni TV selezionate sulla base dei criteri più sopra descritti (2. Campione e metodologia di analisi).

Il campione ottenuto non è perfettamente bilanciato per rete, per genere TV e per fascia oraria, per via dell'impatto dei criteri di selezione sull'offerta televisiva Rai. In particolare, il criterio della rilevanza tematica ha dato priorità ad alcuni generi TV e ad alcuni titoli incidendo sulla composizione finale del campione.

Per quanto riguarda i generi TV, è stata data priorità a programmi di Intrattenimento e di Approfondimento informativo, essendo tradizionalmente più esposti a elementi di criticità, il primo in termini di rappresentazione femminile, il secondo in termini qualitativi di rappresentanza, e alla Fiction, considerata un genere particolarmente interessante per via del suo potere simbolico di favorire o meno una cultura rispettosa delle diverse identità di genere.

Rai 1 – con 392 trasmissioni – risulta così più rappresentata di Rai 3 (386) e Rai 2 (322), sia per l'ampia offerta di programmi di Intrattenimento e Fiction di produzione Rai, sia per i più elevati dati di ascolto.

Per le stesse ragioni, la maggior parte delle trasmissioni nel campione (41%) si concentra nelle fasce serali che coprono inoltre un arco orario molto ampio (dalle 20:30 alle 02:00), caratterizzato da un'offerta televisiva molto ricca.

**Tabella 1** Distribuzione delle trasmissioni per rete

<b>Rete</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Rai 1	392	35,6
Rai 2	322	29,3
Rai 3	386	35,1
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 2** Distribuzione delle trasmissioni per genere TV

<b>Genere TV</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Approfondimento informativo	220	20,0
Intrattenimento	172	15,6
Cultura, Scienza, Ambiente	163	14,8
Fiction	157	14,3
TG	149	13,5
Servizio	71	6,5
Attualità	70	6,4
Rubriche sportive	56	5,1
Factual	42	3,8
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 3** Distribuzione delle trasmissioni per fascia oraria

<b>Fascia oraria</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Prima serata	228	20,7
Seconda serata	223	20,3
Mattina	200	18,2
Pranzo	193	17,5
Pomeriggio	136	12,4
Preserale	120	10,9
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

## 3.2 La rappresentazione della figura femminile

La rappresentazione della figura femminile è stata indagata attraverso un set di variabili applicate in modo puntuale a ogni trasmissione campione e finalizzate a rilevare il rispetto della dignità femminile e dell'identità di genere, lo spazio dedicato alle questioni di genere, le modalità di narrazione della violenza contro le donne, la presenza di stereotipi o viceversa di modelli di identità, ruoli e relazioni di genere innovativi e/o sfidanti gli stereotipi, la centralità femminile – individuale o di gruppo – in termini di protagonismo e/o tematica trattata.

### 3.2.1 La dignità femminile

Il rispetto della dignità femminile è stato rilevato prendendo in considerazione eventuali discorsi di odio sessista, forme di erotizzazione della violenza contro le donne, trasmissione di messaggi degradanti, offese verbali o gestuali, forme di mercificazione del corpo femminile, immagini ipersessualizzate, sovraesposizione e/o riduzione alla funzione di oggetto del corpo femminile, volgarità verbali o iconografiche.

Al fine di tenere in debito conto il contesto narrativo dell'eventuale lesione riscontrata, si è considerato il linguaggio utilizzato – distinguendo tra tono ironico/satirico, tono sarcastico/derisorio e tono serio/assertivo – e l'"esito", ovvero la bottom line in termini di legittimazione o condanna della lesione. Più specificatamente si è cercato di rilevare "l'atteggiamento" prevalente della trasmissione rispetto alla violazione della dignità femminile messa in scena: è stata rilevata quindi la presenza – nello svolgimento del programma, nella conduzione o nella sceneggiatura – di forme di condanna/sanzione o viceversa di legittimazione. E ne è stata rilevata anche la modalità distinguendo fra diretta e/o palese, per esempio, nel caso di un conduttore che direttamente condanni una volgarità espressa da un ospite in studio, oppure indiretta e/o inconsapevole, per esempio nel caso di una battuta ironica che presenti elementi di ambivalenza e/o non immediatamente decodificabili.

I risultati derivanti da questo approccio analitico hanno evidenziato come la programmazione Rai sia complessivamente rispettosa della dignità femminile. In 20 trasmissioni (pari all'1,8% del campione complessivo) sono messe in scena lesioni della dignità femminile, in 17 condannate e in 3 (0,3% sul totale) legittimate: delle 1.100 trasmissioni analizzate il 99,7% (1.097) si caratterizza dunque per un sostanziale rispetto della dignità delle donne.

I frame in cui sono state rilevate offese, volgarità, mercificazione o oggettivazione del corpo femminile o altre forme di violazione sono complessivamente 23 e presentano caratteristiche molto diverse per contenuto, linguaggio ed esito narrativo: 4 frame, che interessano 3 trasmissioni diverse, si connotano come realmente critici, poiché legittimano direttamente o indirettamente forme di violazione della dignità femminile; 19 frame, invece, pertinenti 17 trasmissioni, mettono in scena forme di lesione della dignità femminile, stigmatizzandole, spesso con lo scopo precipuo di denunciare una cultura, un atteggiamento, un comportamento sessista. Il linguaggio prevalente in questi casi ultimi è serio/assertivo (15 frame su 19). E le forme più spesso condannate sono la strumentalizzazione o mercificazione del corpo femminile (9) e le offese verbali o gestuali (5). I frame in cui avviene una legittimazione (4) si caratterizzano tutti per l'uso di un linguaggio serio. Le lesioni in questi casi appartengono alla dimensione della strumentalizzazione/mercificazione della figura femminile (3 casi) e dell'erotizzazione della violenza contro le donne (1).

**Tabella 4** Distribuzione dei casi di lesione della dignità femminile

<b>Lesione condannata</b>	<b>Tipo lesione</b>	<b>N. casi</b>	<b>Esito</b>	<b>N. casi</b>	<b>Linguaggio</b>	<b>N. casi</b>
20 trasmissioni	Strumentalizzazione/mercificazione	9	Condanna sottile/indiretta	4	Serio	15
	Offese verbali o gestuali	5	Condanna palese/diretta	5	Ironico	4
	Volgarità verbali o iconografiche	3				
	Messaggi degradanti	2				
<b>Lesione legittimata</b>	<b>Tipo lesione</b>	<b>N. casi</b>	<b>Esito</b>	<b>N. casi</b>	<b>Linguaggio</b>	<b>N. casi</b>
3 trasmissioni	Strumentalizzazione/mercificazione	3	Legittimazione sottile/inconsapevole	1	Serio	4
	Erotizzazione violenza contro le donne	1	Legittimazione palese/consapevole	3		

### 3.2.2 L'identità di genere

Per valutare il rispetto dell'identità di genere è stata misurata la frequenza con cui ricorrono comportamenti sessisti. In particolare, sono state individuate quelle forme di degradazione, disprezzo, svilimento che umiliano persone o gruppi sociali sulla base della loro appartenenza di genere. Nell'analisi sono state rilevate tre forme di sessismo, a cui corrispondono diversi gradi di consapevolezza e gravità: sessismo "benevolo" (sessismo inconsapevole, "lieve" contro donne o uomini), sessismo ostile (sessismo palese, di media gravità contro donne o uomini), sessismo grave, che si configura come misoginia o misandria o omotransfobia. Come per l'analisi della dignità femminile, anche per l'analisi del rispetto dell'identità di genere, sono stati rilevati il linguaggio utilizzato – distinguendo tra tono ironico/satirico, tono sarcastico/derisorio e tono serio/assertivo – ed "esito", valutato in termini di legittimazione o condanna della mancanza di rispetto.

Un ruolo centrale nella valutazione dei diversi casi è stato attribuito – come nell’analisi del rispetto della dignità femminile – alle differenti esigenze narrative dei diversi generi e sottogeneri TV (per esempio, la Fiction può voler mettere in scena forme di sessismo proprio per condannarle o per rappresentare in modo realistico un momento storico), al contesto narrativo (una battuta “benevolmente” sessista può essere utilizzata da qualche artista per strappare al pubblico una risata, finendo probabilmente per rafforzare alcuni stereotipi di genere, senza però rappresentare una grave mancanza di rispetto; una battuta sessista in un programma che tratta questioni di violenza di genere invece è estremamente grave e inaccettabile) e alle modalità di contenimento agite (dalla conduzione, dalla redazione, dalla sceneggiatura e così via, a seconda del genere di programma), ovvero, le pratiche messe in atto o meno per sanzionare il sessismo.

Sulla base di questa analisi la programmazione Rai 2019 è risultata complessivamente rispettosa dell’identità di genere: su 1.100 trasmissioni analizzate 1.097 (pari al 99,7% del campione) si caratterizzano per un sostanziale rispetto dell’identità di genere. In 19 trasmissioni (1,7%) sono messe in scena o narrate lesioni dell’identità di genere (femminile, in tutti i casi eccetto 1 caso di lesione dell’identità maschile). Nella maggior parte delle trasmissioni (16) sono però stigmatizzate, direttamente o indirettamente, mentre in 3 trasmissioni (pari allo 0,3% del campione) sono legittimate.

I frame in cui si sono rilevate forme di sessismo sono 21 in tutto e presentano caratteristiche molto diverse fra loro, per contenuto, linguaggio ed esito narrativo (legittimazione o condanna): 3 frame, che interessano 3 diverse trasmissioni, si connotano come realmente critici, poiché legittimano direttamente o indirettamente il sessismo espresso; in 18 frame diffusi in 16 trasmissioni diverse, invece, il sessismo è presente ma condannato. Nella maggioranza dei casi in cui il sessismo è condannato il linguaggio utilizzato è serio (14), più raramente ironico (3). Le forme più diffuse in questi casi sono il sessismo benevolo (8) e il sessismo ostile (7), mentre il sessismo grave riguarda 3 casi. Gli episodi in cui si è verificata una lesione dell’identità di genere non stigmatizzata sono legittimati in 2 casi in maniera indiretta/inconsapevole e in 1 caso in modo diretto/consapevole. Tra i casi legittimati si registrano 2 episodi di sessismo benevolo e 1 di sessismo grave. In termini di linguaggio in 2 casi su 3 è stato riscontrato un tono ironico.

**Tabella 5** Distribuzione dei casi di lesione dell’identità di genere

<b>Lesione condannata</b>	<b>Tipo lesione</b>	<b>N. casi</b>	<b>Esito</b>	<b>N. casi</b>	<b>Linguaggio</b>	<b>N. casi</b>
16 trasmissioni	Sessismo	8	Condanna	9	serio	14
	Sessismo ostile	7	Condanna palese/diretta	9	ironico	3
	Sessismo grave	3			sarcastico	1
<b>Lesione legittimata</b>	<b>Tipo lesione</b>	<b>N. casi</b>	<b>Esito</b>	<b>N. casi</b>	<b>Linguaggio</b>	<b>N. casi</b>
3 trasmissioni	Sessismo	2	Legittimazione	2	ironico	2
	Sessismo grave	1	Legittimazione palese	1	serio	1

### 3.2.3 Stereotipi di genere

Molti casi di sessismo, ovvero di discriminazione di una persona basata sulla sua appartenenza al genere femminile o maschile<sup>15</sup>, sono correlati agli stereotipi di genere, ovvero a quelle idee preconcepite e generali che attribuiscono alle donne e agli uomini determinate caratteristiche sulla base della loro appartenenza di genere. Negli studi sui media, gli stereotipi rivestono un ruolo centrale, poiché la comunicazione, specie quella di massa, anche solo per ragioni di massima efficienza, ricorre spesso all'uso di stereotipi, che sono messaggi semplici e facilmente riconoscibili dal pubblico, avendo le loro radici nel senso comune, ovvero nell'opinione popolare più diffusa. La caratteristica propria degli stereotipi è che non sono quasi mai neutri, essendo una forma di conoscenza aprioristica basata sull'opposizione simbolica di gruppi. Sebbene esistano pregiudizi neutri rispetto alla caratterizzazione di un gruppo sociale, nella maggior parte dei casi, gli stereotipi sono anche discriminatori; fatto salvo i rari casi di neutralità, i pregiudizi o sono sfavorevoli o, se sono favorevoli a un gruppo sociale, risultano per contrapposizione ostili alla categoria opposta. In particolare, gli stereotipi di genere contengono immagini di una realtà storicamente segnata da disuguaglianze, asimmetrie e gerarchie di potere fra le donne e gli uomini, per cui tendono a essere sfavorevoli per le donne. Come scrive bene Saveria Capecchi, "solitamente questo genere di stereotipi colpiscono le donne e sono basati su quelle caratteristiche ritenute 'socialmente meno importanti e/o negative', contrapposte a caratteristiche maschili a cui viene data una valenza positiva"<sup>16</sup>.

Come già esposto nella prima parte di questo rapporto, gli stereotipi di genere costituiscono un oggetto di studio rilevante nelle ricerche che riguardano la rappresentazione delle donne in TV, perché la televisione, come gli altri tipi di media, è un veicolo di cultura e un'agenzia di socializzazione importante e dunque può concorrere a rafforzare disuguaglianze, asimmetrie e gerarchie di genere, veicolando stereotipi, oppure ne può favorire il superamento, proponendo modelli femminili e ruoli di genere articolati, complessi, innovativi.

Molte ricerche condotte sulla rappresentazione delle donne in televisione hanno messo in evidenza la presenza di alcuni stereotipi femminili secondo due modalità principali: da un lato, la TV contribuisce a diffondere stereotipi diffusi nell'opinione popolare, veicolandoli senza sfidarli o criticarli; dall'altro, la TV concorre a rafforzare tali stereotipi attraverso rappresentazioni di genere di per sé non stereotipate ma che risultano tali nel flusso comunicativo che le reitera costantemente. Una rappresentazione televisiva stereotipata non è soltanto il risultato di una sommatoria di rappresentazioni stereotipate e/o discriminanti in singole trasmissioni, bensì la reiterata marginalizzazione, quantitativa e qualitativa, delle donne, e il loro confinamento in ambiti, ruoli e funzioni tradizionalmente reputati appannaggio femminile di contro ad ambiti, ruoli e funzioni storicamente a predominio maschile. La donna madre non è di per sé uno stereotipo, ma una TV che mostra soltanto genitori di genere femminile e non mostra mai uomini alle prese con la genitorialità rappresenta soltanto una faccia della società contemporanea, e finisce per rinforzare quegli stereotipi sociali che confinano il ruolo delle donne entro il focolare domestico. Per una riflessione sulle asimmetrie di genere emergenti dalla programmazione Rai esaminata e considerata nel suo insieme si rinvia ai paragrafi successivi del presente rapporto; di seguito sono presentati i dati sulla presenza

---

<sup>15</sup> Il termine sessismo deriva dall'inglese *sexism* a sua volta creato in analogia a *racism*: se con razzismo si intende ogni forma di discriminazione basata sulla "razza", con sessismo si intende ogni forma di discriminazione basata sul sesso.

<sup>16</sup> Capecchi, Saveria, *La comunicazione di genere. Prospettive e pratiche teoriche*, Carocci, Roma 2018.

puntuale di stereotipi o, viceversa, immagini innovative e sfidanti gli stereotipi emerse nell'ambito delle singole trasmissioni.

La maggior parte delle 1.100 trasmissioni analizzate (il 89,2% del campione complessivo) si caratterizza per l'assenza sia di stereotipi sia di pratiche di sfida/messa in discussione degli stessi. Gli stereotipi emergono in forma palese nel 2% delle trasmissioni e in forma sottile nel 3,8%; vengono invece sfidati, con rappresentazioni di genere, complesse e innovative, nel 4,1% dei casi. Infine, una quota marginale del campione analizzato (0,9%) registra una compresenza di elementi innovativi e di stereotipi.

**Tabella 6** Presenza/assenza di stereotipi di genere

Caratteristiche della trasmissione rispetto agli stereotipi di genere	N. trasmissioni	% Totale
Assenza di stereotipi	981	89,2
Sfida agli stereotipi e/o discriminazioni di genere	45	4,1
Presenza di stereotipi e/o discriminazioni sottili	42	3,8
Presenza di stereotipi e/o discriminazioni palesi	22	2,0
Compresenza di elementi di innovazione e stereotipi	10	0,9
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

La diffusione di stereotipi o di rappresentazioni sfidanti non interessa tutti i generi TV allo stesso modo, come risulta evidente dalla tabella 7: stereotipi sottili o palesi si registrano soprattutto nei programmi d'Intrattenimento, mentre la Fiction, sebbene veda una presenza rilevante di stereotipi sottili, è anche il genere che più di tutti sfida gli stereotipi di genere.

**Tabella 7** Presenza/assenza di stereotipi di genere per genere TV

Genere TV	N. trasmissioni			
	Stereotipi palesi	Stereotipi sottili	Compresenza di innovazione e stereotipi	Sfida agli stereotipi
Approfondimento informativo	4	2	2	4
Attualità	3	3	2	3
Cultura, Scienza, Ambiente		1	1	4
Factual		1		5
Fiction	2	13	1	17
Intrattenimento	13	20	4	1
Rubriche sportive				1
Servizio		2		4
TG				6
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>45</b>

### 3.2.4 Centralità femminile

Un'ulteriore dimensione valutata nel corso del monitoraggio riguarda la centralità maschile o femminile di una trasmissione, la scelta cioè di privilegiare ospiti o protagonisti e punti di vista dell'uno o dell'altro genere. Al netto dei programmi per cui non è stato possibile rilevare questa dimensione, per esempio i telegiornali, che richiederebbero una rilevazione specifica notizia per notizia, la maggior parte dei programmi campione (911, pari all'82,8%) risulta bilanciata e non incentrata su un genere specifico. Nelle restanti 189 trasmissioni caratterizzate da una centralità

maschile o femminile, è la prima a prevalere (123 casi, 11,2% del totale). La centralità femminile è meno frequente (66 casi, 6,0% del totale) e anche meno distribuita per i diversi generi TV: nessuna Rubrica sportiva è incentrata su una donna o un gruppo di donne e la centralità femminile è prevalentemente concentrata in programmi di Fiction, Factual e Intrattenimento.

**Tabella 8** Centralità femminile per genere TV<sup>17</sup>

Genere TV	N. trasmissioni	% Totale
Fiction	22	33,3
Factual	13	19,7
Intrattenimento	10	15,2
Cultura, Scienza, Ambiente	9	13,6
Approfondimento informativo	9	13,6
Attualità	2	3,0
Servizio	1	1,5
<b>Totale</b>	<b>66</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 9** Centralità maschile per genere TV<sup>18</sup>

Genere TV	N. trasmissioni	% Totale
Approfondimento informativo	37	30,1
Rubriche sportive	24	19,5
Cultura, Scienza, Ambiente	20	16,3
Intrattenimento	17	13,8
Fiction	10	8,1
Attualità	6	4,9
Servizio	5	4,1
Factual	4	3,3
<b>Totale</b>	<b>123</b>	<b>100,0</b>

### 3.2.5 Questioni di genere

Insieme alla centralità femminile, è stato preso in considerazione un altro indicatore utile per comprendere quanta e quale attenzione sia riservata all'universo femminile: lo spazio riservato all'interno della programmazione alle questioni di genere.

Delle 1.100 trasmissioni analizzate, 189 (pari al 17,2% del campione) contengono almeno un cenno a qualche questione di genere: complessivamente sono 274 le questioni trattate e diffuse in tutti i diversi generi TV – dall'Approfondimento informativo alla Fiction – dimostrando la centralità di queste tematiche nella programmazione Rai. In 102 trasmissioni si sono registrati cenni a questi temi, soprattutto nei TG (31) e nei programmi di Approfondimento (20). In 74 trasmissioni sono state rilevate parti dedicate alle questioni di genere, soprattutto nei programmi di Servizio (20) e Approfondimento informativo (17). Meno frequentemente sono stati trasmessi programmi interamente dedicati alle questioni di genere: 7 trasmissioni di Approfondimento, 4 di Factual, 1 di Attualità e 1 di Cultura, Scienza, Ambiente, per un numero totale di 13.

<sup>17</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>18</sup> *Idem*.

Per quanto riguarda le specifiche tematiche affrontate, una particolare attenzione è dedicata al tema della violenza contro le donne che concentra quasi la metà delle questioni di genere (41,2%). La voce “altro” include in 8 casi su 11 questioni pertinenti “Donne e sport”, un tema emergente ma non previsto nella classificazione tematica originale che riprende le aree individuate come prioritarie, in termini di settori strategici, dalla Dichiarazione e Piattaforma d’azione di Pechino.

**Tabella 10** Questioni di genere trattate nelle trasmissioni<sup>19</sup>

Questione di genere	Frequenza (v.a.)	Frequenza (%)
Violenza contro le donne e femminicidio	113	41,2
Diritti fondamentali delle donne	34	12,4
Occupazione femminile	29	10,6
Salute delle donne	18	6,6
Partecipazione delle donne alla politica/sfera pubblica	15	5,5
Autodeterminazione sui temi della sfera sessuale e riproduttiva	14	5,1
Empowerment femminile/ leadership femminile	14	5,1
Educazione e formazione femminile	9	3,3
Donne e media	7	2,6
Work-life-balance	7	2,6
Povert� delle donne	2	0,7
Donne e ambiente	1	0,4
<i>Altro</i>	<i>11</i>	<i>4,0</i>
<b>Totale</b>	<b>274</b>	<b>100,0</b>

### 3.2.6 Narrazione della violenza contro le donne

L’elevata attenzione della programmazione Rai al tema della violenza contro le donne   confermata dai risultati sull’analisi degli episodi di violenza specificamente narrati – in servizi di cronaca giornalistica, di attualit  o approfondimento ma anche nella narrazione seriale – numerosi e trasversali a tutti i diversi generi TV, con la sola eccezione delle Rubriche sportive.

**Tabella 11** Distribuzione delle trasmissioni che hanno raccontato casi di violenza contro le donne per genere TV<sup>20</sup>

Genere Tv	N. trasmissioni	% Totale
TG	26	29,2
Approfondimento informativo	18	20,2
Servizio	17	19,1
Fiction	10	11,2
Attualit�	9	10,1
Factual	6	6,7
Cultura, Scienza, Ambiente	2	2,2
Intrattenimento	1	1,1
<b>Totale</b>	<b>89</b>	<b>100,0</b>

La modalit  di approccio al tema della violenza di genere (incluso il femminicidio)   stata rilevata attraverso un differenziale semantico, ovvero una serie di coppie di attributi antitetici afferenti a 5 diversi aspetti (narrazione, linguaggio, immagini, analisi delle cause,

<sup>19</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>20</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

rappresentazione dei protagonisti) su ciascuno dei quali la trasmissione è stata valutata con una scala Likert a 5 punti, con il livello 1 corrispondente al massimo di adesione alla polarità connotata positivamente e il livello 5 al massimo di adesione alla polarità connotata negativamente.

Nel complesso, sono state individuate 9 coppie di attributi, corrispondenti a 9 dimensioni, costruite partendo dalle raccomandazioni formulate dalla Federazione internazionale dei giornalisti<sup>21</sup> e dal Consiglio d'Europa, promotore della Convenzione di Istanbul.

Per quanto riguarda la narrazione sono state considerate tre dimensioni: l'ampiezza e contestualizzazione dei fatti rispetto al tessuto culturale e sociale dell'evento, l'equilibrio nell'uso dei dettagli e la presentazione di informazioni o misure utili a prevenire e contrastare la violenza di genere.

Prendendo in considerazione il linguaggio è stata rilevata la sua precisione nell'identificare i ruoli delle parti in causa, la sua imparzialità, ossia l'assenza di elementi di giudizio nei confronti della vittima, e il grado di accuratezza e di approfondimento del fatto, attraverso fonti autorevoli, *reportage*, sondaggi, dibattiti, consultazione di esperte e di esperti.

Si sono inoltre considerate l'adeguatezza delle immagini utilizzate, ovvero la presenza o assenza di immagini stereotipate o fuori luogo, in grado di suggerire significati diversi rispetto al racconto di violenza, e il grado di approfondimento delle cause, misurato sia attraverso riferimenti agli aspetti strutturali delle disuguaglianze di genere sia considerando la presenza o assenza di forme di legittimazione della violenza.

Infine si è considerata l'attenzione dedicata alla rappresentazione dei protagonisti e alla riservatezza di dati sensibili pertinenti la vittima ed eventuali minori coinvolti.

Il posizionamento dei programmi sulle varie dimensioni ha condotto alla costruzione di un indice sintetico di correttezza in grado di valutare come si colloca la trasmissione su un *continuum* che va da un approccio narrativo adeguato (che contribuisce a contrastare/prevenire la violenza di genere) a un approccio inadeguato (che può concorrere a banalizzare o addirittura a legittimare la violenza di genere).

Nello specifico è stato utilizzato l'indice di Janis e Fadner<sup>22</sup>, che per ogni dimensione ha restituito un valore compreso fra - 1 e +1, dove -1 indica il minor grado di correttezza e +1 il maggior grado di correttezza.

L'indice ha registrato valori positivi su tutte le dimensioni considerate, restituendo un valore mediamente pari a +0,06, un valore positivo ma poco più che sufficiente, indicativo della necessità di una maggiore accuratezza soprattutto su alcune dimensioni. Su tre dimensioni, infatti, l'indice ha un valore inferiore al valore medio di +0,06: accuratezza del linguaggio, adeguatezza delle immagini e narrazione delle cause, tutte dimensioni che assumono valori negativi soprattutto in presenza di elementi di spettacolarizzazione.

---

<sup>21</sup> Fonte: <http://www.ifj.org/nc/news-single-view/browse/1/backpid/59/article/ifj-guidelines-for-reporting-on-violence-against-women/>; ultimo accesso 20 febbraio 2020.

<sup>22</sup> L'indice di Janis e Fadner, noto come coefficiente di sbilanciamento, è un indice utilizzato nell'analisi dei contenuti dei media per indicare il grado di "favorevolezza" di un media rispetto a un contenuto (per esempio, la posizione di una testata giornalistica rispetto all'eutanasia o alle unioni civili).

**Tabella 12** Indice di Janis e Fadner sulle 9 dimensioni della rappresentazione della violenza di genere

<b>Dimensione</b>	<b>Indice di Janis e Fadner</b>
Narrazione ampia-limitata	0,11
Narrazione misurata-morbosa	0,06
Narrazione impegnata-disimpegnata	0,11
Linguaggio preciso-ambiguo	0,14
Linguaggio neutro-fazioso	0,06
Linguaggio accurato-scorretto	0,03
Immagini adeguate-inadeguate	0,01
Cause approfondite-enfatizzate	0,01
Rappresentazione persone rispettosa-irriverente	0,07

### 3.3 I numeri della parità di genere

Le 1.100 trasmissioni analizzate hanno restituito un campione di 18.701 persone fra conduttori e conduttrici, giornalisti e giornaliste, ospiti, intervistati, partecipanti ai diversi generi di programmi e personaggi delle Fiction, di cui 11.900 uomini, 6.788 donne e 13 transgender. Trascurando l'esiguo numero di persone transgender, le donne costituiscono un po' più di un terzo del campione (36,3% di 18.688): un valore inferiore di 0,7 punti percentuali rispetto a quello del 2018 (37%)<sup>23</sup> ma in linea con i risultati registrati negli ultimi 5 anni. Nel 2014 la percentuale femminile nella programmazione RAI era pari al 34,2%, nel 2015 al 33,3%, nel 2016 al 36,1% e nel 2017 al 38,8%<sup>24</sup>. Si tratta di percentuali che indicano una sotto-rappresentazione femminile, sia rispetto agli uomini, che costituiscono il restante 63,7% delle persone o dei personaggi rilevati nelle 1.100 trasmissioni TV, sia rispetto alla popolazione nazionale, dove l'incidenza delle donne è superiore al 50%<sup>25</sup>. Un fenomeno storicamente emergente dalle ricerche empiriche sui contenuti dei media, non solo della TV, ma anche degli altri tipi (radio, stampa, internet, social media), e non solo in Italia, ma in tutto il mondo.

Per esempio, l'ultima edizione del Global Media Monitoring Project (GMMP), che si è svolta nel 2015 e ha coinvolto 114 paesi del mondo, analizzandone i principali mezzi di informazione, ha evidenziato come negli ultimi 20 anni c'è stato un progressivo aumento della visibilità delle donne come oggetto e fonti di notizie di radio, stampa e TV (dal 17% al 24%) ma il 2015 segna un punto di arresto, registrando, a livello globale, una percentuale di presenza femminile del 24%, esattamente come nel 2010. E i nuovi media non risultano essere più inclusivi: le news delle testate giornalistiche in Internet registrano infatti una quota di donne pari al 25% e le news divulgate dalle testate giornalistiche tramite account Twitter il 28%.

Guardando al contesto europeo, il WIME Study promosso dall'EIGE nel 2013 registra una presenza femminile mediamente pari al 36% nei principali programmi trasmessi dalle ore 18:00 alle 23:00 dalle principali TV pubbliche e private dei 28 Stati membri dell'Unione Europea (56 TV in tutto) per una settimana campione (dal 17 al 23 febbraio).

<sup>23</sup> Cfr. Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai. Anno 2018, a cura di Rai e Osservatorio di Pavia.

<sup>24</sup> Cfr. Monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai, a cura di Rai e Osservatorio di Pavia, per gli anni 2014 e 2015; a cura di Rai e ISIMM, per gli anni 2016 e 2017.

<sup>25</sup> Secondo i dati ISTAT al 1° gennaio 2019, l'incidenza femminile sulla popolazione italiana era pari al 51,3% (su una popolazione totale di 60.359.546 persone).

A livello di singoli paesi, sono ormai numerose le attività di monitoraggio che attestano la visibilità televisiva di 1 donna ogni 2 uomini, registrando una presenza femminile attorno al 30%<sup>26</sup>. In Francia, il monitoraggio del CSA (Conseil Supérieur de l’Audiovisuel) su 18 canali TV francesi nel corso del 2018<sup>27</sup> ha rilevato una presenza femminile mediamente pari al 39% su una pluralità di generi televisivi (tutti i generi trasmessi dalle ore 17:00 alle 23:00 più i programmi di informazione trasmessi all’ora di pranzo). In Belgio, il monitoraggio del CSA su 23 canali TV in una settimana campione del 2017<sup>28</sup> ha rilevato che le donne costituiscono il 34,3% dei soggetti presenti nelle trasmissioni. La ricerca *Treating Men and Women Equally on TV* promossa nel 2015 da Channel 4 in Gran Bretagna e condotta su tre mesi di programmazione del *prime time* ha evidenziato che le donne costituiscono il 30% del totale dei soggetti<sup>29</sup>.

### 3.3.1 Rappresentanza femminile per genere TV, rete e fascia oraria

La percentuale femminile complessivamente registrata nel monitoraggio Rai 2019 è un dato medio che varia a seconda di una serie di variabili indagate, prima fra tutte il genere del programma. I programmi di Factual risultano molto inclusivi con il 53,5% di donne, ma sono poco frequenti (3,8%<sup>30</sup>) e incidono poco sul campione totale delle presenze TV (tabella 13: 1,8%). Le Fiction hanno valori prossimi alla parità con il 44,5% di donne e il 55,5% di uomini. I programmi di Servizio, Intrattenimento, Cultura, Scienza, Ambiente e Attualità ottengono percentuali di presenza femminile sopra la media totale del 36,3%. I programmi di Approfondimento informativo e i TG risultano invece sbilanciati a favore degli uomini. Infine, le Rubriche sportive si configurano ancora come spazi (quasi) esclusivamente maschili.

**Tabella 13 Donne e uomini per genere TV<sup>31</sup>**

Genere TV	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
Factual	53,5	46,5	344	1,8
Fiction	44,5	55,5	2.432	13,0
Servizio	41,1	58,9	1.722	9,2
Intrattenimento	39,5	60,5	3.286	17,6
Cultura, Scienza, Ambiente	37,6	62,4	2.189	11,7
Attualità	36,4	63,6	1.381	7,4
Approfondimento informativo	34,3	65,7	3.605	19,3
TG	28,6	71,4	2.810	15,0
Rubriche sportive	16,2	83,8	919	4,9
<b>% Totale di riga</b>	<b>36,3</b>	<b>63,7</b>	<b>18.688</b>	<b>100,0</b>

<sup>26</sup> Ross, Karen; Azzalini, Monia, *cit.*, p. 41.

<sup>27</sup> CSA, *Baromètre de la représentation des femmes à la télévision, année 2018*; <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-publications-rapports-bilans-etudes-d-impact/L-observatoire-de-la-diversite/Barometre-de-la-representation-des-femmes-a-la-television-Annee-2018>; ultimo access 20 febbraio 2020.

<sup>28</sup> CSA, *Baromètre Diversité et Égalité, 2017*; [http://www.csa.be/system/documents\\_files/2821/original/Baromètre%20Diversité%20et%20Égalité%202017-synthèse%20de%20l%27étude.pdf?1524509131](http://www.csa.be/system/documents_files/2821/original/Baromètre%20Diversité%20et%20Égalité%202017-synthèse%20de%20l%27étude.pdf?1524509131); ultimo accesso 20 febbraio 2020.

<sup>29</sup> [http://www.channel4.com/media/documents/corporate/C4GENDERRESEARCH\\_2016.pdf](http://www.channel4.com/media/documents/corporate/C4GENDERRESEARCH_2016.pdf); ultimo accesso 20 febbraio 2020.

<sup>30</sup> Cfr. tabella 2.

<sup>31</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

Quanto alle diverse emittenti, Rai 1 risulta la rete più bilanciata con il 39,6% di presenze femminili (su un totale di 7.213 donne più uomini), seguita da Rai 3 con il 35,5% di donne (su un totale di 6.087) e infine da Rai 2 (33% su un totale di 5.388) che risulta l'emittente dal volto più maschile. Per comprendere questi risultati occorre tenere presente la diversa *mission* delle emittenti considerate che, in base ai loro specifici obiettivi di programmazione e di *target*, si caratterizzano per un'offerta diversamente articolata per generi TV, il che incide sulla rappresentanza di genere. Rai 1 risulta l'emittente più bilanciata anche grazie a una programmazione incentrata su generi TV tradizionalmente più inclusivi e "popolosi" come la Fiction – che copre il 27,3% del campione dei programmi della rete ammiraglia<sup>32</sup> e concentra il 22,8% delle presenze totali di Rai 1<sup>33</sup> – e l'Intrattenimento – che occupa il 26,5% della programmazione di Rai 1 e concentra il 27,3% delle presenze registrate dalla stessa rete. Al contrario, Rai 2 risulta la rete dal profilo più maschile, sia per un'elevata quota di rubriche sportive – il 17,4% del campione di rete<sup>34</sup> concentrando il 17,1% delle presenze di rete<sup>35</sup> – sia per l'ampia offerta di programmi di approfondimento informativo – che costituisce il 29,2% del campione di Rai 2 e concentra il 20,9% di presenze totali, entrambi generi con basse percentuali femminili<sup>36</sup>.

Per quanto riguarda le fasce orarie, la fascia che presenta il maggior bilanciamento fra donne e uomini è quella del pomeriggio, dove le donne raggiungono quota 44%. Per il resto le donne raggiungono valori superiori alla media campione in prima serata – che è la fascia più "popolata", con 4.266 presenze complessive – con una frequenza del 38%, superiore alla media del 36,3% (1,7 punti percentuali) e la mattina, con una frequenza del 37,9%. Per il resto tutte le altre fasce risultano più squilibrate a favore degli uomini.

**Tabella 14** Distribuzione donne e uomini per fascia oraria

Fascia oraria	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
Pomeriggio	44,0	56,0	2.375	12,7
Prima serata	38,0	62,0	4.266	22,8
Mattina	37,9	62,1	3.301	17,7
Seconda serata	34,0	66,0	3.930	21,0
Pranzo	32,6	67,4	2.906	15,6
Preserale	30,7	69,3	1.910	10,2
<b>% Totale di riga</b>	<b>36,3</b>	<b>63,7</b>	<b>18.688</b>	<b>100,0</b>

### 3.3.2 Rappresentanza femminile per ruolo TV

Il ruolo TV costituisce una variabile significativamente "discriminante" rispetto al genere. I ruoli più bilanciati ed inclusivi per le donne sono alla conduzione: le donne superano gli uomini come assistenti o co-conduttrici (51,8% vs. 48,2%) e li bilanciano come conduttrici (49,6% vs. 50,4%). Prossime all'equilibrio di genere, sebbene con percentuali diverse, sono poi le diverse parti recitate nelle fiction (con le donne co-protagoniste nel 48,7% dei casi, protagoniste nel 42,2% e comparse nel 41,6%), le persone comuni (nel 44,6% dei casi femminili) e le professioni dell'informazione (nel 43,6% dei casi femminili). Le persone famose, invece, in 2 casi su 3 hanno

<sup>32</sup> Cfr. tabella 46 in Allegato.

<sup>33</sup> Cfr. tabella 52 in Allegato.

<sup>34</sup> Cfr. tabella 47 in Allegato.

<sup>35</sup> Cfr. tabella 53 in Allegato.

<sup>36</sup> *Ibidem*.

un volto maschile, come la maggior parte degli esperti (75,2%), dei portavoce (78%) e dei politici (81,9%): sono questi i ruoli che resistono all'innovazione.

**Tabella 15** Distribuzione donne e uomini per ruolo TV<sup>37</sup>

<b>Ruolo TV</b>	<b>% Donne</b>	<b>% Uomini</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
Assistente/Co-conduzione	51,8	48,2	465	2,5
Condizione	49,6	50,4	1.038	5,6
Co-protagonista fiction	48,7	51,3	958	5,1
Persona comune	44,6	55,4	5.074	27,2
Giornalista	43,6	56,4	902	4,8
Protagonista fiction	42,2	57,8	344	1,8
Comparsa fiction	41,6	58,4	1.139	6,1
Celebrity	33,1	66,9	2.940	15,7
Esperta/o	24,8	75,2	2.993	16,0
Portavoce	22,0	78,0	1.649	8,8
Politica/o	18,1	81,9	1.186	6,3
<b>% Totale di riga</b>	<b>36,3</b>	<b>63,7</b>	<b>18.688</b>	<b>100,0</b>

Se l'elevata presenza delle donne in alcuni ruoli importanti, come i personaggi delle Fiction o i conduttori dei programmi, è certamente da considerarsi un risultato positivo, la loro scarsa presenza fra i politici, i portavoce e gli esperti si configura come un elemento critico per via del prestigio e dell'autorevolezza di cui godono queste figure che costituiscono le principali fonti del sapere e dell'opinione divulgata in televisione.

### 3.3.3 Rappresentanza femminile per argomento

Un'altra variabile su cui si registrano asimmetrie di genere rilevanti è l'argomento trattato nei programmi che si configurano come spazio di informazione, dibattito o approfondimento su eventi o tematiche di cronaca o attualità, di storia o di cultura.

Tre sono le macro-aree dove le donne sono incluse in misura superiore alla media del 34%<sup>38</sup>: Criminalità e Violenza, Società e Giustizia e Scienza e Salute. Per il resto, le donne sono marginali, in particolare nelle notizie di Politica e Governo. L'elevata inclusione femminile nelle notizie di Criminalità e Violenza è ascrivibile all'elevata percentuale di donne interpellate sulla violenza contro le donne (55,2% su un totale di 290) e contro i bambini (41,6% su un totale di 77) ma anche su crimini violenti senza specifica matrice sessista quali omicidi, rapine, aggressioni, etc. (38% su un totale di 408). La correlazione delle donne a questioni di Società e Giustizia è ascrivibile alla classificazione in questa macro-categoria di argomenti tradizionalmente appannaggio femminile, come l'educazione (fonti femminili il 46,6% su 294 totali), i diritti delle donne (fonti femminili 55,9% su 93), i rapporti familiari (fonti femminili 60,6% su 66) e i cambiamenti delle relazioni e dei ruoli di genere (54,3% su 46). Infine, due sono gli argomenti di Scienza e Salute che meritano di essere sottolineati come inclusivi: uno molto frequente, medicina e salute, con il 41,2% di fonti femminili su 801 totali e uno poco frequente, cambiamenti climatici, ma dove le donne raggiungono il 44,1% su 59.

<sup>37</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>38</sup> La media di donne e uomini in questa elaborazione dati è diversa da quella complessiva (34% vs. 36,3%), poiché per Fiction e programmi di Intrattenimento la variabile Tema non è stata rilevata. Questo spiega anche la riduzione della base dati complessiva (da 18.688 a 12.962) e per generi (donne da 6.788 a 4.405 e uomini da 11.900 a 8.557).

L'Economia e la Politica invece si contraddistinguono come questioni appannaggio prevalentemente maschile, registrando rispettivamente una quota di donne pari al 29,1% e al 23,2%.

**Tabella 16** Distribuzione donne e uomini per tema

<b>Tema</b>	<b>% Donne</b>	<b>% Uomini</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
Criminalità e Violenza	40,5	59,5	1.386	10,7
Società e Giustizia	37,4	62,6	1.771	13,7
Scienza e Salute	36,1	63,9	2.067	15,9
Personaggi famosi, Arti e Media	31,7	68,3	3.761	29,0
Economia	29,1	70,9	2.065	15,9
Politica e Governo	23,2	76,8	1.165	9,0
<i>Altro</i>	<i>49,7</i>	<i>50,3</i>	<i>747</i>	<i>5,8</i>
<b>% Totale di riga</b>	<b>34,0</b>	<b>66,0</b>	<b>12.962</b>	<b>100,0</b>

Se si analizza l'inclusione di donne e uomini nei 10 temi più frequenti nei programmi analizzati (che coprono il 58,3% dell'agenda) appare evidente come le donne siano raramente interpellate su alcune fra le tematiche più frequenti e di interesse generale come lo sport (16,9%), l'economia rurale (17,7%) e la politica nazionale (19,6%).

**Tabella 17** Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più frequenti<sup>39</sup>

<b>Top 10 argomenti più frequenti nelle trasmissioni</b>	<b>% Donna</b>	<b>% Uomo</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
Arte, intrattenimento, tempo libero, cinema, teatro, libri, danza ...	37,6	62,4	2.256	17,4
Sport, eventi sportivi, attrezzature, formazione, politiche, finanziamenti ...	16,9	83,1	1.099	8,5
Ambiente, natura, inquinamento, turismo...	31,6	68,4	893	6,9
Medicina, igiene, salute, sicurezza, disabilità...	41,2	58,8	801	6,2
Politica nazionale, attività di governo...	19,6	80,4	682	5,3
Crimini violenti, omicidio, rapimenti, sequestri di persona, aggressioni	38,0	62,0	408	3,1
Religione, cultura, tradizione, polemiche, , pratiche ...	31,2	68,8	369	2,8
Occupazione, disoccupazione	33,6	66,4	360	2,8
Politica estera, relazioni internazionali	28,9	71,1	346	2,7
Economia rurale, agricoltura, pratiche e politiche agricole...	17,7	82,3	344	2,7
<i>Altri argomenti</i>	<i>38,4</i>	<i>61,6</i>	<i>5.404</i>	<i>41,7</i>
<b>% Totale di riga</b>	<b>34,0</b>	<b>66,0</b>	<b>12.962</b>	<b>100,0</b>

Viceversa, gli argomenti più inclusivi per le donne – elencati nella tabella seguente – sono perlopiù questioni specificamente pertinenti l'universo femminile oppure marginali nell'agenda della TV: si noti che nel complesso coprono meno del 2% delle 12.962 frequenze registrate.

<sup>39</sup> Dati soggetti a arrotondamento.

**Tabella 18** Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più inclusivi per le donne<sup>40</sup>

<b>Top 10 argomenti più inclusivi per le donne</b>	<b>% Donna</b>	<b>% Uomo</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
SDGs Obiettivi di sviluppo sostenibile (Agenda ONU 2030)	100,0	0,0	4	0,0
Negoziati di pace, trattati	100,0	0,0	1	0,0
Violenza contro le donne perpetuate dallo Stato	100,0	0,0	1	0,0
Movimento delle donne, eventi, manifestazioni, advocacy per l'Uguaglianza di genere ...	86,4	13,6	22	0,2
Partecipazione delle donne nel processo economico	81,5	18,5	27	0,2
Leggi e diritti di famiglia, di proprietà, leggi e diritti di successione ...	80,0	20,0	5	0,0
Ebola, trattamento, risposta	75,0	25,0	4	0,0
Rapporti familiari, conflitto tra le generazioni, genitori single...	60,6	39,4	66	0,5
Diritti umani, diritti delle donne, diritti dei bambini, diritti degli omosessuali...	55,9	44,1	93	0,7
Controllo delle nascite, fertilità, sterilizzazione, amniocentesi, aborto...	55,6	44,4	18	0,1
<i>Altri argomenti</i>	<i>33,4</i>	<i>66,6</i>	<i>12.721</i>	<i>98,1</i>
<b>% Totale di riga</b>	<b>34,0</b>	<b>66,0</b>	<b>12.962</b>	<b>100,0</b>

### 3.4 La rappresentazione delle differenze di genere

Il profilo di donne e uomini intervistati, ospiti, partecipanti ai programmi TV e quello dei personaggi delle Fiction sono stati ricostruiti attraverso un set di variabili finalizzate a verificare quanto la televisione rappresenti, realmente o simbolicamente nelle Fiction, una società complessa e articolata in una prospettiva di genere, in termini di età, professione o posizione sociale, classe socio-economica, identità etnica e religiosa, (dis)abilità e orientamento sessuale. L'età è stata rilevata anche per conduttrici e conduttori, assistenti ai programmi, giornaliste e giornalisti, essendo una variabile indagata dai due progetti di ricerca che hanno ispirato l'approccio metodologico del monitoraggio (GMMP e WIME Study) e che evidenziano quanto l'età possa essere un indicatore interessante per verificare eventuali discriminazioni di genere a livello di professionisti e professioniste nel cast o nella redazione dei programmi, sebbene limitatamente alla loro visibilità e non agli organigrammi aziendali.

#### 3.4.1 Donne e uomini per età

Il confronto generazionale fra donne e uomini che popolano le trasmissioni Rai evidenzia una maggiore concentrazione femminile nelle fasce di età più giovani a fronte di una prevalenza maschile nelle fasce più anziane. Le donne più degli uomini si collocano fra i minorenni e nella fascia 19-34, mentre gli uomini fra gli adulti di età compresa fra i 50 e i 64 anni e fra gli over 65. Se consideriamo poi le due fasce di età più frequenti, quella dei giovani adulti dai 35 ai 49 anni e quella degli adulti dai 50 ai 64 anni, le donne sono in proporzione più rappresentative della prima categoria (41,4% vs. il 32,9% degli uomini), mentre gli uomini della seconda (40,9% vs. il 27% delle donne).

<sup>40</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

**Tabella 19** Confronto donne e uomini per fascia di età<sup>41</sup>

Età	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
12 anni o meno	1,9	0,6	207	1,1
13-18	5,1	2,8	682	3,7
19-34	16,6	10,8	2.410	12,9
35-49	41,4	32,9	6.718	36,0
50-64	27,0	40,9	6.691	35,8
65 anni o più	8,0	12,0	1.972	10,6
<b>N. Totale</b>	<b>6.784</b>	<b>11.896</b>	<b>18.680</b>	<b>100,0</b>

Il gap generazionale fra donne e uomini risulta particolarmente evidente se si considerano solo le professioniste e i professionisti Rai, ovvero conduttrici e conduttori, giornaliste e giornalisti, assistenti ai programmi: le donne sono più concentrate nella fascia 35-49 anni, mentre gli uomini nella fascia 50-64; solo l'1% degli uomini ha meno di 35 anni vs. il 7,6% delle donne. Un risultato frequente nei monitoraggi TV e dall'interpretazione ambivalente, potendo essere correlato sia al fatto che le donne sono entrate più tardi degli uomini nel mercato del lavoro, e in particolare nelle professioni dei media, sia a una tendenza della TV a prediligere volti femminili giovani e dal bell'aspetto<sup>42</sup>.

**Tabella 20** Confronto donne e uomini per fascia di età (solo conduttori, assistenti e giornalisti)<sup>43</sup>

Età	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
19-34	7,6	1,0	100	4,2
35-49	62,9	40,2	1.228	51,1
50-64	27,6	49,8	943	39,2
65 anni o più	1,9	8,9	134	5,6
<b>N. Totale</b>	<b>1.149</b>	<b>1.256</b>	<b>2.405</b>	<b>100,0</b>

Se si considerano invece soltanto donne e uomini intervistati, ospiti, partecipanti e i personaggi della Fiction, i profili generazionali rimangono sostanzialmente simili rispetto a quanto emerge dal quadro complessivo, fatta eccezione per una riduzione del gap nella fascia 35-49 anni che da 8,5 punti percentuali (41,4% donne vs. 32,9% uomini) si riduce a 5 punti percentuali (37% donne vs. 32% uomini).

### 3.4.2 Donne e uomini per professione/posizione sociale

Lo scenario delle professioni e posizioni sociali rappresentate è molto ampio e articolato, con due categorie prevalenti: le celebrità, artiste ed artisti che tradizionalmente popolano lo schermo televisivo, che hanno una concentrazione simile fra donne e uomini (pur essendo le donne numericamente inferiori agli uomini) e le persone dalla professione/posizione "non esplicitata", ovvero persone la cui professione o posizione sociale non è determinabile in alcun modo, evidentemente perché irrilevante ai fini della narrazione. In quest'ultima categoria si

<sup>41</sup> Da questa elaborazione sono escluse 8 persone per cui non è stato possibile determinare l'età: 4 donne e 4 uomini. Il totale su cui sono state calcolate le percentuali è quindi di 18.680 soggetti e non 18.688; dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>42</sup> Cfr. Ross, Karen; Azzalini, Monia, *cit.*, p. 40.

<sup>43</sup> Questa elaborazione ha riguardato 2.581 conduttrici e conduttori, giornaliste e giornalisti e assistenti ai programmi, di cui in 11 casi non è stato possibile determinare l'età; dati soggetti ad arrotondamento.

concentra il 19,1% del campione femminile vs. il 9,0% di quello maschile, mostrando una asimmetria di genere rilevante: le donne che compaiono in TV risultano professionalmente e socialmente anonime molto più degli uomini. Questo spiega la maggiore concentrazione degli uomini in altre categorie professionali o sociali, nel complesso, meno rappresentate dalle donne. Le donne più degli uomini hanno il volto della casalinga o genitrice (4,3%) – declinato al maschile in un numero limitato di casi (96 su 336 totali, pari allo 0,9% del campione maschile) – e delle studentesse (7,3% vs. il 3,5% degli uomini). Viceversa, il mondo dello sport, della politica, dei media, come quello dell’imprenditoria e delle forze dell’ordine, è più rappresentato dagli uomini che dalle donne: con un divario che oscilla dai 2 ai 5 punti percentuali. Per il resto, la distribuzione femminile risulta abbastanza variegata e indicativa di una molteplicità di modelli femminili proposti.

**Tabella 21** Confronto donne e uomini per professione/posizione sociale<sup>44</sup>

Professione o posizione sociale	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
Non esplicitata	19,1	9,0	2.035	12,5
Celebrità, artista, attore/trice, scrittrice/ore, cantante	18,1	17,6	2.889	17,7
Artigiana/o, commerciante, operaia/o	8,8	8,4	1.390	8,5
Studente, allieva/o, scolara/o	7,3	3,5	779	4,8
Casalinga/o, genitore	4,3	0,9	336	2,1
Accademica/o, educatrice/ore, insegnante, ricercatrice/ore...	4,2	4,1	674	4,1
Sindacalista, attivista, lavoratrice/ore in associazioni ...	4,1	4,1	668	4,1
Professionista nell’ambito dei media, giornalista, regista...	3,8	6,3	885	5,4
Politica/o, ministra/o, governante...	3,7	9,3	1.197	7,4
Medica/o, dentista, specialista della salute	3,4	3,3	541	3,3
Impiegata/o d’ufficio o nei servizi	3,0	2,1	389	2,4
Imprenditrice/ore, manager, economista	2,8	6,1	806	4,9
Abitante di un paese	2,7	1,9	349	2,1
Sportiva/o, atleta, allenatrice/ore...	2,0	6,1	763	4,7
Avvocata/o, giudice, esperta/o legale...	1,8	2,5	367	2,3
Bambina/o, adolescente	1,8	0,7	173	1,1
Forza dell’ordine, militare, guardia...	1,6	3,5	462	2,8
Ingegnera/e, tecnica/o, informatica/o...	1,5	2,6	360	2,2
Pensionata/o	1,2	0,8	157	1,0
Prete, suora, rabbino, imam...	1,1	2,8	364	2,2
Agricoltrice/ore, forestale, pescatrice/ore...	0,9	2,1	275	1,7
Infermiera/e, assistente sociale, psicologa/o...	0,9	0,3	81	0,5
Pubblico impiego: funzionaria/o, diplomatica/o	0,7	0,9	137	0,8
Disoccupata/o	0,7	0,6	101	0,6
Re, regina, monarca	0,2	0,1	23	0,1
Criminale, indagata/o, sospettata/o di reato	0,1	0,6	72	0,4
Lavoratrice/ore del sesso, prostituta	0,1	0,0	7	0,0
Altro	0,00	0,03	3	0,03
<b>N. Totale</b>	<b>5.639</b>	<b>10.644</b>	<b>16.283</b>	<b>100,0</b>

<sup>44</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

### 3.4.3 Donne e uomini per classe socio-economica

Il confronto di donne e uomini per classe socio-economica evidenzia una netta concentrazione di entrambi i gruppi sociali nella borghesia degli imprenditori, dei liberi professionisti e dei dirigenti e quadri d'azienda, tuttavia con un divario di quasi 10 punti percentuali a favore degli uomini. In proporzione le donne rappresentano di più la classe media impiegatizia (19,7% vs. 14,7%), la classe operaia urbana (6% vs. 3,4%) e la marginalità socio-economica che include persone disoccupate, inabili al lavoro, che percepiscono sussidi o altro.

**Tabella 22** Confronto donne e uomini per classe socio-economica<sup>45</sup>

Classe socio-economica	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
Borghesia	60,6	70,4	7.081	67,6
Classe media impiegatizia	19,7	14,7	1.689	16,1
Piccola borghesia urbana	9,5	7,7	860	8,2
Classe operaia urbana	6,0	3,4	438	4,2
Marginalità socio-economica	2,8	1,3	180	1,7
Piccola borghesia agricola	1,3	2,0	190	1,8
Classe operaia agricola	0,2	0,5	44	0,4
<b>N. Totale</b>	<b>3.053</b>	<b>7.429</b>	<b>10.482</b>	<b>100,0</b>

### 3.4.4 Donne e uomini per etnia

Per quanto riguarda l'identità etnica, il 95,7% delle persone ospiti e intervistate e dei personaggi delle Fiction è di etnia occidentale, senza alcuna rilevante differenza fra donne e uomini.

**Tabella 23** Confronto donne e uomini per identità etnica<sup>46</sup>

Etnia	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
Occidentale	95,5	95,8	15.548	95,7
Est Europa	0,9	0,8	130	0,8
America latina	0,8	0,6	115	0,7
Mista (es. afro-americana, etc.)	0,8	0,6	109	0,7
Africa subsahariana	0,5	0,6	98	0,6
Nord Africa	0,4	0,4	68	0,4
Asia orientale e sud-est asiatico	0,4	0,4	67	0,4
Medioriente	0,3	0,4	59	0,4
Asia meridionale	0,2	0,3	38	0,2
<i>Altra (es. rom, sinti, altre minoranze)</i>	<i>0,2</i>	<i>0,1</i>	<i>20</i>	<i>0,1</i>
<b>N. Totale</b>	<b>5.622</b>	<b>10.630</b>	<b>16.252</b>	<b>100,0</b>

<sup>45</sup> Questa elaborazione ha riguardato 16.283 persone ospiti, intervistate o partecipanti ai programmi e personaggi delle Fiction, di cui in 5.801 casi non è stato possibile assegnare la classe socio-economica, per informazioni insufficienti. Il totale su cui sono state calcolate le percentuali è quindi di 10.482 soggetti; dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>46</sup> Questa elaborazione ha riguardato 16.283 persone ospiti, intervistate o partecipanti ai programmi e personaggi delle Fiction, di cui in 31 casi non è stato possibile determinare l'etnia. Il 95,7% si riferisce al totale delle persone al netto dei casi non determinabili, ovvero 16.252.

### 3.4.5 Donne e uomini per religione

L'identità religiosa, a differenza di quella etnica, non è auto-evidente. Nel campione monitorato è resa esplicita in 588 casi (3,6% sul totale persone): 190 femminili e 398 maschili. La religione cattolica, storicamente dominante nel nostro paese, risulta la più frequente, in misura sensibilmente diversa a seconda del genere. Le donne, infatti, rappresentano più di frequente religioni diverse: ebraica nel 14,7% (vs. il 10,1% degli uomini), protestante nel 7,9% (vs. il 3,8% degli uomini) e musulmana nel 5,8% (vs. lo 0,8% degli uomini).

**Tabella 24** Confronto donne e uomini per identità religiosa<sup>47</sup>

Religione	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
Cristiana cattolica	70,5	83,9	468	79,6
Ebraica	14,7	10,1	68	11,6
Cristiana protestante	7,9	3,8	30	5,1
Musulmana	5,8	0,8	14	2,4
Buddista	1,1	0,5	4	0,7
Cristiana ortodossa	0,0	0,8	3	0,5
Ateismo o agnosticismo	0,0	0,3	1	0,2
<b>N. Totale</b>	<b>190</b>	<b>398</b>	<b>588</b>	<b>100,0</b>

### 3.4.6 Donne e uomini per disabilità

Per quanto riguarda la disabilità, nel 98,4% dei casi le persone ospiti o intervistate e personaggi delle Fiction di cui è stato possibile rilevare abilità o disabilità fisiche e mentali sono normalmente abili<sup>48</sup>. Nel restante 1,6% presentano qualche forma di disabilità, in misura diversa a seconda dei generi. Gli uomini che presentano disabilità sono complessivamente più numerosi delle donne (139 vs. 125), ma, in proporzione, le donne disabili sono più rappresentate rispetto agli uomini: costituiscono infatti il 2,2% dell'intero campione femminile, mentre gli uomini disabili sono l'1,3% di quelli totalmente rappresentati.

**Tabella 25** Confronto donne e uomini per tipologia di disabilità<sup>49</sup>

Tipo di disabilità	% Donna	% Uomini	N. Totale	% Totale
Disabilità cronica	82,4	91,4	230	87,1
Disabilità momentanea	12,0	5,8	23	8,7
Disabilità legata alla vecchiaia	5,6	2,9	11	4,2
<b>N. Totale</b>	<b>125</b>	<b>139</b>	<b>264</b>	<b>100,0</b>

### 3.4.7 Donne e uomini per orientamento sessuale

Infine, l'orientamento sessuale – che come la fede religiosa non è una caratteristica auto-evidente – è esplicitato da elementi narrativi o informazioni di contesto in 1.849 casi, pari

<sup>47</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>48</sup> Questa elaborazione ha riguardato 16.283 persone ospiti, intervistate o partecipanti ai programmi e personaggi delle fiction, di cui in 75 casi non è stato possibile determinare la (dis)abilità. Il 98,4% si riferisce al totale delle persone al netto dei casi non determinabili, ovvero 16.208.

<sup>49</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

all'11,4% del campione considerato<sup>50</sup>. In termini assoluti, gli uomini dall'orientamento esplicito sono più numerosi delle donne: 941 vs. 908. In proporzione, però, l'orientamento femminile è più esplicito per le donne che per gli uomini: i casi femminili riguardano infatti il 16,1% del totale donne, mentre quelli maschili l'8,8%. L'eterosessualità è prevalente per entrambi i generi, ma in percentuali differenti: le persone con orientamento omosessuale o bisessuale di sesso maschile sono più visibili delle donne: 7,3% vs. 0,3%.

**Tabella 26** Confronto donne e uomini per orientamento sessuale

<b>Orientamento sessuale</b>	<b>% Donne</b>	<b>% Uomini</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
Eterosessuale	99,7	92,7	1.777	96,1%
Omo o bisessuale	0,3	7,3	72	3,9%
<b>N. Totale</b>	<b>908</b>	<b>941</b>	<b>1.849</b>	<b>96,1%</b>

---

<sup>50</sup> 16.283 persone ospiti, intervistate o partecipanti ai programmi e personaggi delle Fiction.

## 4. Comparazione con i risultati del monitoraggio 2018

Il monitoraggio sulla rappresentazione femminile nella programmazione Rai 2019 è stato realizzato con la stessa metodologia adottata nel 2018 e su un campione di 1.100 trasmissioni TV selezionate sulla base degli stessi criteri, in modo da permettere comparazioni diacroniche puntuali fra i due anni<sup>51</sup>.

Le tabelle seguenti riportano i risultati sulla composizione del campione di analisi nel 2018 e 2019, per rete, genere TV e fascia oraria, evidenziandone caratteristiche simili.

**Tabella 27** Distribuzione delle trasmissioni per rete e per anno

ANNO	2019		2018		
	Rete	N. trasmissioni	% Totale	N. trasmissioni	% Totale
	Rai 1	392	35,6	402	36,5
	Rai 2	322	29,3	308	28,0
	Rai 3	386	35,1	390	35,5
	<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 28** Distribuzione delle trasmissioni per genere TV e per anno

ANNO	2019		2018		
	Genere TV	N. trasmissioni	% Totale	N. trasmissioni	% Totale
	Approfondimento informativo	220	20,0	202	18,4
	Intrattenimento	172	15,6	192	17,5
	Cultura, Scienza, Ambiente	163	14,8	144	13,1
	Fiction	157	14,3	193	17,5
	TG	149	13,5	139	12,6
	Servizio	71	6,5	72	6,5
	Attualità	70	6,4	57	5,2
	Rubriche sportive	56	5,1	57	5,2
	Factual	42	3,8	44	4,0
	<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 29** Distribuzione delle trasmissioni per fascia oraria e per anno

ANNO	2019		2018		
	Fascia oraria	N. trasmissioni	% Totale	N. trasmissioni	% Totale
	Prima serata	228	20,7	261	23,7
	Seconda serata	223	20,3	229	20,8
	Mattina	200	18,2	153	13,9
	Pranzo	193	17,5	198	18,0
	Pomeriggio	136	12,4	147	13,4
	Preserale	120	10,9	112	10,2
	<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

<sup>51</sup> Il confronto sul lungo periodo non è invece possibile, perché i monitoraggi degli anni precedenti sono stati realizzati con una diversa metodologia e anche da diversi istituti di ricerca (nel 2014 e 2015 da Cares-Osservatorio di Pavia, con una metodologia diversa dal biennio 2018-2019, e nel 2016 e 2017 da ISIMM).

## 4.1 La rappresentazione della figura femminile

### 4.1.1 La dignità femminile

Il monitoraggio 2019 ha rilevato 23 frame contenenti offese, volgarità, mercificazione o oggettivazione della donna o altre forme di violazione della dignità femminile riguardanti 20 trasmissioni (1,8% del campione) vs. 52 frame, pertinenti 40 trasmissioni (3,6% del campione), rilevati dal monitoraggio 2018. I frame che si connotano come realmente critici, legittimando direttamente o indirettamente la lesione della dignità femminile, sono 4 in 3 diverse trasmissioni (pari allo 0,3% del totale) nel 2019 vs. 27 in 19 trasmissioni (pari al 1,7%) nel 2018. Nel 2019 risultano dunque diminuite sia le messe in scena di lesioni della dignità femminile (-1,8%), sia le forme di violazioni che si configurano come realmente critiche poiché non stigmatizzate e mai funzionali a denunciare una cultura, un atteggiamento, un comportamento oltraggioso (-1,4%).

### 4.1.2 L'identità di genere

Le diverse forme di sessismo benevolo, grave o ostile rilevate nel 2019 sono complessivamente 21, pertinenti 19 trasmissioni (1,7% del campione) vs. le 47, pertinenti 42 trasmissioni (3,8%) nel 2018. I frame che si connotano come realmente critici, legittimando direttamente o indirettamente la lesione dell'identità di genere, sono 3 in 3 diverse trasmissioni (pari allo 0,3% del totale) nel 2019 vs. 15 in 13 trasmissioni nel 2018 (1,2%). Nel 2019 risultano dunque diminuite sia le messe in scena di lesioni dell'identità di genere (-2,1%), sia le forme di sessismo che si configurano come realmente critiche poiché legittimate e non funzionali a denunciare una cultura, un atteggiamento, un comportamento sessista (-0,9%).

### 4.1.3 Stereotipi di genere

Il 2019 si caratterizza positivamente per una riduzione degli stereotipi di genere diffusi in modo puntuale nelle singole trasmissioni, registrando una diminuzione sia degli stereotipi sottili (-4%) sia degli stereotipi palesi (-2,4%). Decrescono però anche le trasmissioni che sfidano gli stereotipi di genere proponendo identità, ruoli e relazioni di genere innovativi: dal 7,5% al 4,1%.

**Tabella 30** Presenza/assenza di stereotipi di genere per anno

ANNO	2019		2018	
	N. trasmissioni	% Totale	N. trasmissioni	% Totale
Assenza di stereotipi	981	89,2	838	76,2
Sfida agli stereotipi e/o discriminazioni di genere	45	4,1	83	7,5
Presenza di stereotipi e/o discriminazioni sottili	42	3,8	86	7,8
Presenza di stereotipi e/o discriminazioni palesi	22	2,0	48	4,4
Compresenza di elementi di innovazione e stereotipi	10	0,9	45	4,1
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

#### 4.1.4 Centralità femminile

Il confronto 2019-2018 riportato nella tabella seguente evidenzia come la centralità femminile nelle trasmissioni rimane marginale mentre quella maschile si riduce leggermente, ma in misura statisticamente non significativa (11,2% vs. 13,2% del 2018<sup>52</sup>) e sostanzialmente a vantaggio di un protagonismo condiviso e trasversale ai due generi: +1,8%.

**Tabella 31** Trasmissioni per centralità femminile, maschile o mista e per anno

ANNO	2019		2018	
	N. trasmissioni	% Totale	N. trasmissioni	% Totale
Mista o non determinabile	911	82,8	891	81,0
Maschile	123	11,2	145	13,2
Femminile	66	6,0	64	5,8
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

#### 4.1.5 Questioni di genere

Il numero complessivo delle trasmissioni che nel 2019 ha affrontato questioni di genere o pari opportunità diminuisce rispetto al 2018 (da 263 a 189); in particolare decrescono le trasmissioni che contengono brevi cenni a qualche questione di genere (-4,6%) o parti dedicate (-1,8%), mentre rimane sostanzialmente stabile la frequenza di trasmissioni totalmente dedicate.

**Tabella 32** Questioni di genere per trasmissioni e per anno

ANNO	2019		2018	
	N. trasmissioni	% Totale	N. trasmissioni	% Totale
Assenti	911	82,8	837	76,1
Accennate	102	9,3	153	13,9
Presenti in una o più parti della trasmissione	74	6,7	93	8,5
Presenti in una trasmissione totalmente dedicata	13	1,2	17	1,5
<b>Totale</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.100</b>	<b>100,0</b>

Le questioni di genere trattate nel corso del 2019 sono complessivamente 274, a fronte delle 344 del 2018: una diminuzione correlata sia al decremento delle trasmissioni contenenti questioni di genere (nel complesso 74 in meno) sia a una maggiore concentrazione delle trasmissioni sulla questione della violenza contro le donne, che nel 2019 copre ben il 41,2% delle questioni di genere rilevate vs. il 29,1% del 2018.

<sup>52</sup> Test del chi-quadro: 0,8338; *p-value*: 0,36117.

**Tabella 33** Questioni di genere trattate nelle trasmissioni per anno<sup>53</sup>

ANNO	2019		2018	
	Frequenza (v.a.)	Frequenza (%)	Frequenza (v.a.)	Frequenza (%)
Violenza contro le donne e femminicidio	113	41,2	100	29,1
Diritti fondamentali delle donne	34	12,4	38	11,0
Occupazione femminile	29	10,6	29	8,4
Salute delle donne	18	6,6	27	7,8
Partecipazione delle donne alla politica/sfera pubblica	15	5,5	29	8,4
Autodeterminazione sui temi della sfera sessuale e riproduttiva	14	5,1	12	3,5
Empowerment femminile/ leadership femminile	14	5,1	17	4,9
Educazione e formazione femminile	9	3,3	17	4,9
Donne e media	7	2,6	12	3,5
Work-life-balance	7	2,6	19	5,5
Povert� delle donne	2	0,7	4	1,2
Donne e ambiente	1	0,4	2	0,6
Altro <sup>54</sup>	11	4,0	40	11,0
<b>Totale</b>	<b>274</b>	<b>100,0</b>	<b>344</b>	<b>100,0</b>

#### 4.1.6 Narrazione della violenza contro le donne

A fronte di una maggiore attenzione alla questione della violenza contro le donne, nel 2019 diminuisce il numero di casi di violenza rendicontati dalla cronaca o inscenati nei programmi di Fiction, passando da 148 a 89.

L'indice di correttezza si mantiene complessivamente stabile a +0,06, un valore positivo, ma poco pi  che sufficiente. Anche rispetto alle 9 dimensioni considerate per la costruzione dell'indice non si registrano variazioni rilevanti.

**Tabella 34** Indice di Janis e Fadner sulle 9 dimensioni della rappresentazione della violenza di genere per anno

Dimensione	2019-2019	2019	2018
Narrazione ampia-limitata	-0,02	0,11	0,13
Narrazione misurata-morbosa	0,01	0,06	0,05
Narrazione impegnata-disimpegnata	0,03	0,11	0,08
Linguaggio preciso-ambiguo	-0,02	0,14	0,16
Linguaggio neutro-fazioso	0,01	0,06	0,05
Linguaggio accurato-scorretto	-0,03	0,03	0,06
Immagini adeguate-inadeguate	0,00	0,01	0,01
Cause approfondite-enfatizzate	-0,03	0,01	0,04
Rappresentazione persone rispettosa-irriverente	0,03	0,07	0,04

<sup>53</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>54</sup> La voce "altro" include per il 2019 8 su 11 e per il 2018 10 su 40 questioni pertinenti "Donne e sport", un tema emergente ma non previsto nella classificazione tematica originale che riprende le aree individuate come prioritarie, in termini di settori strategici, dalla Dichiarazione e Piattaforma d'azione di Pechino.

## 4.2 I numeri della parità di genere

Come anticipato nel capitolo 3 (paragrafo 3.3), la percentuale di persone e personaggi di genere femminile rilevate nel monitoraggio 2019 è inferiore di 0,7 punti rispetto al 2018 (36,3%, vs. 37%): una differenza che è risultata statisticamente non significativa<sup>55</sup>.

Il *ranking* delle tre reti Rai si mantiene stabile nei due anni, con Rai 1 che risulta sia nel 2018 che nel 2019 la rete più inclusiva, seguita da Rai 2 e poi da Rai 3; ma con andamenti differenti per reti in termini di incremento/decremento significativo/non significativo di persone o personaggi femminili. Rai 1 registra una leggera diminuzione di donne, dal 40,4% al 39,6%, statisticamente non significativa<sup>56</sup>. Rai 3 evidenzia invece un diminuzione sensibile dal 37,3% al 35,5%<sup>57</sup>. Infine, Rai 2 è l'unica emittente che vede un leggero incremento della quota femminile, dal 31,5% al 33,3%, statisticamente però non significativo<sup>58</sup>.

Il confronto biennale sulla distribuzione di donne e uomini per genere TV, illustrato nella tabella 35, evidenzia un incremento della percentuale femminile in quasi tutti i generi TV, tranne nei programmi di Intrattenimento, di Attualità e i TG dove le donne, in proporzione rispetto agli uomini, diminuiscono.

**Tabella 35. Percentuali femminili per genere TV: confronto 2019 - 2018**

ANNO	2019-2018		2019		2018
	% Var.	% Donne	N. Totale persone	% Donne	N. Totale persone
Factual	3,7	53,5	344	49,8	456
Fiction	2,9	44,5	2.432	41,6	3.496
Servizio	2,4	41,1	1.722	38,7	1.728
Rubriche sportive	1,7	16,2	919	14,5	835
Cultura, Scienza, Ambiente	1,6	37,6	2.189	36,0	1.993
Approfondimento informativo	1,2	34,3	3.605	33,1	3.750
TG	-2,6	28,6	2.810	31,2	2.684
Intrattenimento	-2,8	39,5	3.286	42,3	3.970
Attualità	-4,0	36,4	1.381	40,4	1.466

Per quanto riguarda la fascia oraria, le variazioni fra il 2019 e il 2018 sono contenute entro 1 punto percentuale, con la sola eccezione della seconda serata che vede una diminuzione della percentuale femminile pari all'1,8%.

**Tabella 36. Percentuali femminili per fascia oraria: confronto 2019 - 2018**

ANNO	2019-2018		2019		2018
	% Var.	% Donne	N. Totale persone	% Donne	N. Totale persone
Mattina	1,0	37,9	3.301	36,9	2.768
Pomeriggio	0,3	44,0	2.375	43,7	2.853
Preserale	-0,5	30,7	1.910	31,2	1.821
Pranzo	-0,6	32,6	2.906	33,2	3.075
Prima serata	-0,7	38,0	4.266	38,7	5.040
Seconda serata	-1,8	34,0	3.930	35,8	4.821

<sup>55</sup> Test del chi-quadro: 1,7921; *p-value* 0,180669.

<sup>56</sup> Test del chi-quadro: 1,2383; *p-value* 0,265804.

<sup>57</sup> Test del chi-quadro: 4,6734; *p-value* 0,030633.

<sup>58</sup> Test del chi-quadro: 2,5831; *p-value* 0,108012.

La quota femminile per Ruolo TV varia in positivo e in negativo, e in misura diversa, a seconda dei ruoli. Fra i personaggi delle Fiction, il 2019 registra un incremento delle donne fra i co-protagonisti e le comparse, che segnano rispettivamente un +7,5% e +4,5, e un decremento fra i protagonisti (-6,5%). Alla conduzione, cresce l'incidenza femminile fra i conduttori/presentatori principali (+2,3%) che si avvicinano nel 2019 a un equilibrio di genere quasi perfetto (49,6% donne e 51,4% uomini), ma soprattutto cresce la quota di donne fra gli assistenti/co-conduttori (+6,6) segnando un superamento delle donne rispetto agli uomini (51,8% vs. 48,2%). Cresce leggermente la quota di donne fra le persone comuni (+1,3%); mentre decrescono un po' le celebrity (-1,2%). Portavoce e giornalisti rimangono sostanzialmente stabili, con variazioni contenute entri 2 punti decimali. Infine, decresce la percentuale di donne fra i ruoli più autorevoli e prestigiosi dell'esperto e del politico, rispettivamente -2,4% e -3%, allontanando l'obiettivo della parità per due Ruoli Tv storicamente appannaggio maschile e che evidentemente rimangono ancora una sfida aperta per le donne.

**Tabella 37. Percentuali femminili per ruolo TV: confronto 2019 - 2018**

ANNO	2019-2018		2019		2018
	% Var.	% Donne	N. Totale persone	% Donne	N. Totale persone
Co-protagonista fiction	7,5	48,7	958	41,2	1.729
Assistente/Co-conduzione	6,6	51,8	465	45,2	478
Comparsa fiction	4,5	41,6	1.139	37,1	1.030
Conduzione	2,3	49,6	1.038	47,3	1.029
Persona comune	1,3	44,6	5.074	43,3	6.023
Portavoce	0,2	22,0	1.649	21,8	1.363
Giornalista	-0,2	43,6	902	43,8	1.074
Celebrity	-1,2	33,1	2.940	34,4	2.742
Esperto/o	-2,4	24,8	2.993	27,2	2.986
Politica/o	-3,0	18,1	1.186	21,1	1.187
Protagonista fiction	-6,5	42,2	344	48,7	737

Per quanto riguarda la correlazione di donne e uomini con i macro-temi dell'agenda TV il 2019 segna un leggero incremento della percentuale di donne interpellata in materia di Criminalità e Violenza, mentre decresce l'inclusione femminile delle donne dall'agenda politica, un ambito che rimane saldamente un presidio maschile.

**Tabella 38. Percentuali femminili per tema: confronto 2019 - 2018**

ANNO	2019-2018		2019		2018
	% Var.	% Donne	N. Totale persone	% Donne	N. Totale persone
Criminalità e Violenza	2,7	40,5	1.386	37,5	1.119
Scienza e Salute	0,7	36,1	2.067	35,4	2.133
Economia	0,2	29,1	2.065	28,9	1.862
Personaggi famosi, Arti e Media	-0,1	31,7	3.761	32,3	3.601
Società e Giustizia	-1,0	37,4	1.771	38,4	1.860
Politica e Governo	-3,6	23,2	1.165	26,8	1.390
Altro	3,1	49,7	747	46,6	923

I risultati sull'inclusione/esclusione delle donne nei 10 argomenti più frequenti nei programmi

analizzati nel 2019<sup>59</sup> sono molto simili ai risultati ottenuti nel 2018<sup>60</sup>. Le donne continuano a essere raramente interpellate su argomenti “top ten” come lo sport (16,9%, 2019; 17,3%, 2018), l’economia (rurale, 17,7%, 2019; politica, 19,4%, 2018) e la politica nazionale (19,6%, 2019; 24,8%, 2018).

Viceversa, gli argomenti più inclusivi per le donne sono perlopiù questioni specificamente pertinenti l’universo femminile oppure marginali nell’agenda della TV: nel complesso coprono meno del 2% delle 12.962 frequenze registrate nel 2019<sup>61</sup> e il 5% delle 12.888 frequenze registrate nel 2018<sup>62</sup>.

## 4.1 La rappresentazione delle differenze di genere

### 4.1 Donne e uomini per età

La comparazione fra donne e uomini per generazione evidenzia come in entrambi gli anni le prime siano maggiormente concentrate fra i giovani adulti di età compresa fra i 35 e i 49 anni, mentre i secondi fra gli adulti di età compresa fra i 50 e i 64 anni.

**Tabella 39** Confronto donne e uomini per fascia di età e per anno<sup>63</sup>

ANNO	2019			2018		
	Età	% Donne	% Uomini	% Var. <sup>64</sup>	% Donne	% Uomini
12 anni o meno	1,9	0,6	1,3	2,1	1,5	0,6
13-18	5,1	2,8	2,3	4,7	2,3	2,4
19-34	16,6	10,8	5,8	20,5	12,6	7,9
35-49	41,4	32,9	8,5	<b>36,3</b>	30,5	5,8
50-64	27,0	40,9	-13,9	27,2	<b>39,0</b>	-11,8
65 anni o più	8,0	12,0	-4	9,2	14,1	-4,9
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>6.784</b>	<b>11.896</b>	<b>-5.112</b>	<b>7.460</b>	<b>12.745</b>	<b>-5.285</b>

### 4.2 Donne e uomini per professione/posizione sociale

Lo spaccato delle professioni e posizioni sociali rappresentato in TV da donne e uomini nel 2019 è molto simile a quello del 2018: prevalgono le persone dalla professione o posizione sociale “non esplicitata”, ovvero non presentata e non ricavabile dal contesto evidentemente perché inessenziale alla narrazione, categoria in cui si concentra però prevalentemente il genere femminile in entrambi gli anni (19,1% vs. 9,0% di uomini, 2019; 18,4% vs. 10,1% di uomini, 2018). Seguono poi le celebrità, su cui il divario di genere è contenuto, in particolare nel 2019.

<sup>59</sup> Si veda più sopra la Tabella 17.

<sup>60</sup> Si veda la Tabella ? nelle “Tabelle Aggiuntive”.

<sup>61</sup> Si veda più sopra la Tabella 18.

<sup>62</sup> Si veda la Tabella nell’allegato “Tabelle aggiuntive”.

<sup>63</sup> Da questa elaborazione sono escluse 8 persone per cui non è stato possibile determinare l’età: 4 donne e 4 uomini. Il totale su cui sono state calcolate le percentuali è quindi di 18.680 soggetti e non 18.688; dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>64</sup> % Var: % donne meno % uomini in tutte le tabelle dalla 39 alla 45.

Per il resto, i risultati del 2019 confermano asimmetrie di genere rilevate nel monitoraggio 2018: le donne più degli uomini hanno il volto della casalinga o genitrice (4,3%, 2019; 4,4%, 2018) – declinato al maschile in un numero limitato di casi (0,9%, 2019; 0,6%, 2018) – e delle studentesse (7,3%, 2019; 5,6%, 2018). Viceversa, il mondo dello sport, della politica, dei media, come quello dell’imprenditoria e delle forze dell’ordine, è significativamente più rappresentato dagli uomini che dalle donne nel 2019 come nel 2018.

**Tabella 40** Confronto donne e uomini per professione/posizione sociale e per anno<sup>65</sup>

ANNO	2019			2018		
	% Donne	% Uomini	% Var.	% Donne	% Uomini	% Var.
<b>Professione o posizione sociale</b>						
Non esplicitata	19,1	9,0	10,1	18,4	10,1	8,3
Celebrità, artista, attore/trice, scrittrice/ore, cantante	18,1	17,6	0,5	15,6	13,4	2,2
Artigiana/o, commerciante, operaia/o	8,8	8,4	0,4	8,3	7,9	0,4
Studente, allieva/o, scolara/o	7,3	3,5	3,8	5,6	3,3	2,3
Casalinga/o, genitore	4,3	0,9	3,4	4,4	0,6	3,8
Accademica/o, educatrice/ore, insegnante, ricercatrice/ore...	4,2	4,1	0,1	4,0	3,9	0,1
Sindacalista, attivista, lavoratrice/ore in associazioni, ONG...	4,1	4,1	0	2,3	2,6	-0,3
Professionista nell'ambito dei media, giornalista, regista...	3,8	6,3	-2,5	4,4	6,5	-2,1
Politica/o, ministra/o, governante...	3,7	9,3	-5,6	3,9	8,4	-4,5
Medica/o, dentista, specialista della salute	3,4	3,3	0,1	4,1	3,0	1,1
Impiegata/o d'ufficio o nei servizi	3,0	2,1	0,9	3,4	1,9	1,5
Imprenditrice/ore, manager, economista	2,8	6,1	-3,3	4,5	7,7	-3,2
Abitante di un paese	2,7	1,9	0,8	4,8	3,2	1,6
Sportiva/o, atleta, allenatrice/ore...	2,0	6,1	-4,1	1,4	5,8	-4,4
Avvocata/o, giudice, esperta/o legale...	1,8	2,5	-0,7	2,3	3,1	-0,8
Bambina/o, adolescente	1,8	0,7	1,1	3,5	1,8	1,7
Forza dell'ordine, militare, guardia...	1,6	3,5	-1,9	2,2	5,1	-2,9
Ingegnera/e, tecnica/o, informatica/o...	1,5	2,6	-1,1	1,4	2,8	-1,4
Pensionata/o	1,2	0,8	0,4	1,0	0,8	0,2
Prete, suora, rabbino, imam...	1,1	2,8	-1,7	0,4	1,8	-1,4
Agricoltrice/ore, forestale, pescatrice/ore...	0,9	2,1	-1,2	0,7	2,1	-1,4
Infermiera/e, assistente sociale, psicologa/o...	0,9	0,3	0,6	0,9	0,2	0,7
Pubblico impiego: funzionaria/o, diplomatica/o	0,7	0,9	-0,2	0,6	0,9	-0,3
Disoccupata/o	0,7	0,6	0,1	0,5	0,5	0
Re, regina, monarca	0,2	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2
Criminale, indagata/o, sospettata/o di reato	0,1	0,6	-0,5	0,7	2,3	-1,6
Lavoratrice/ore del sesso, prostituta	0,1	0,0	0,1	0,2	0,0	0,2
<i>Altro</i>	<i>0,00</i>	<i>0,03</i>	<i>-0,03</i>	<i>0,2</i>	<i>0,3</i>	<i>-0,1</i>
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>5.639</b>	<b>10.644</b>	<b>-5.005</b>	<b>6.362</b>	<b>11.435</b>	<b>-5.073</b>

### 4.3 Donne e uomini per classe socio-economica

Sia nel 2019 che nel 2018 le donne rappresentano meno degli uomini la classe socio-economica più visibile in TV, ovvero la borghesia, che registra un divario di genere simile nei due anni e

<sup>65</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

rispettivamente pari a -9,8% e -9,4%. Nel 2019 aumentano, in proporzione, le donne che rappresentano la classe media impiegatizia, e diminuiscono quelle che rappresentano la piccola borghesia urbana. Per il resto si registrano oscillazioni contenute entro 1 punto percentuale.

**Tabella 41** Confronto donne e uomini per classe socio-economica e per anno<sup>66</sup>

ANNO	2019			2018		
	% Donne	% Uomini	% Var.	% Donne	% Uomini	% Var.
<b>Classe socio-economica</b>						
Borghesia	60,6	70,4	8,3	53,6	63,0	-9,4
Classe media impiegatizia	19,7	14,7	2,2	15,5	14,3	1,2
Piccola borghesia urbana	9,5	7,7	0,4	19,2	11,5	7,7
Classe operaia urbana	6,0	3,4	2,3	7,7	5,6	2,1
Marginalità socio-economica	2,8	1,3	3,8	2,0	1,5	0,5
Piccola borghesia agricola	1,3	2,0	0,1	1,6	3,2	-1,6
Classe operaia agricola	0,2	0,5	-0,3	0,4	0,9	-0,5
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>3.053</b>	<b>7.429</b>	<b>-4.376</b>	<b>3.717</b>	<b>8.011</b>	<b>-4.294</b>

#### 4.4 Donne e uomini per etnia

L'identità etnica prevalente delle donne e degli uomini che popolano lo schermo TV è quella occidentale, senza differenze rilevanti fra i generi e negli anni. Quanto alle altre etnie le variazioni fra donne e uomini e fra 2018 e 2019 sono contenute entro pochi punti decimali.

**Tabella 42** Confronto donne e uomini per etnia e per anno

ANNO	2019			2018		
	% Donne	% Uomini	% Var.	% Donne	% Uomini	% Var.
<b>Etnia</b>						
Occidentale	95,5	95,8	-0,3	94,0	95,3	-1,3
Est Europa	0,9	0,8	0,1	0,9	0,7	0,2
America latina	0,8	0,6	0,2	1,0	0,9	0,1
Mista (es. afro-americana, etc.)	0,8	0,6	0,2	0,7	0,4	0,3
Africa subsahariana	0,5	0,6	-0,1	1,1	1,0	0,1
Nord Africa	0,4	0,4	0	0,3	0,4	-0,1
Asia orientale e sud-est asiatico	0,4	0,4	0	0,7	0,4	0,3
Medioriente	0,3	0,4	-0,1	1,2	0,5	0,7
Asia meridionale	0,2	0,3	-0,1	0,2	0,4	-0,2
<i>Altra (es. rom, sinti, altre minoranze)</i>	<i>0,2</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>	<i>0,0</i>	<i>0,1</i>	<i>-0,1</i>
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>5.622</b>	<b>10.630</b>	<b>-5.008</b>	<b>6.312</b>	<b>11.391</b>	<b>-5-079</b>

#### 4.5 Donne e uomini per religione

La comparazione fra identità religiosa femminile e maschile e anno monitorato rileva alcune differenze interessanti: il cattolicesimo è la religione più visibile in TV, ma è prevalentemente più personificata dagli uomini che dalle donne, le quali, in proporzione, rappresentano più degli uomini il volto delle diverse religioni, specialmente nel 2018. Anno, quest'ultimo, che registra

<sup>66</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

un'elevata quota di donne musulmane (18,9) scesa al 5,8% nel 2019.

**Tabella 43** Confronto donne e uomini per religione e per anno

ANNO	2019			2018		
	% Donne	% Uomini	% Var.	% Donne	% Uomini	% Var.
<b>Religione</b>						
Cristiana cattolica	70,5	83,9	-13,4	66,4	84,4	-18
Ebraica	14,7	10,1	4,6	6,3	4,4	1,9
Cristiana protestante	7,9	3,8	4,1	6,3	3,5	2,8
Musulmana	5,8	0,8	5	18,9	3,0	15,9
Buddista	1,1	0,5	0,6	0,7	0,5	0,2
Cristiana ortodossa	0,0	0,8	-0,8	1,0	0,5	0,5
Ateismo o agnosticismo	0,0	0,3	-0,3	0,0	1,9	-1,9
<i>Altra</i>					1,9	-1,9
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>190</b>	<b>398</b>	<b>-208</b>	<b>301</b>	<b>430</b>	<b>-129</b>

#### 4.6 Donne e uomini per disabilità

I dati sulla disabilità nel 2018 registrano un divario di genere fra le donne, più visibili come portatrici di disabilità momentanea, dovuta a incidenti non invalidanti e malattie curabili, e gli uomini, più visibili come portatori di disabilità cronica. Divario fortemente ridotto nel 2019 (dal 32% al 9%).

**Tabella 44** Confronto donne e uomini per disabilità e per anno

ANNO	2019			2018		
	% Donne	% Uomini	% Var.	% Donne	% Uomini	% Var.
<b>Tipo di disabilità</b>						
Disabilità cronica	82,4	91,4	-9	41,1	73,1	-32
Disabilità momentanea	12,0	5,8	6,2	57,0	26,0	31
Disabilità legata alla vecchiaia	5,6	2,9	2,7	1,9	1,0	0,9
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>125</b>	<b>139</b>	<b>-14</b>	<b>107</b>	<b>104</b>	<b>3</b>

#### 4.7 Donne e uomini per orientamento sessuale

La comparazione fra donne e uomini per orientamento sessuale e anno del monitoraggio evidenzia un cambio di scenario nel passaggio dal 2018 al 2019: se nel 2018 sono le donne a rappresentare, più degli uomini, identità omosessuali o bisessuali, nel 2019 gli uomini omosessuali aumentano la loro visibilità (dal 2,8% al 7,3%) mentre le donne omosessuali "scompaiono" riducendosi allo 0,3%.

**Tabella 45** Confronto donne e uomini per orientamento sessuale e per anno

ANNO	2019			2018		
	% Donne	% Uomini	% Var.	% Donne	% Uomini	% Var.
<b>Orientamento sessuale</b>						
Eterosessuale	99,7	92,7	7	96,0	97,2	-1,2
Omo o bisessuale	0,3	7,3	-7	4,0	2,8	1,2
<b>% Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>
<b>N. Totale</b>	<b>908</b>	<b>941</b>	<b>-33</b>	<b>1.556</b>	<b>1.620</b>	<b>-64</b>

## 6. Conclusioni

Il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione Rai 2019 evidenzia come le tre reti generaliste sottoposte ad analisi nel corso dell'anno si caratterizzino per un pressoché totale rispetto della dignità femminile e dell'identità di genere e un'elevata attenzione alle questioni di parità, ancorché in diminuzione rispetto al 2018.

La violenza contro le donne continua ad avere un'ampia copertura, registrando nel corso del 2019 un positivo spostamento di prospettiva: dalla narrazione prevalentemente evenemenziale alla trattazione tematica. Si tratta di un cambio di passo importante nella direzione di un inquadramento della violenza contro le donne come fenomeno socio-culturale. Inquadramento che non sempre è garantito dal racconto dei singoli casi di cronaca (di femminicidi, stupri, molestie o altro), che a volte cedono a elementi di spettacolarizzazione e nel complesso registrano un indice di correttezza pari +0,06, in un intervallo di valori compreso fra -1 e +1, un risultato positivo ma poco più che sufficiente e identico a quello registrato nel 2018.

Sotto il profilo del rispetto della dignità e dell'identità femminile e dell'attenzione alle questioni di genere, in particolare alla violenza contro le donne, si possono comunque considerare sostanzialmente ottemperati i principi che impegnano la Rai in questa direzione e sottoscritti con il Contratto di servizio 2018-2022.

Una certa ambivalenza riguarda invece la ricorrenza di stereotipi puntuali: le forme più gravi e palesi, che si configurano come chiaramente discriminatorie, sono piuttosto contenute e in diminuzione rispetto al 2018 (2,2%, 2019; 4,4%, 2018); un po' più diffuse sono invece le forme sottili, spesso divulgate inconsapevolmente, anch'esse in diminuzione rispetto al 2018 (3,8%, 2019; 7,8%, 2018). Diminuiscono però anche le trasmissioni che sfidano gli stereotipi di genere promuovendo identità, modelli di ruolo e relazioni di genere innovative (dal 7,5% del 2018 al 4,1% del 2019), la cui testimonianza ha un ruolo sociale importante. Gli stereotipi, infatti, sono prodotti culturali estremamente pervasivi e informano facilmente i contenuti televisivi, essendo ampiamente diffusi nella cultura del nostro paese<sup>67</sup>. Tuttavia, possono essere evitati – perlomeno a livello autoriale e redazionale – avendo cura di fornire contenuti e notizie basate su una conoscenza approfondita e complessa (non pregiudizievole) della realtà, e di più, possono essere messi in discussione attraverso immagini di donne e di uomini innovative, rappresentazioni di modelli di ruolo e relazioni di genere in grado di cogliere i cambiamenti sociali in atto, a favore del progresso delle pari opportunità.

Più critiche appaiono la complessiva sotto-rappresentazione femminile e le asimmetrie di genere messe in evidenza dal monitoraggio 2019 senza variazioni rilevanti rispetto al 2018: in particolare la marginalizzazione delle donne da alcuni generi TV, come le Rubriche sportive, in alcuni ruoli narrativi, come quello del politico e dell'esperto, e da alcune aree tematiche, come la politica e l'economia. Occorre tuttavia riconoscere che la sotto-rappresentazione delle donne nei media, segnalata da diverse ricerche empiriche anche in ambito internazionale, se è vero che da un lato costituisce un problema perché contribuisce a coltivare un immaginario collettivo non

---

<sup>67</sup> Cfr. ISTAT, Stereotipi, rinunce e discriminazioni di genere, 9 dicembre 2013, <https://www.istat.it/it/files/2017/11/gli-sterotipi-e-la-discriminazione.pdf>.

paritario e non pienamente inclusivo, dall'altro rispecchia una società non ancora in grado di includere a pieno titolo le donne, specialmente nella vita pubblica, la quale è, per ovvi motivi, la più visibile nei media. Non a caso gli spazi televisivi che maggiormente escludono le donne sono quelli più direttamente collegati al potere politico e alla partecipazione e opportunità economiche delle donne, i due ambiti in cui l'Italia registra il maggiore divario di genere, secondo i risultati dell'ultimo *Global Gender Gap Report* del World Economic Forum<sup>68</sup>. Anche in tal caso è tuttavia possibile compiere uno sforzo autoriale e redazionale, specialmente per i programmi più interessati da sotto-rappresentazione e marginalizzazione delle donne, ovvero le Rubriche sportive, i TG, i programmi di Approfondimento informativo e quelli di Cultura, Scienza, Ambiente, a una più accurata selezione delle fonti che sia pluralista e attenta al bilanciamento fra i generi.

---

<sup>68</sup> <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>

## Allegato: tabelle integrative

**Tabella 46** Rai 1: trasmissioni per genere TV

<b>Genere TV</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Fiction	107	27,3
Intrattenimento	104	26,5
Cultura, Scienza, Ambiente	49	12,5
Approfondimento informativo	40	10,2
Servizio	35	8,9
Attualità	34	8,7
TG	23	5,9
<b>Totale</b>	<b>392</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 47** Rai 2: trasmissioni per genere TV

<b>Genere TV</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Approfondimento informativo	94	29,2
Intrattenimento	58	18,0
Rubriche sportive	56	17,4
Fiction	31	9,6
TG	23	7,1
Attualità	17	5,3
Factual	17	5,3
Cultura, Scienza, Ambiente	16	5,0
Servizio	10	3,1
<b>Totale</b>	<b>322</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 48** Rai 3: trasmissioni per genere TV

<b>Genere TV</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
TG	103	26,7
Cultura, Scienza, Ambiente	98	25,4
Approfondimento informativo	86	22,3
Servizio	26	6,7
Factual	25	6,5
Fiction	19	4,9
Attualità	19	4,9
Intrattenimento	10	2,6
<b>Totale</b>	<b>386</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 49** Rai 1: trasmissioni per fascia oraria

<b>Fascia oraria</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Mattina	59	15,1
Pranzo	43	11,0
Pomeriggio	68	17,3
Preserale	34	8,7
Prima serata	104	26,5
Seconda serata	84	21,4
<b>Totale</b>	<b>392</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 50** Rai 2: trasmissioni per fascia oraria <sup>69</sup>

<b>Fascia oraria</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Mattina	90	28,0
Pranzo	54	16,8
Pomeriggio	28	8,7
Preserale	18	5,6
Prima serata	49	15,2
Seconda serata	83	25,8
<b>Totale</b>	<b>322</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 51** Rai 3: trasmissioni per fascia oraria

<b>Fascia oraria</b>	<b>N. trasmissioni</b>	<b>% Totale</b>
Mattina	51	13,2
Pranzo	96	24,9
Pomeriggio	40	10,4
Preserale	68	17,6
Prima serata	75	19,4
Seconda serata	56	14,5
<b>Totale</b>	<b>386</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 52** Rai 1: distribuzione delle persone per genere TV<sup>70</sup>

<b>Genere TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Intrattenimento	1.967	27,3
Fiction	1.645	22,8
Servizio	858	11,9
Cultura, Scienza, Ambiente	806	11,2
Attualità	696	9,6
Approfondimento informativo	652	9,0
TG	589	8,2
<b>Totale complessivo</b>	<b>7.213</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 53** Rai 2: distribuzione delle persone per genere TV <sup>71</sup>

<b>Genere TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Intrattenimento	1.191	22,1
Approfondimento informativo	1.124	20,9
Rubriche sportive	919	17,1
TG	494	9,2
Fiction	493	9,1
Attualità	460	8,5
Cultura, Scienza, Ambiente	318	5,9
Factual	230	4,3
Servizio	159	3,0
<b>Totale</b>	<b>5.389</b>	<b>100,0</b>

<sup>69</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.<sup>70</sup> I dati in questa tabella, così come nelle successive, si riferiscono al campione di donne più uomini, trascurando i 13 casi di persone transgender rilevati ma non inclusi in tutte le successive elaborazioni e analisi dei dati.<sup>71</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

**Tabella 54** Rai 3: distribuzione delle persone per genere TV

<b>Genere TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Approfondimento informativo	1.829	30,0
TG	1.727	28,4
Cultura, Scienza, Ambiente	1.065	17,5
Servizio	705	11,6
Fiction	294	4,8
Attualità	225	3,7
Intrattenimento	128	2,1
Factual	114	1,9
<b>Totale</b>	<b>6.087</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 55** Approfondimento informativo: distribuzione delle persone per ruolo TV

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Persona comune	1.253	34,8
Esperto	788	21,9
Portavoce	578	16,0
Politico	375	10,4
Giornalista	223	6,2
Presentatore/Conduttore principale	182	5,0
Celebrity	160	4,4
Assistente/Co-conduttore	46	1,3
<b>Totale</b>	<b>3.605</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 56** Attualità: distribuzione delle persone per ruolo TV<sup>72</sup>

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Persona comune	462	33,5
Celebrity	339	24,5
Esperto	202	14,6
Politico	130	9,4
Presentatore/Conduttore principale	82	5,9
Giornalista	80	5,8
Portavoce	69	5,0
Assistente/Co-conduttore	17	1,1
<b>Totale</b>	<b>1.381</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 57** Cultura, scienza, ambiente: distribuzione delle persone per ruolo TV

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Persona comune	787	36,0
Esperto	716	32,7
Presentatore/Conduttore principale	208	9,5
Celebrity	167	7,6
Portavoce	118	5,4
Assistente/Co-conduttore	113	5,2
Giornalista	56	2,6
Politico	15	0,7
Comparsa fiction	7	0,3
Protagonista fiction	1	0,0
Co-protagonista fiction	1	0,0
<b>Totale</b>	<b>2.189</b>	<b>100,0</b>

<sup>72</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

**Tabella 58** Factual: distribuzione delle persone per ruolo TV

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Persona comune	192	55,8
Celebrity	47	13,7
Esperto	42	12,2
Presentatore/Conduttore principale	33	9,6
Assistente/Co-conduttore	18	5,2
Portavoce	7	2,0
Giornalista	3	0,9
Politico	2	0,6
<b>Totale</b>	<b>344</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 59** Fiction: distribuzione delle persone per ruolo TV

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Comparsa fiction	1.132	46,5
Co-protagonista fiction	957	39,4
Protagonista fiction	343	14,1
<b>Totale</b>	<b>2.432</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 60** Intrattenimento: distribuzione delle persone per ruolo TV

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Celebrity	1.671	50,9
Persona comune	911	27,7
Esperto	270	8,2
Presentatore/Conduttore principale	225	6,8
Assistente/Co-conduttore	163	5,0
Politico	28	0,9
Portavoce	18	0,5
<b>Totale</b>	<b>3.286</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 61** Rubriche sportive: distribuzione delle persone per ruolo TV

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Celebrity	238	25,9
Esperto	191	20,8
Portavoce	181	19,7
Giornalista	148	16,1
Presentatore/Conduttore principale	66	7,2
Persona comune	66	7,2
Assistente/Co-conduttore	28	3,0
Politico	1	0,1
<b>Totale</b>	<b>919</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 62** Servizio: distribuzione delle persone per ruolo TV<sup>73</sup>

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Persona comune	598	34,7
Esperto	421	24,4
Celebrity	201	11,7
Giornalista	161	9,3
Portavoce	155	9,0
Presentatore/Conduttore principale	87	5,0
Assistente/Co-conduttore	75	4,4
Politico	24	1,4
<b>Totale</b>	<b>1.722</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 63** TG: distribuzione delle persone per ruolo TV<sup>74</sup>

<b>Ruolo TV</b>	<b>N. persone</b>	<b>% Totale</b>
Persona comune	805	28,6
Politico	611	21,7
Portavoce	523	18,6
Esperto	363	12,9
Giornalista	231	8,2
Presentatore/Conduttore principale	155	5,5
Celebrity	117	4,2
Assistente/Co-conduttore	5	0,2
<b>Totale</b>	<b>2.810</b>	<b>100,0</b>

---

<sup>73</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.

<sup>74</sup> *Idem.*

**Tabella 64** Distribuzione donne e uomini per tema e argomento<sup>75</sup>

Tema e Argomento	% Donne	% Uomini	N. Totale	% Totale
<b>Personaggi famosi, Arti e Media</b>	<b>31,7</b>	<b>68,3</b>	<b>3.761</b>	<b>29,0</b>
Arte, intrattenimento, tempo libero, cinema, teatro, libri, danza ...	37,6	62,4	2.256	17,4
Concorsi di bellezza, modelli, moda, prodotti di bellezza, chirurgia estetica ...	52,9	47,1	87	0,7
Media, inclusi i nuovi media (computer, Internet) ...	32,6	67,4	261	2,0
Notizie sulle celebrità, nascite, matrimoni	46,6	53,4	58	0,4
Sport, eventi sportivi, attrezzature, formazione, politiche, finanziamenti ...	16,9	83,1	1.099	8,5
<b>Scienza e Salute</b>	<b>36,1</b>	<b>63,9</b>	<b>2.067</b>	<b>15,9</b>
Ambiente, natura, inquinamento, turismo...	31,6	68,4	893	6,9
Cambiamenti climatici, riscaldamento globale	44,1	55,9	59	0,5
Controllo delle nascite, fertilità, sterilizzazione, amniocentesi, aborto...	55,6	44,4	18	0,1
Ebola, trattamento, risposta	75,0	25,0	4	0,0
HIV/ AIDS, frequenza, politica, trattamento, soggetti interessati...	41,2	58,8	17	0,1
Medicina, igiene, salute, sicurezza, disabilità, finanziamento della ricerca	41,2	58,8	801	6,2
Scienza, tecnologia, ricerca, finanziamento, scoperte, sviluppi ...	32,0	68,0	259	2,0
<i>Altri temi/eventi di scienza e salute</i>	<i>37,5</i>	<i>62,5</i>	<i>16</i>	<i>0,1</i>
<b>Economia</b>	<b>29,1</b>	<b>70,9</b>	<b>2.065</b>	<b>15,9</b>
Crisi economica, salvataggi di aziende da parte dello Stato	18,8	81,2	85	0,7
Economia rurale, agricoltura, pratiche e politiche agricole, diritti sulla terra ...	17,7	82,3	344	2,7
Lavoro nero, informale	0,0	100,0	4	0,0
Occupazione, disoccupazione	33,6	66,4	360	2,8
Partecipazione delle donne nel processo economico	81,5	18,5	27	0,2
Politiche economiche, strategie, modelli, indicatori, mercati azionari...	23,5	76,5	298	2,3
Povertà, alloggi, assistenza sociale, aiuto ai bisognosi...	42,4	57,6	255	2,0
Problemi dei consumatori, tutela dei consumatori, regolamentazione, prezzi,	37,8	62,2	230	1,8
Trasporti, traffico, strade ...	20,5	79,5	215	1,7
<i>Altre questioni di lavoro (scioperi, sindacati, ...)</i>	<i>10,3</i>	<i>89,7</i>	<i>68</i>	<i>0,5</i>
<i>Altri temi/eventi di economia e lavoro</i>	<i>36,3</i>	<i>63,7</i>	<i>179</i>	<i>1,4</i>
<b>Società e Giustizia</b>	<b>37,4</b>	<b>62,6</b>	<b>1.771</b>	<b>13,7</b>
Cambiamento delle relazioni di genere, ruoli e relazioni di genere ...	54,3	45,7	46	0,4
Diritti umani, diritti delle donne, diritti dei bambini, diritti degli omosessuali...	55,9	44,1	93	0,7
Disastri, incidenti, carestie inondazioni	27,6	72,4	330	2,5
Educazione, cura dei bambini, nursery, università, alfabetizzazione	46,6	53,4	294	2,3
Leggi e diritti di famiglia, di proprietà, leggi e diritti di successione ...	80,0	20,0	5	0,0
Migrazioni, rifugiati, richiedenti asilo, conflitti etnici, integrazione, razzismo,	34,6	65,4	292	2,3
Movimento delle donne, eventi, manifestazioni, <i>advocacy</i> per l'uguaglianza di	86,4	13,6	22	0,2
Rapporti familiari, conflitto tra le generazioni, genitori single...	60,6	39,4	66	0,5
Religione, cultura, tradizione, polemiche, , pratiche ...	31,2	68,8	369	2,8
SDGs Obiettivi di sviluppo sostenibile (Agenda ONU 2030)	100,0	0,0	4	0,0
Sistema giuridico, legislazione	21,3	78,8	80	0,6
Sommosse, manifestazioni, disordine pubblico	46,7	53,3	30	0,2
<i>Altre questioni di sviluppo, sostenibilità</i>	<i>27,9</i>	<i>72,1</i>	<i>68</i>	<i>0,5</i>
<i>Altri temi/eventi di società e giustizia</i>	<i>33,3</i>	<i>66,7</i>	<i>72</i>	<i>0,6</i>
<b>Criminalità e Violenza</b>	<b>40,5</b>	<b>59,5</b>	<b>1.386</b>	<b>10,7</b>
Crimini non violenti, questioni di tangenti, furti, traffico di droga, corruzione	33,3	66,7	240	1,9
Crimini violenti, omicidio, rapimenti, sequestri di persona, aggressioni	38,0	62,0	408	3,1
Guerra, guerra civile, terrorismo, violenza di stato...	31,0	69,0	210	1,6
Violenza contro i bambini, violenze sessuali contro i bambini, traffico minori	41,6	58,4	77	0,6
Violenza contro le donne perpetuate dallo Stato	100,0	0,0	1	0,0
Violenza contro le donne, femminicidio, molestie sessuali, violenza domestica,	55,2	44,8	290	2,2
<i>Altri temi/eventi di criminalità e violenza</i>	<i>43,1</i>	<i>56,9</i>	<i>160</i>	<i>1,2</i>
<b>Politica e Governo</b>	<b>23,2</b>	<b>76,8</b>	<b>1.165</b>	<b>9,0</b>
Difesa nazionale, formazione militare, parate militari, sicurezza nazionale ...	18,5	81,5	81	0,6
Donne politiche, donne candidate alle elezioni	41,7	58,3	24	0,2
Global partnership	0,0	100,0	2	0,0
Negoziati di pace, trattati	100,0	0,0	1	0,0
Politica estera, relazioni internazionali	28,9	71,1	346	2,7
Politica nazionale, attività di governo...	19,6	80,4	682	5,3
<i>Altri temi/eventi di politica e governo</i>	<i>34,5</i>	<i>65,5</i>	<i>29</i>	<i>0,2</i>
<i>Altro o più argomenti diversi</i>	<i>49,7</i>	<i>50,3</i>	<i>747</i>	<i>5,8</i>
<b>Totale</b>	<b>34,0</b>	<b>66,0</b>	<b>12.962</b>	<b>100,0</b>

<sup>75</sup> La base dati di questa tabella è inferiore alla base dati del campione complessivo (12.888 vs. 20.378) perché l'argomento non è stato rilevato nei programmi di Fiction e Intrattenimento, inoltre in 24 casi non è stato possibile rilevare l'argomento per informazioni insufficienti.

**Tabella 65** Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più frequenti nel 2018

<b>Top 10 argomenti più frequenti nelle trasmissioni</b>	<b>% Donna</b>	<b>% Uomo</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
Arte, intrattenimento, tempo libero, cinema, teatro, libri, danza ...	37,0	63,0	1.704	13,2
Ambiente, natura, inquinamento, turismo...	32,8	67,2	1.214	9,4
Sport, eventi sportivi, attrezzature, formazione, politiche, finanziamenti ...	17,3	82,7	1.018	7,9
Politica nazionale, attività di governo...	24,8	75,2	965	7,5
Medicina, igiene, salute, sicurezza, disabilità, finanziamento della ricerca medica	45,1	54,9	530	4,1
Disastri, incidenti, carestie, inondazioni	28,8	71,2	520	4,0
Migrazioni, rifugiati, richiedenti asilo, conflitti etnici, integrazione, razzismo, xenofobia ...	31,6	68,4	421	3,3
Occupazione, disoccupazione	33,3	66,7	409	3,2
Crimini violenti, omicidi, rapimenti, sequestri di persona, aggressioni	37,8	62,3	400	3,1
Politiche economiche, strategie, modelli, indicatori, mercati azionari...	19,4	80,6	356	2,8
<i>Altri argomenti</i>	<i>38,8</i>	<i>61,2</i>	<i>5.351</i>	<i>41,5</i>
<b>Totale</b>	<b>34,1</b>	<b>65,9</b>	<b>12.888</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 66** Distribuzione donne e uomini per i 10 argomenti più inclusivi per le donne nel 2018

<b>Top 10 argomenti più inclusivi per le donne</b>	<b>% Donna</b>	<b>% Uomo</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
Donne politiche, donne candidate alle elezioni	84,6	15,4	13	0,
Movimento delle donne, eventi, manifestazioni, advocacy per l'uguaglianza di genere ...	77,3	22,7	22	0,2
Sommosse, manifestazioni, disordine pubblico	75,0	25,0	4	0,0
Diritti umani, diritti delle donne, diritti dei bambini, diritti degli omosessuali...	73,3	26,7	90	0,7
Cambiamento delle relazioni di genere, ruoli e relazioni di genere	72,9	27,1	70	0,5
Controllo delle nascite, fertilità, sterilizzazione, amniocentesi, aborto...	66,7	33,3	18	0,1
Partecipazione delle donne nel processo economico	66,7	33,3	12	0,1
Concorsi di bellezza, modelli, moda, prodotti di bellezza, chirurgia estetica ...	62,9	37,1	70	0,5
Rapporti familiari, conflitto tra le generazioni, genitori single...	62,0	38,0	92	0,7
Violenza contro le donne, femminicidio, molestie sessuali, violenza domestica, stupro	56,8	43,2	257	2,0
<i>Altri argomenti</i>	<i>32,5</i>	<i>67,5</i>	<i>12.240</i>	<i>95,0</i>
<b>Totale</b>	<b>34,1</b>	<b>65,9</b>	<b>12.888</b>	<b>100,0</b>

**Tabella 67** Confronto donne e uomini per fascia di età (solo conduttori e conduttrici, giornaliste e giornalisti, assistenti ai programmi)<sup>76</sup>

<b>Età</b>	<b>% Donne</b>	<b>% Uomini</b>	<b>N. Totale</b>	<b>% Totale</b>
19-34	7,6	1,0	100	4,2
35-49	62,9	40,2	1.228	51,1
50-64	27,6	49,8	943	39,2
65 anni o più	1,9	8,9	134	5,6
<b>Totale</b>	<b>1.149</b>	<b>1.256</b>	<b>2.405</b>	<b>100,0%</b>

<sup>76</sup> Dati soggetti ad arrotondamento.