

## **TV: SCOPPIA LA "RIVOLUZIONE ROSA", PER 8 ESPERTI SU 10 E' ORMAI FINITA L'ERA DELLA DONNA-OCA E TRIONFA QUELLA "VERA"**

*La donna catodica primeggia sull'uomo: ogni settimana "protagonista" per piu' di 200 ore nella conduzione e nei programmi piu' importanti. Ed e' ormai lei a dominare nei ruoli chiave nelle fiction e negli spot, dove "scippa" il ruolo ai maschietti.*

**In tv scoppia la rivoluzione in rosa:** le "lei" sono protagoniste e conducono alcuni dei programmi piu' 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. Il loro predominio non e' dato solo dalla maggior presenza in ruoli chiave, ma, come sottolineano 8 esperti su 10, **dalla rappresentazione che oggi il piccolo schermo da' del gentil sesso.** Quasi sparito il ruolo della "donna-oca" o della "donna-soprammobile" (come sottolinea l'**82%** degli esperti intervistati), oggi la donna rappresentata dalla Tv e' **di polso, con un grande carattere (64%), preparata (39%)** e capace, secondo il **73%, di mettere in ombra l'uomo**, anche quando si trova ad affrontare ruoli ed ambiti che fino a ieri erano considerati "di pertinenza maschile". Una situazione che non si riscontra solo nei programmi, ma anche **nelle fiction e telefilm**, dove la donna primeggia per **27 ore settimanali**. Ma a mutare e' anche la rappresentazione che ne danno gli **spot**, come evidenzia l'**81%** degli esperti: la "casalinga di Voghera" e' definitivamente sparita e a dominare e' **una donna forte (71%)**, che spesso **mette in ridicolo l'uomo (58%)** e che ormai decide anche in campi in passato riservati agli uomini (**74%**), come ad esempio le auto.

E' quanto emerge da uno studio promosso da **Comunicazione Perbene, l'associazione per l'ecologia della comunicazione** ([www.comunicazioneperbene.com](http://www.comunicazioneperbene.com)), che ha condotto un monitoraggio e un'analisi dei palinsesti di Rai, Mediaset e La7 (nel periodo tra il 1° febbraio e il 1° marzo) e ha intervistato 100 esperti tra giornalisti, sociologi, psicologi ed esperti di media e comunicazione per individuare la rappresentazione e il ruolo della donna all'interno dei palinsesti.

"Sul piccolo schermo la donna oggi viene rappresentata non piu' come solo 'oggetto di attenzione visiva', come un bel soprammobile priva di un suo pensiero – dichiara **Saro Trovato**, presidente dell'associazione **Comunicazione Perbene** –. Ci sono voluti anni, ma anche la Tv si e' accorta della donna, o meglio della donna "vera", e del ruolo che si e' conquistata nella societa' e nella vita reale. E questo si vede analizzando i contenitori piu' importanti della Tv italiana, che finalmente conferiscono una nuova centralita' alla donna, considerandola non solo per la sua avvenenza fisica, ma riconoscendole le sue doti professionali ed intellettuali: siamo di fronte alla piu' grande rivoluzione nel costume italiano".

***Mediaset e' piu' rosa della Rai e Canale 5 in assoluto "la rete piu' femminile". Le donne hanno preso possesso del piccolo schermo, dove dominano ad ogni ora e in tutti i generi***

La rivincita delle donne sugli uomini si consuma in Tv: in qualsiasi fascia della giornata a essere presente nei ruoli chiave e nella veste del protagonista e' soprattutto il gentil sesso. **Le donne**, nel palinsesto settimanale, battono gli uomini gestendo da protagoniste oltre **200 ore**, contro le **150 ore dei maschietti**. Calcolando la loro presenza nel ruolo di conduttrici nella media giornaliera arrivano a totalizzare ben **35 ore**, (con punte che superano le **38 ore**), a cui si aggiungono **le oltre 6 ore medie quotidiane di co-conduzione alla pari con gli uomini**.

E a conquistarsi la "maglia rosa" sono soprattutto **le reti Mediaset**. Tra le reti televisive italiane, quelle piu' "rosa" sono del gruppo **Mediaset**, con circa **130 ore settimanali** di conduzione femminile, tra le quali spicca **Canale 5**, anche grazie a roccaforti della rete come Maria De Filippi (titolare dei tre programmi *Amici*, *C'e' posta per te*, *Uomini e donne*) e Barbara d'Urso (in onda sei giorni su sette con *Domenica cinque e Pomeriggio cinque*), che da sole riescono a far impennare la presenza femminile nel piccolo schermo.

E se la punta di diamante sono i **talk show (87%** dei casi) e i **contenitori di intrattenimento (79%)**, in realta' il nuovo ruolo della donna e' visibile in tutte le tipologie di programmi: basti pensare ai reality (nell'**89%** dei casi la conduzione e' affidata ad una donna, basti pensare a Simona Ventura, Maria De Filippi e Alessia Marcuzzi), e nei **tg**, dove la conduzione femminile e' sempre piu' presente. soprattutto. Come conferma il **62%** degli esperti, il cambiamento della donna e' visibile anche in contesti televisivi tradizionalmente maschili, come i **programmi sportivi** (ne sono esempi Paola Ferrari su RaiUno, o Monica Vanali su Italia Uno) in cui la conduzione e' affidata ad una 'lei' e si e' progressivamente ridotta la figura della valletta bella ma senza 'diritto di parola'.

***Programmi tv ma non solo: la donna 'vera' e' sempre piu' protagonista e diventa centrale in fiction e spot pubblicitari.***

E se nei programmi "condotti" la donna fa sempre di piu' la parte da leone, lo stesso si sta rivelando anche **nelle fiction**: quelle dove i ruoli chiave sono affidati a donne occupano oltre **27 ore nei palinsesti settimanali**, come conferma anche il **78%** degli esperti, che evidenzia come stiano mutando radicalmente i ruoli affidati alle donne. In calo le parti in cui la donna da' il volto a personaggi con mestieri tradizionalmente femminili, come la parrucchiera, la baby sitter, crescono invece in ruoli fino a poco tempo fa "riservati" agli uomini, come evidenzia il **53%** degli esperti: **poliziotte e investigatrici** come nelle serie Il Commissario Flobert e Cold case, **imprenditori e capitani d'azienda**, come le protagoniste di Caterina e le sue figlie, e **professioniste**, come l'avvocato (basta ricordare il recente successo della fiction Un Caso di Coscienza 4 dove il ruolo di comprimario era affidato a Loredana Cannata). L'altro ambito in cui la donna e' da sempre onnipresente e' **la pubblicita'**: sin dai tempi di Carosello la pubblicita' si rivolge alle donne considerandole come le vere responsabili degli acquisti in famiglia, ma oggi, secondo l'**81%** degli esperti intervistati, il ruolo femminile e' radicalmente mutato. Negli spot emerge sempre di piu' **una donna vicina ai ruoli e alle situazioni della vita reale (68%)**, in grado di **assumersi responsabilita' per tutta la famiglia con piu' fermezza (53%)**, ma soprattutto di **carattere forte (71%)**, che spesso **mette in ridicolo l'uomo (58%)** e che ormai **decide anche in campi in passato riservati agli uomini (74%)**. Gli esempi piu' eclatanti? Sicuramente quelli legati alla telefonia mobile: sia Belen che Ilary appaiono piu' evolute, ironiche e sicure di se dei loro partner, che vengono trasformati in vere e proprie "spalle comiche", impacciati, e spesso un po' tonti.

***La valletta senza cervello? Ormai in soffitta: troppo lontana dalla donna reale e il vero effetto "reality" e' il cambiamento dell'immagine e il ruolo della donna-catodica***

**Ma quali sono le caratteristiche piu' evidenti della donna in tv oggi?** E' assolutamente **out la donna-oca**: l'**82%** degli esperti concorda nel ritenere che l'immagine femminile che oggi mostra il piccolo schermo sia molto lontana da quella che raffigurava la donna come un oggetto, un soprammobile priva di cervello. Insomma mostra **una donna vera, dove la componente "fisica" non cessa certo di essere importante** (come evidenzia il **68%**), ma non e' certo piu' l'unico fattore, come dimostrano trasmissioni come il recente Festival di Sanremo. E, cosa ancora piu' importante, secondo la maggioranza degli intervistati (**77%**) e' **un trend che nel tempo aumentera' sempre di piu'**. Solo una minoranza, l'**11%** circa, teme che si tratti solo **di una moda del momento**. Ecco allora che a dominare e' una donna **di polso, con un grande carattere (64%)**, **preparata (39%)** e capace, secondo il **73%**, **di mettere in ombra l'uomo**. Non va piu' la 'bellona' tuta curve e basta, ma va in scena la donna della porta accanto (**75%**), consapevole della propria bellezza (**69%**), ma che non sente l'esigenza di esibirla come se fosse un solo oggetto sessuale (**56%**). **E quali sono i motivi che stanno alla base di questo profondo cambiamento?** Sicuramente gran parte e' dato dal fatto di vivere in una societa' che corre veloce verso un modello paritario, (lo pensa l'**87%** degli esperti), manifestato anche nel mondo del lavoro e della politica (**79%**), e dal fatto che le donne hanno raggiunto oggi una maggiore indipendenza economica (**65%**) e sono sempre piu' consapevoli che per mettere a tacere i preconcetti dei piu' scettici ed emergere in ruoli maschili non serve piu' la loro avvenenza fisica, (**58%**), ma cervello e fermezza (**81%**). Alla luce di questi elementi e' quindi possibile concludere che la televisione

rappresenta un'importante cassa di risonanza della nuova donna "vera", mettendo definitivamente in soffitta la donna 'oca'.