



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione
Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale
Corso di laurea in Media, comunicazione digitale e giornalismo

ABBIAMO BISOGNO DELLE BAMBINE RIBELLI?

Girlhood e rappresentazioni di genere in

Good Night Stories for Rebel Girls



Relatore: Prof.ssa Romana Andò

Correlatore: Prof.ssa Michaela Liuccio

MICHELA MAGGI
A.A. 2017/2018



NODI TEMATICI

- ❖ Il femminile tra realtà e rappresentazione
- ❖ Caso di studio: *Storie della Buonanotte per Bambine Ribelli*
- ❖ Punti di forza del team Rebel Girls
- ❖ Disegno di ricerca
- ❖ Survey al Fandom delle Bambine Ribelli
- ❖ Tendenze principali
- ❖ Risultati conclusivi

IL FEMMINILE TRA REALTÀ E RAPPRESENTAZIONE

❖ Il **Post Femminismo** e la critica all'universalizzazione della *donna* e delle *istanze del femminismo radicale* da parte di **J. Butler** e **A. McRobbie**

❖ La **contraddittorietà della Girlhood nei media**: gli archetipi di Erich Neumann

Dea – madre – divinità	Anima – Vergine
Strega – femme fatale	Matrigna - Madre

❖ Gli **stereotipi di genere nei libri per l'infanzia** analizzati da E. Gianini Belotti, L. Lipperini e I. Biemmi



- ❖ Progetto delle imprenditrici italiane **Elena Favilli e Francesca Cavallo**
- *Timbuktu Labs*
- ❖ **100** moderne **favole della buonanotte** illustrate

- ❖ Fenomeno **bottom up**:
piattaforme di **crowdfunding**
Kickstarter e Indiegogo
- ❖ Caso editoriale italiano
2017 e 2018

CASO DI STUDIO: STORIE DELLA BUONANOTTE PER BAMBINE RIBELLI



- ❖ Costruzione di un **universo femminista** definito ribelle
- ❖ **Fenomeno crossmediale**
(Vol 1 e 2, podcast, merchandising ecc.)

- ❖ **Critiche** principali:
 1. Formato succinto e linguaggio semplificato
 2. Destinatari esclusivamente femminili
 3. Fenomeno di marketing
 4. Idea di *ribellione*

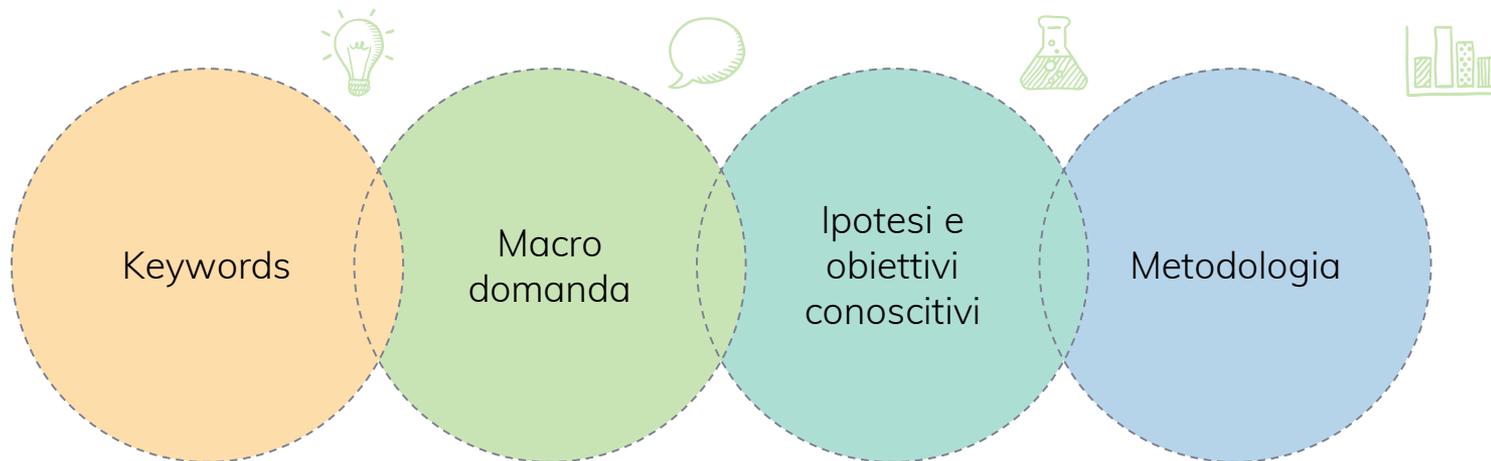


PUNTI DI FORZA DEL TEAM

REBEL GIRLS

- ❖ Scelta del target: + 8 anni
- ❖ Scelta della lingua inglese
- ❖ Crossmedia e convergenza mediatica: + touchpoint
- ❖ Call to action e Gamification in Kickstarter e sugli account social ufficiali: sistema reward-based

DISEGNO DI RICERCA



- ❖ Good Night Stories for Rebel Girls
- ❖ Rappresentazioni di genere
- ❖ Stereotipi
- ❖ Girlhood
- ❖ Media

Abbiamo
bisogno delle
bambine ribelli?

- ❖ Target femminile
- ❖ Target medio alto
- ❖ Legame prodotto -
media - politica

- ❖ Somministrazione
Survey online in lingua
inglese al fandom di
Rebel Girls
- ❖ 100 unità d'analisi

SURVEY AL FANDOM DELLE BAMBINE RIBELLI

- ❖ Piattaforma open source **Survio**
- ❖ Lingua **inglese** + dati tradotti
- ❖ Online dal 28 ottobre 2018
- ❖ Durata: circa **1 mese**

METODOLOGIA



- ❖ Gruppo privato **Facebook** *The Rebel Girls Movement* + Pagina pubblica italiana *Bambine Ribelli*
- ❖ Raccolta di **100 unità di analisi**
- ❖ **30 domande** (con sezione sociodemografica)
- ❖ **Domande a scala** con struttura ad imbuto rovesciato + domande aperte

TENDENZE PRINCIPALI

Forte rilevanza sociale del progetto

Scarsa percezione della dimensione marketing del brand.



Peso della community online

Amicizie e social come principale touchpoint di ingresso a Rebel Girls.



Modalità di lettura condivisa

Ritualizzazione quotidiana della lettura, miglioramento delle performance di vendita e maggior digitalizzazione del processo di lettura.



Scarsa produttività del fandom

'Small act of engagement', poi condivisione di articoli e stesura di recensioni.



Accoglienza dell'accezione 'ribelle'

Termine inteso positivamente e connesso ad anticonformismo e passionalità. Le più ribelli: le eroine Disney e i personaggi Fantasy.



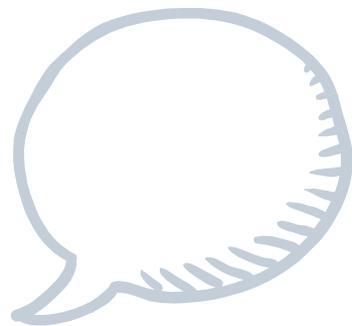
Percezione di un prodotto più adatto ad un' audience femminile

Ricorrenza della dicitura "for girls" e "for my daughters."



RISULTATI CONCLUSIVI

Risposta alla macro domanda	L' 86% dei rispondenti ha affermato che nel 2019 c'è bisogno di un prodotto come Good Night Stories for Rebel Girls	
Ipotesi 1 Confermata	Pubblico prevalentemente femminile	94 donne/ ragazze e 6 uomini/ragazzi. Mercati principali: IT, US, ES
Ipotesi 2 Confermata	Target medio- alto	L'85% dei rispondenti: almeno una Laurea triennale. Il 15%: diploma. Professioni: scuola e ambiente d'ufficio. Il 90% dei rispondenti: reddito medio-alto.
Ipotesi 3 non confermabile e non confutabile	Legame prodotto - media - politica	Il 7% dei rispondenti: cit. esempi simili a Rebel Girls per linguaggi, contenuti e struttura. + cit. Trump e il #Metoo come motore del progetto.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE