

Comunicazione del CP al CCR dell'11 dicembre 2018

Il Consiglio del pubblico della CORSI ha preso atto dei risultati del monitoraggio SUPSI sulla rappresentanza di genere nei programmi RSI, presentatoci lo scorso 16 novembre dalla dr.ssa Amalia Mirante.

Dopo ripetute segnalazioni alla RSI, la CORSI aveva accolto positivamente la decisione della RSI di commissionare un audit esterno, che era anche negli auspici della CORSI. Vi era quindi grande attesa e interesse per i risultati di questa ricerca, come hanno dimostrato le numerose domande formulate dal CP e dal gruppo di lavoro del CR in occasione della presentazione.

Lo studio indica che poco più di un terzo (36.5%) delle conduzioni radiotelesive analizzate sono in mano a donne e che circa un terzo (33.5%) degli ospiti che intervengono nei programmi radiotelesivi della RSI sono donne. Considerato che siamo nel 2018, che la RSI è un'azienda di servizio pubblico, che la cultura delle pari opportunità e un'equa rappresentanza e rappresentazione di genere sono principi ancorati nella Costituzione e nel mandato di servizio pubblico nonché una dichiarata priorità strategica della SSR SRG, il CP ritiene che il valore generale di 1/3 sia piuttosto lontano dall'obiettivo. Alla presa di coscienza e alle buone intenzioni deve far seguito un cambio di passo nella cultura e nella prassi aziendale con un serio investimento nelle donne, nella loro formazione, nelle loro competenze, nella loro passione per il lavoro e nella conciliabilità fra professione e famiglia. Pertanto il Consiglio del pubblico si augura che il tema di genere diventi una priorità aziendale e un obiettivo strategico misurabile e da verificare regolarmente.

Pur essendo consapevoli che un monitoraggio d'impostazione quantitativa possa costituire un primo passo per radiografare statisticamente lo stato delle cose e acquisire consapevolezza dei punti di forza e delle debolezze, durante la presentazione sono state espresse considerazioni e perplessità su questa impostazione e sul fatto che lo studio non proponga un'elaborazione dei dati sotto forma di spunti di riflessione e osservazioni articolate che possano fungere da stimolo per l'azienda. In questo senso il Consiglio del pubblico ritiene che lo studio dovrebbe essere completato da analisi qualitative che ragionino sul tipo e sulla qualità dei ruoli assegnati alle donne in azienda e nei programmi. Nella sua veste di ente radiotelesivo di servizio pubblico con un mandato educativo oltre che informativo, la RSI deve contribuire con l'esempio e con il messaggio a promuovere la cultura delle pari opportunità e il superamento degli stereotipi di genere.

Da parte sua il Consiglio del pubblico sta svolgendo un monitoraggio dell'offerta per capire quale genere di messaggi veicolano i programmi RSI per rapporto alle questioni di genere prendendo in considerazione per esempio l'uso del linguaggio e delle immagini, l'assegnazione di ruoli a livello di conduzione, animazione e redazione di servizi, la scelta di ospiti, esperti e intervistati o gli abbinamenti fra tematiche e genere.

Abbiamo riassunto alcune nostre osservazioni sullo studio che speriamo possano essere utili per un eventuale allargamento dell'impostazione della seconda parte della ricerca SUPSI:

- sarebbe opportuno completare il monitoraggio quantitativo con analisi qualitative sul tipo e sulla qualità (stereotipi di genere) dei ruoli assegnati alle donne (per es. 10 lettrici meteo ≠ 10 conduttrici del TG);
- la questione di genere deve diventare un obiettivo aziendale strategico, misurabile e da verificare regolarmente (non solo iniziativa del momento seguita da qualche accorgimento cosmetico);
- ci vuole un reale investimento nelle donne (formazione, conciliabilità, piani di carriera ecc.);

- nella metodologia del monitoraggio manca il criterio della ponderazione delle trasmissioni (riteniamo che una trasmissione come il TG non possa avere lo stesso peso di un quiz);
- esprimiamo riserve sul fatto che i dati siano stati raccolti facendo compilare le schede dalle redazioni (il “controllore” non può essere anche il “controllato”);
- c’è stata un’istruzione delle redazioni? Ci sembra opportuno spiegare la codifica dei temi a chi compila le schede, soprattutto per quanto riguarda le categorie contenitori come “società” o “altri temi”, forse queste categorie andrebbero ulteriormente suddivise per verificare stereotipi di genere e qualità dei ruoli. L’attribuzione alla categoria tematica operata direttamente dalle redazioni potrebbe implicare un certo grado di arbitrarietà (soprattutto senza una precedente istruzione).
- considerato che l’informazione deve coprire il 50% dell’offerta e che è uno degli elementi portanti del core business, prendere in considerazione solo il TG delle 20 ci sembra piuttosto riduttivo come pure il fatto che non si siano presi in considerazione i servizi proposti nei TG (il TG è uno dei programmi di maggiore ascolto);
- sarebbe auspicabile che il prossimo monitoraggio formuli anche spunti, osservazioni e raccomandazioni utili all’azienda per garantire il riequilibrio di genere.

Ringraziandovi e augurandovi buone feste, salutiamo cordialmente.

Per il Consiglio del pubblico CORSI

Raffaella Adobati Bondolfi
Presidente

Nicola Pini
Vicepresidente

Allegati:

due esempi di monitoraggio sulla rappresentazione delle donne nella programmazione della RAI