

Per comprendere il ruolo dei media
nella definizione delle identità
di genere lo studio delle
rappresentazioni
resta importante,
ma il baricentro
della ricerca
va spostato
verso altri
aspetti rilevanti
e poco esplorati,
quali le strategie
comunicative
e interpretative
dei soggetti
che producono
e consumano immagini
di genere nei testi mediali.

a cura di
**Milly
Buonanno**
**Franca
Faccioli**

Genere e media: non solo immagini

Soggetti, politiche, rappresentazioni

FrancoAngeli

MediaCultura

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Collana MediaCultura

Responsabili di collana

Roberta Bartoletti, Giovanni Boccia Artieri, Fausto Colombo, Franca Faccioli, Lella Mazzoli

La collana si propone come strumento per comprendere la relazione complessa tra media e cultura. I media rappresentano un ambiente di costruzione e circolazione della cultura, e sono a loro volta modellati dalla cultura, attraverso le pratiche d'uso messe in atto dalle persone, le forme emergenti della socialità, gli immaginari costruiti socialmente e le stesse forme della conoscenza incarnata.

Si tratta di un approccio culturale ai media e alla comunicazione particolarmente sensibile all'innovazione che avviene nelle zone di confine, che contestualmente riconosce nei media un ambiente privilegiato della costruzione della cultura e della società nella tarda modernità.

Luoghi privilegiati per osservare questa relazione sono le forme dell'immaginario contemporaneo nelle sue diverse espressioni – audiovisivi, arte, teatro e performance dal vivo, narrazione, fumetto, pubblicità, comunicazione istituzionale e sociale –; la costruzione delle identità, della socialità e della socievolezza negli ambienti quotidiani e digitali; le pratiche d'uso e i rituali di consumo dove i prodotti dell'industria culturale vengono incorporati nel quotidiano; l'accoppiamento tra media e memoria nei suoi effetti sia sul piano del ricordo e dell'oblio soggettivo, sia sul piano della cultura e della società.

La collana ospita sia riflessioni scientifiche, teoriche e di ricerca, finalizzate al confronto e all'avanzamento dei saperi disciplinari, sia una saggistica rivolta a un pubblico non esclusivamente accademico, focalizzata su temi di attualità trattati e approfonditi con gli strumenti della ricerca scientifica.

I volumi pubblicati sono selezionati dalla direzione di collana e successivamente sottoposti a una procedura di valutazione e accettazione di "double-blind-peer-review" (doppio referaggio anonimo).

Comitato Scientifico

Romana Andò, Università Sapienza di Roma; Piermarco Aroldi, Università Cattolica di Milano; Sergio Brancato, Università di Salerno; Gea Ducci, Università di Urbino Carlo Bo; Jean-Louis Fabiani, Central European University; Gino Frezza, Università di Salerno; Laura Gemini, Università di Urbino Carlo Bo; Mario Giacomarra, Università di Palermo; Guido Gili, Università del Molise; Giovannella Greco, Università della Calabria; Henry Jenkins, University of California; Giuseppe O. Longo, Università di Trieste; Giacomo Manzoli, Università di Bologna; Alberto Marinelli, Università Sapienza di Roma; Mario Morcellini, Università Sapienza di Roma; Roberta Paltrinieri, Università di Bologna; Paola Parmiggiani, Università di Bologna; Francesca Pasquali, Università di Bergamo; Gianfranco Pecchinenda, Università Federico II di Napoli; Guglielmo Pescatore, Università di Bologna; Georg Ritzer, University of Maryland; Carlo Sorrentino, Università di Firenze; Giovanni Spagnoletti, Università di Roma Tor Vergata; Nicoletta Vittadini, Università Cattolica di Milano; Giorgio Zanchini, Rai.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Per comprendere il ruolo dei media
nella definizione delle identità
di genere lo studio delle
rappresentazioni
resta importante,
ma il baricentro
della ricerca
va spostato
verso altri
aspetti rilevanti
e poco esplorati,
quali le strategie
comunicative
e interpretative
dei soggetti
che producono
e consumano immagini
di genere nei testi mediali.

a cura di
**Milly
Buonanno
Franca
Faccioli**

Genere e media: non solo immagini

Soggetti, politiche, rappresentazioni

FrancoAngeli

Progetto grafico di copertina di Fabio Fornasari

Copyright © 2020 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Presentazione, di *Milly Buonanno* e *Franca Faccioli* pag. 9

I. Percorsi di costruzione del genere

1. Processo per stupro: femminismo, televisione, testimonianza , di <i>Milly Buonanno</i>	»	17
1.1. Uno sguardo retrospettivo	»	17
1.2. Il caso	»	20
1.3. Una anomala alleanza	»	22
1.4. Un'arena di violenza simbolica	»	28
1.5. La crisi della testimonianza	»	32
1.6. Un <i>media event</i> trasformativo	»	35
2. Sguardi di genere nella comunicazione pubblica. La violenza contro le donne nelle campagne del Dipartimento per le Pari Opportunità , di <i>Franca Faccioli</i>	»	40
2.1. Il contesto	»	41
2.2. La violenza contro le donne: definizioni e quadro normativo	»	44
2.3. Le parole per dirlo: le campagne di comunicazione del Dipartimento per le Pari Opportunità	»	50
2.4. Conclusioni	»	64
3. Inevitabili cliché? La presbiopia morale dei pubblicitari italiani nella produzione delle immagini di genere , di <i>Paola Panarese</i>	»	69
3.1 Zone d'ombra	»	69
3.2 Metodo	»	73
3.3 Profilo degli intervistati	»	76

3.4 Consapevolezze diffuse	pag.	80
3.5 Cornici di senso	»	83
3.6 Metafore di relazione	»	86
3.7 Responsabilità d'altri	»	88
3.8 Patologie percettive	»	89

II. Contesti di rappresentazione del Sé

4. Oltre gli stereotipi di genere? Processi di self-presentation nel dating online: il caso <i>AdottaUnRagazzo</i>, di Francesca Comunello e Francesca Ieracitano	»	95
4.1 Genere e tecnologie digitali: dalle potenzialità liberatorie al mainstreaming di internet	»	96
4.2 Le piattaforme digitali come ambienti: il ruolo di <i>affordances</i> e <i>constraints</i>	»	97
4.3 Online dating e stereotipi di genere	»	99
4.4 <i>AdottaUnRagazzo.it</i> : il caso di studio	»	101
4.5 Conclusioni	»	110
5. Dal divismo alla <i>celebritization</i> (e ritorno?). Le “celebrità ibride” di Instagram tra estetica e genere, di Silvia Leonzi, Giovanni Ciofalo e Lorenzo Ugolini	»	112
5.1 Dal divismo alla celebrità	»	112
5.2 Alla ricerca delle celebrities	»	115
5.3 “Celebrità ibride” e differenze di genere	»	118
5.4 Conclusioni	»	127
6. Adolescenti. Il prisma dei generi tra media system e rivolta contro le istituzioni, di Mihaela Gavrila	»	130
6.1 Premesse alla lettura	»	130
6.2 La fatica di crescere. La ricerca delle identità dentro e fuori dai media	»	131
6.3 Ricostruire la complessità. Ragazze in bilico tra istituzioni e narrazioni mediali	»	136
6.4 Genitori dentro la <i>media experience</i> degli adolescenti	»	138
6.5 Sull’altalena dei media. Preadolescenti tra celebrities, famiglia e gruppo di pari	»	141

6.6 I teen magazine: identità di genere e rifiuto della scuola. Il caso <i>Cioè</i>	pag.	145
6.7 Conclusioni	»	155

III. Gender e genere

7. Gender e cooking show: il caso di <i>Master-Chef Italia</i> , di <i>Giovanni Ciofalo, Fabio Ciammella e Grazia Quercia</i>	»	159
7.1 Cuoche, chef e cooking show: differenze (anche di genere)	»	159
7.2 <i>MasterChef Italia</i>	»	166
7.3 Il ruolo dei giudici	»	169
7.4 I concorrenti dopo la vittoria	»	172
8. Non solo madri. La maternità nella fiction televisiva , di <i>Anna Lucia Natale</i>	»	177
8.1 La “mistica” della maternità	»	177
8.2 Madri nella fiction: identità plurime	»	183
8.3 Madri coraggiose	»	185
8.4 Madri ideali e madri imperfette	»	187
8.5 Madri in cerca di una nuova vita	»	191
8.6 Madri fuori dalle regole	»	193
8.7 Conclusioni: tra modernità e tradizione	»	195
Riferimenti bibliografici	»	199
Notizie sugli autori	»	221

Presentazione

di *Milly Buonanno e Franca Faccioli*

Una traiettoria di cambiamento

Questo volume presenta una selezione dei lavori di ricerca effettuati durante l'ultimo triennio nell'ambito di GEMMA (acronimo di Gender and Media Matters). Istituita nel 2010 presso il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale (CoRis) de La Sapienza Università di Roma, GEMMA è una Unità di ricerca che promuove e svolge attività – precipuamente di indagine empirica ma anche seminariali e formative – mirate a esplorare, analizzare, interpretare le molteplici e articolate configurazioni del nesso cruciale fra genere e media. Se è indubbio che tali motivazioni e intenti appartengano alla tradizione storica dei *gender and media studies*, nel cui solco GEMMA si iscrive, va precisato che l'idea di dar vita a una unità di ricerca 'dedicata' è scaturita dalla specifica congiuntura temporale che fin dai primi anni duemila ha visto emergere e diffondersi processi di cambiamento suscettibili di avere incidenze significative sul rapporto tra genere e media: si tratta in particolare della espansione senza precedenti dell'ambiente mediale, indotta dall'avanzata del digitale, e della centralità anch'essa senza precedenti assunta dagli stessi media, divenuti siti-chiave di discorsi e rappresentazioni di genere che (con la insidiosa ambiguità del post-femminismo stigmatizzata da Angela McRobbie [2009]) sembrano ora in qualche misura riecheggiare e sostenere posizioni e ideali femministi. Esplorare il potenziale trasformativo, e comunque l'impatto dei processi in corso sulle intersezioni di media e genere, riveste priorità nell'agenda di GEMMA.

Senza accampare in proposito alcuna sensibilità pionieristica, e anzi riconoscendo volentieri le anticipazioni di studiosi di riferimento (Lotz 2006, Gill 2007a), riteniamo che l'orientamento preferenziale verso i segnali, anche deboli e contraddittori, di cambiamento – unito alla consapevolezza che «the present conjuncture remains overwhelmingly one of transition» (Turner 2020, pos. 249) e dunque di continua evoluzione – possa rappresentare un elemento distintivo di GEMMA. La capacità dei media di contribuire al

mutamento culturale costituisce del resto per gli studiosi della comunicazione, quali sono tutti i componenti del gruppo di ricerca, un interesse primario, nonché una sfida ad attrezzarsi teoricamente e metodologicamente per cogliere e interpretare il nuovo, e sapersi misurare con la contraddizione che se «much has improved [...] yet a lot remains the same» (Cerqueira *et al.* 2016, p. 5).

Nel decennio trascorso dalla sua costituzione le attività di GEMMA si sono diramate in varie direzioni: seminari e lectures di studiosi italiani e stranieri – fra questi ultimi Herman Gray, Rosa-Linda Fregoso, Amanda Lotz, Charo Lacalle; ricerche di Ateneo; relazioni a conferenze nazionali e internazionali; saggi su riviste e collection italiane e straniere¹. Una prima raccolta di lavori di ricerca è stata pubblicata nel volume collettaneo *Il prisma dei generi. Immagini di donne in tv* (Buonanno 2014).

Come il titolo stesso del volume rendeva esplicito, la fase iniziale delle attività di ricerca si è caratterizzata per il ricorso, di gran lunga prevalente se non esclusivo, all'approccio 'rappresentazionale'; nonché per la scelta di circoscrivere il campo di indagine a testi e generi televisivi (fiction, intrattenimento, pubblicità commerciale e sociale), con l'obiettivo di verificare come le intersezioni tra *gender and genre* cooperino a modellare e diversificare le 'immagini di donne in tv'. C'erano (e permangono) buone ragioni per non dismettere la ricerca sulle rappresentazioni di genere nei media, storicamente un baluardo dei *gender e feminist media studies*. Tuttavia, se non la rilevanza in sé della ricerca rappresentazionale, la "disproportional emphasis" (Byerly 2016, p. 19) di cui ha goduto fin dalle origini degli studi su genere e media è stata messa apertamente in discussione in anni recenti. Una studiosa autorevole come Carolyne Byerly (2016) parla per molti quando, identificando nel persistente bias verso lo studio delle rappresentazioni un fattore di stasi nella produzione di conoscenza, esorta a effettuare *shifts* – in termini di quesiti conoscitivi e di livelli d'analisi – in direzione di più neglette dimensioni del rapporto tra genere e media.

Le rappresentazioni restano importanti, a patto tuttavia di pensarle sociologicamente: ovvero, come «one element in 'the circuit of culture', since this includes consumption and production, moments [...] whose investigations goes beyond the remit of textual analysis of representations» (Orgad 2014, p. 136). Da una prospettiva analoga, Laura Grindstaff e Andrea Press auspicano una svolta sociologica della ricerca, laddove «by sociological we mean attending to the *people, practices and institutional contexts* [corsivo

¹ Per un quadro completo delle pubblicazioni e delle altre iniziative e attività di GEMMA si veda pagina sul sito del CoRiS: www.coris.uniroma1.it/unit-di-ricerca/17563.

nostro] at stake in the production and consumption of media text in addition to the texts themselves» (Grindstaff, Press 2014, p. 158).

I lavori raccolti nel presente volume si collocano in sintonia con i nuovi orientamenti dei *gender and media studies*, quali si vanno diffondendo nella scholarship internazionale. Senza rinunciare all'approccio rappresentazionale, i diversi contributi – che ora spaziano su un ventaglio di media, dalla irrinunciabile televisione alla radio alle piattaforme online ai *teen magazines* – indagano anche “people, practices, and institutional contexts”, appuntandosi di preferenza sulle forme di *agency* dispiegate dai soggetti coinvolti e impegnati nei processi di produzione e consumo mediale.

Nella presente congiuntura di transizione, dove si richiede alla ricerca di adeguarsi alle mutevoli dinamiche dei suoi oggetti di studio, questo volume dà conto degli *shifts* che iscrivono in una traiettoria di cambiamento il programma di ricerca su genere e media avviato da GEMMA.

Questo libro

Il percorso di analisi muove dal tema della costruzione del genere attraverso una prospettiva particolare che considera le istituzioni, i media e il mercato. Istituzioni e media sono al centro dei primi due capitoli. Milly Buonanno, a partire dalla nuova visibilità mediatica assunta dalla violenza di genere, ma senza aderire al “presentismo” dominante nei *feminist media studies*, adotta una prospettiva storica recuperando all'interesse del campo di studi su genere e media il documentario *Processo per stupro* (Rai 2 1979). Di questo iconico e influente programma televisivo, che per primo ha svelato e denunciato la violenza simbolica sulle donne, il capitolo offre una lettura analitica e storicamente contestualizzata, approdando infine a riconoscere in *Processo per stupro* un vero e proprio “evento mediale trasformativo”, scaturito dalla anomala quanto fruttuosa alleanza tra il femminismo e la televisione. Anche Franca Faccioli affronta il tema della violenza di genere con un'analisi puntuale sulle campagne di comunicazione promosse dal Dipartimento delle Pari Opportunità, evidenziando i modelli che caratterizzano la rappresentazione istituzionale del problema. L'autrice sottolinea che pur prevalendo il modello *blaming the victim*, che adombra una responsabilità delle donne che con difficoltà denunciano la violenza, tuttavia diversi sono i segnali che rivelano un approccio che l'autrice definisce *public responsibility*, in quanto racconta la violenza di genere come un problema che riguarda tutta la società e in prima istanza gli uomini. Il tema del condizionamento del mercato e in particolare del marketing nella rappresentazione dei generi nella pubblicità, è affrontato da Paola Panarese.

Attraverso quaranta interviste a pubblicitari, uomini e donne, l'autrice evidenzia come, pur in presenza di una consapevolezza degli stereotipi di genere sessisti e datati, prevalga una visione tecnica e autoassolvente che si appella al ruolo determinante del cliente, alle aspettative culturalmente arretrate del pubblico italiano e alle caratteristiche della pubblicità (brevità, attrattività dei messaggi, uso frequente dei media), fattori questi che rimandano responsabilità e scelte ad altri. L'autrice parla di una sorta di *presbiopia morale*, di una illusione ottica conveniente.

La seconda parte del volume racconta ricerche che riflettono su percorsi diversi di costruzione dell'identità di genere. Le modalità di *self-presentation* nel *dating online* è affrontato da Francesca Comunello e Francesca Ieracitano attraverso lo studio di una piattaforma, *AdottaUnRagazzo*, che costruisce un ambiente connotato in termini di *girl power*, basato sull'inversione dei ruoli, una sorta di negozio in cui le donne possono "comprare" uomini. La ricerca mette in luce come la maggioranza delle utenti si sottragga a questa prospettiva, aderendo prevalentemente a modelli di *self-presentation* di tipo stereotipato che propongono la "donna rispettabile", mentre anche la minoranza che sceglie il modello *girl power* si autorappresenta facendo leva sull'empowerment, piuttosto che sulla disinibizione sessuale. Le modalità di *self-presentation* delle *celebrities* sono analizzate da Silvia Leonzi, Giovanni Ciofalo e Lorenzo Ugolini all'interno di uno specifico habitat comunicativo, Instagram, luogo elettivo dei processi di *celebritization*. Vengono presentati i risultati di una ricerca su 8 profili Instagram riconducibili alla tipologia di "celebrità ibride", con l'obiettivo di far emergere analogie e differenze nelle strategie di autopresentazione sulla base dell'identità di genere. Tra i risultati si segnalano alcune significative macrotendenze, come l'uso delle *designed photos* da parte delle *celebrities* femminili, che sembrano ristabilire una distanza dal pubblico prefigurando un (possibile?) ritorno a dinamiche tipiche del divismo tradizionale. A chiusura della riflessione sui percorsi di costruzione dell'identità di genere, Mihaela Gavrilă esplora la prima fase dell'adolescenza e l'impatto dei contenuti televisivi e di carta stampata sulle dinamiche di *self-presentation* e sullo sviluppo dell'identità e di una "coscienza di genere" dei giovani. L'autrice analizza, sulla base di focus group con gli adolescenti e l'intervista in profondità con i genitori, quali sono le pratiche medialità più diffuse in questa fascia di età e la loro possibile incidenza sui modelli femminili e maschili identificati come punto di riferimento. A queste prospettive interpretative si aggiunge la lettura offerta dal monitoraggio di un popolare magazine per ragazze, *Cioè*, nell'intento di individuare temi ricorrenti, la coerenza con l'immaginario televisivo e le narrazioni della vita degli adolescenti, in perenne contrasto con l'istituzione scolastica.

Chiudono il volume due saggi che riflettono sul rapporto tra genere e generi televisivi. Giovanni Ciofalo, Fabio Ciammella e Grazia Quercia indagano sulle differenti modalità di rappresentazione delle identità di genere, spesso riconducibili ai due estremi opposti quali *uomo-chef* e *donna-cuoca*, all'interno dei diversi format dedicati e, in particolare, dei cooking show. In questo contesto, gli autori prendono in considerazione il caso di *MasterChef Italia*, attraverso un duplice livello di indagine: il primo relativo al ruolo e alla rappresentazione dei giudici fino alla settima stagione della trasmissione; il secondo rispetto al successivo percorso intrapreso dai vincitori, considerati come personaggi transmediali, oltre che vere e proprie estensioni narrative del brand MasterChef. Anna Lucia Natale esplora le capacità di rinnovamento della fiction su un terreno che, nel contesto di una cultura familista come quella italiana, si presta particolarmente alla reiterazione di modelli stereotipati di donna: la rappresentazione della maternità. Sulla base di una selezione dei programmi di fiction italiana trasmessi da Rai e Mediaset nel decennio 2010-2019, l'autrice individua alcuni significativi "modelli di maternità" che si dispiegano tra i due poli della tradizione e della modernità: dalle "madri coraggio" alle "madri imperfette", dalle "madri ideali" alle "madri in cerca di una nuova vita", fino alle "madri fuori dalle regole" che trasgrediscono decisamente le tradizionali norme sociali e di genere. La fiction italiana sembra esprimere il bisogno diffuso di una "maternità ridefinita", che salvaguarda i valori fondativi della identità nazionale (la famiglia, la maternità) rielaborandoli nel contesto dei cambiamenti che investono la condizione femminile oggi.

I. Percorsi di costruzione del genere

1. Processo per stupro: femminismo, televisione, testimonianza

di Milly Buonanno

1.1. Uno sguardo retrospettivo

La ricerca sui modi di rappresentazione e le interpretazioni culturali della violenza sessuale nei diversi generi televisivi, dalla cronaca alla fiction, può trovare oggi ampia materia di interesse e di analisi nel panorama nazionale e internazionale. Senza raggiungere i livelli di diffusione degli Stati Uniti, dove sin dai primi anni duemila le rappresentazioni del *rape* sono apparse “indiscriminately in nearly all genres” (Projansky 2001, p. 17; anche Cucklanz 2000 e Horeck 2004) e in particolare nelle serie Tv (fra le più recenti: *The game of thrones*, HBO 2011-2019; *Big little lies*, HBO 2017-; *The handmaid’s tale*, HULU 2017-; *Unbelievable*, Netflix 2019), un corpus di storie incentrate su vicende di stupro si è fatto spazio anche nella fiction delle televisioni europee (*Apple tree yard*, BBC1 2017; *Broadchurch*, ITV 2017; *Le viol*, France3 2017; *Vis a vis*, Fox Espana 2018). Per l’Italia si possono citare i diversi casi di violenza sessuale rappresentati nel corso degli anni nella soap opera *Un posto al sole* (Rai 3 1996-), nonché la scelta di Mediaset di marcare con una controversa storia di stupro (*Non mentire*, Canale5 2019) la svolta produttiva della televisione commerciale verso uno storytelling più in sintonia con l’attualità. Al di là delle forme narrative è poi soprattutto nei programmi di intrattenimento, da *Pomeriggio 5* (Canale5) a *La vita in diretta* (Rai 1) che si è innescato, a partire dallo scandalo Weinstein (ottobre 2017), e lungamente protratto sull’onda del movimento #MeToo, il discorso televisivo sulle molestie e le violenze sessuali. Quel tanto o poco di sensazionalismo e banalizzazione presente in queste produzioni narrative e discorsive, che può minare o non di rado limitarsi a *mimare* intenti di riflessione e critica sociale, non sminuisce l’interesse del fenomeno; e anzi potrebbe costituire in sé un motivo e un oggetto di investigazione, nel quadro, ad esempio, di studi sul processo di *mainstreaming* di posizioni e obbiettivi femministi, quale si vede all’opera nella odierna cultura post-femminista (Gill 2007b; McRobbie 2009).

È certo auspicabile che la recente emergenza della questione dello stupro alla visibilità televisiva, che si verifica nel quadro di una accresciuta e forse perfino eccessiva focalizzazione sulle diverse forme della violenza di genere¹ - e in specie sul femminicidio - solleciti attenzione e produzione di conoscenza nel campo degli studi su genere e media (Giomi e Magaraggia 2017, Castronovo 2018). Ma è altrettanto opportuno o meglio necessario che tale attenzione non resti circoscritta alla scena del presente ma si estenda retrospettivamente al passato, per rinvenire e ricostruire le tracce di un pur discontinuo discorso della televisione su una questione cruciale per la cultura, i rapporti, le politiche di genere.

L'esigenza di adottare uno sguardo retrospettivo trascende peraltro questo o quel tema specifico, per costituire una vibrante sollecitazione alla ricerca storica che investe oggi l'intero campo dei *feminist media studies*. Come ha argomentato di recente Mary Celeste Kearney nel contesto di un panel intitolato programmaticamente *Resisting presentism: reviving the past* (2016), gli studi femministi sulla televisione hanno da tempo abbandonato l'approccio storico, originariamente mutuato dai *film studies*, per aderire al presentismo dominante nella ricerca accademica sulla comunicazione e i media - la fascinazione per quello che Paddy Scannell ha acutamente definito «the shock of the new» (2009, p. 220). L'approccio presentista è specialmente accentuato e diffuso nella *scholarship* sulla televisione, poiché le profonde trasformazioni sperimentate dal medium nell'arco degli ultimi due decenni o poco più hanno favorito una interpretazione - che solo ora comincia a essere messa in discussione (si veda Lotz 2018) - in chiave di rottura rivoluzionaria rispetto alla storia precedente. L'assunto di un nesso privilegiato fra contemporaneità e innovazione e la conseguente marginalizzazione dell'interesse per i contesti temporali di un passato obsoleto, o percepito come tale, hanno distolto gran parte degli studi femministi dal coltivare la conoscenza e la comprensione di come si è espresso negli anni l'impegno della televisione nelle questioni di genere (Sewell 2014, Kies 2016). È, tra l'altro, piuttosto paradossale che l'obbiettivo sia stato dismesso proprio quando il principale ostacolo della difficile reperibilità delle fonti storiche appare in buona misura rimosso da una facilitata accessibilità agli archivi audiovisivi.

¹ Secondo il monitoraggio sulla rappresentazione della figura femminile nella programmazione della Rai, effettuato nel 2019 dall'Osservatorio di Pavia, i temi della violenza di genere registrano l'incidenza più elevata (44%) sull'intero campione dei programmi che affrontano questioni di genere. Il contrasto di ogni forma di violenza, in specie contro le donne, rientra negli obblighi della televisione pubblica, come stabilito dal contratto di servizio; va detto tuttavia che una focalizzazione tanto reiterata corre il rischio di accreditare ulteriormente la rappresentazione stereotipa della donna come vittima.

L'habitus presentista non è tuttavia così generalizzato da non lasciare spazio a iniziative in controtendenza, come la rivista internazionale *Feminist Media Histories* (2014-), che ha tra l'altro pubblicato articoli su figure autoriali e professionali femminili del cinema italiano di epoche diverse (Dall'Asta *et al.* 2016, Missero 2018), a conferma della perdurante familiarità dei *film studies* con l'approccio storico. Anche le posizioni critiche verso il predominante astoricismo della produzione accademica contemporanea, come quelle della Kerney cui ho fatto accenno più sopra, sono sempre meno isolate.

Il mio contributo in questo volume si situa sulla stessa lunghezza d'onda di tali posizioni, e ne coglie la sollecitazione all'esercizio di uno sguardo retrospettivo che, prendendo spunto dall'attualità, rilegga a quaranta anni dalla messa in onda uno dei programmi più iconici della storia della televisione italiana: il documentario *Processo per stupro* (Rete 2 1979), che ha svolto un ruolo determinante nel diffondere la consapevolezza del regime di violenza simbolica (Bourdieu 1998) cui erano sottoposte nei tribunali le vittime di violenza sessuale. Si tratta per molti versi di una scelta obbligata, tenuto conto della unicità di un caso che non aveva precedenti e non ha fatto scuola, ma ha suscitato enorme risonanza, ottenuto riconoscimenti, goduto di una prolungata *afterlife* fuori dagli schermi televisivi.

Non una scelta scontata, tuttavia. In effetti, ciò che contribuisce a orientare l'attenzione su *Processo per stupro* non è tanto o soltanto lo statuto iconico di un documentario dirompente, ritenuto uno dei «programmi che hanno cambiato l'Italia» (Veltroni 1992). Ma il fatto singolare che questo caso speciale, anche per la sua lunga permanenza nella memoria, non abbia trovato posto nell'agenda di ricerca degli studi accademici su genere e media².

Non che si sia scritto poco sull'argomento. Al contrario, su *Processo per stupro* si è accumulata nel tempo una vasta bibliografia, a partire dalla imponente copertura stampa generata dalla duplice messa in onda del programma nell'aprile e nell'ottobre del 1979. Storie e memorie della televisione vi fanno sistematico riferimento (Grasso 1992; Monteleone 1992; Cornero 2012; Brancati 2015; Menduni 2018), e lo stesso accade nella pubblicistica e saggistica dei diversi campi tematici al cui incrocio *Processo per stupro* si situa: dal femminismo alla violenza di genere, dal sistema giudiziario al cinema politico (si vedano Cardini 2007; Filippelli 2011; Arcidiacono e Di Napoli 2013; Uva 2015; Li Vigni 2017; Di Nicola 2018, per

² A mia conoscenza, l'unico lavoro di solido impianto accademico su *Processo per stupro* è stato effettuato fuori d'Italia. Si tratta della tesi di master discussa da Chloe Heffernan nel 2001 nell'Università di Auckland (NZ), con la supervisione della professoressa Bernadette Luciano. Desidero ringraziare la collega Luciano per avermi consentito di consultare un draft della tesi.