



## NELL'ERA DEL DIGITALE TERRESTRE PER RAI, MEDIASET E LA 7 FINITI I TEMPI DELLA DONNA OCA

di Elena Pozzan



Sembrerebbe finita l'era della donna-oca in TV: è il "gentil sesso" che si è letteralmente impossessato del teleschermo dominando anche nell'informazione, nello spettacolo, nella fiction e negli spot. Questo il risultato di uno studio di "Comunicazione Perbene", l'associazione per l'ecologia della comunicazione, che ha analizzato i palinsesti RAI, Mediaset e La 7, gli indici di ascolto e le interviste a cento esperti, prendendo in considerazione talk show, intrattenimento e reality dominati da Daria Bignardi, Maria De Filippi, Simona Ventura, Antonella Clerici, Alessia Marcuzzi.

Sono le donne a condurre i programmi più amati dal pubblico medio (non solo femminile): occupano lo schermo per ben 35 ore e 45 minuti al giorno, contro le circa 29 ore degli uomini.

In effetti, la televisione riflette la vita reale dove la donna ha assunto un ruolo sempre più determinante e altamente competitivo. E' sempre più impegnata e più presente, conduce i TG con professionalità ed ha invaso prepotentemente, come testimonia il 62% degli intervistati, anche i feudi prettamente maschili come i programmi sportivi.

Si tratta di una vera e propria rivoluzione di cui gli uomini non possono che prendere atto.

Anche nelle fiction e nei telefilms sono oltre 27 le ore nei palinsesti settimanali dove prevale la sua presenza.

Nella pubblicità, poi, la rappresentazione che gli spot danno del femminile è molto diversa dal passato. La donna non è più banale, eterea, esclusivamente bella e per lo più muta, "perfetta", perché ora vive totalmente e pienamente la quotidianità e le sue sfide, svolgendo compiti che precedentemente le erano stati preclusi, riservati agli uomini, ed assumendosi importanti responsabilità tanto nell'ambito lavorativo quanto in quello familiare. Ferma nei suoi principi, decisa, forte e di carattere è persino capace di sminuire tanto da ridicolizzare l'uomo che, addirittura, in alcuni spot, diviene una vera e propria spalla nella scenetta comica (un caso eclatante lo fornisce la pubblicità della telefonia mobile).

Purtroppo siamo ancora molto distanti dal veder valutare la donna esclusivamente per le sue capacità lavorative perché la bellezza rappresenta ancora uno dei fattori più importanti per poter accedere al teleschermo, ma, a parte alcuni ruoli in alcuni spettacoli che ancora mortificano il genere femminile, la presenza fisica non è l'unico criterio utilizzato per la scelta del personaggio e, soprattutto, da solo non basta più.

Per fortuna, in ogni caso, sempre dall'analisi emersa dallo studio dei palinsesti effettuata dalla "Comunicazione Perbene", sembrerebbe prendere piede una nuova tendenza a far diminuire nelle trasmissioni gli spazi per la donna – oca in favore di una donna più vera, contemporanea, dinamica, preparata, di carattere e al pari dell'uomo, così come appare di fatto nella società di oggi, indipendente e cosciente del proprio ruolo.

\*\*\* \*\*

Sempre in televisione va segnalato che c'è un rinnovato giro di comici, una ventata che tocca simultaneamente Rai e Mediaset. Parlare di comici veri e propri forse non è esatto, ma rende l'idea di quel che si vuol dire.