

Donna e tv, è finita l'era delle "oche"

Domenica 7 Marzo 2010,

ROMA - È finita l'era della donna-oca in tv e ed è ormai l'altra metà del cielo a dominare nei ruoli chiave nelle fiction e negli spot. È quanto emerge da uno studio di Comunicazione Perbene, l'associazione per l'ecologia della comunicazione, che ha analizzato i palinsesti Rai, Mediaset e La7, intervistando 100 esperti, prendendo in considerazione talk show (87%), intrattenimento (79%) e reality, dominati da Maria De Filippi, Simona Ventura e Alessia Marcuzzi.

Le donne conducono alcuni dei programmi più seguiti per ben 35 ore e 45 minuti al giorno, contro le circa 29 ore degli uomini, solo considerando le reti Rai, Mediaset e La7. «Ci sono voluti anni - dice Saro Trovato, presidente dell'associazione - ma anche la tv si è accorta della donna e del ruolo che si è conquistata nella società e nella vita reale».

Le donne prevalgono anche nella conduzione dei Tg e sono sempre più presenti, come evidenzia il 62% degli intervistati, anche in feudi prettamente maschili, i programmi sportivi. Una rivoluzione che fa sentire i suoi effetti nelle fiction e nei telefilm: sono oltre 27 le ore nei palinsesti settimanali dove prevalgono e dove cresce la loro presenza in ruoli fino a poco tempo fa riservati agli uomini, come dice il 53% degli esperti.

E la pubblicità? Secondo l'81% degli esperti, la rappresentazione che gli spot danno della donna è molto diversa dal passato. La donna è vicina ai ruoli e alle situazioni della vita reale (68%), in grado di assumersi responsabilità per tutta la famiglia con più fermezza dell'uomo (53%), ma soprattutto di carattere forte (81%), capace di mettere in ridicolo la controparte maschile (58%) come accade ad esempio negli spot della telefonia mobile, dove gli uomini vengono trasformati in vere e proprie 'spalle comiche'. Questo non significa certo che la bellezza non rappresenti più un fattore importante (come evidenzia il 64%), ma non è l'unico criterio e soprattutto da sola inizia a non bastare più (si pensi al successo di Antonella Clerici all'ultimo Festival di Sanremo).

Sta di fatto che analizzando i palinsesti sembrano diminuire gli spazi per la donna-oca, come conferma l'82% degli esperti, ed emerge una nuova donna con grinta e un grande carattere (64%), preparata (39%) e capace, secondo il 73%, di mettere in ombra l'uomo. I motivi di questo cambiamento? Nella società sempre più donne sono ai vertici, come ad esempio il presidente di Confindustria Emma Marcegaglia (87%), più presenti nel mondo del lavoro e nella politica (79%), con una maggiore indipendenza economica (65%) e che hanno sempre più coscienza di sé e del loro ruolo nella società (58%).