

Linee

120

Comitato scientifico

PIERRE DALLA VIGNA
(Università degli Studi dell'Insubria, Varese-Como)

ANTONIO DE SIMONE
(Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo")

JOSÉ LUIS VILLACAÑAS BERLANGA
(Universidad Complutense de Madrid)

MAURO PROTTI
(Università del Salento)

RAFFAELE FEDERICI
(Università di Perugia)



Aging girls

Identità femminile, sessualità e invecchiamento
nella cultura mediale italiana

a cura di
Paola De Rosa, Elisa Mandelli, Valentina Re



MELTEMI

Il presente volume è stato finanziato nel quadro del progetto PRIN 2015
“Comizi d’amore. Il cinema e la questione sessuale in Italia (1948-1978)”,
protocollo: 2015YPLTLW_004.

Meltemi editore
www.meltemieditore.it
redazione@meltemieditore.it

Collana: *Linee*, n. 120
Isbn: 9788855193399

© 2021 – MELTEMI PRESS SRL
Sede legale: via Ruggero Boscovich, 31 – 20124 Milano
Sede operativa: via Monfalcone, 17/19 – 20099 Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 22471892 / 22472232

L'editore resta disponibile ad assolvere le proprie obbligazioni riguardo alle
immagini presenti nel testo avendo effettuato, senza successo, tutte le ricerche
necessarie al fine di identificare gli aventi titolo.

Indice

- Prefazione*
- 7 Non è roba per femminucce.
Media, *aging* e sessualità
Giacomo Manzoli
- Introduzione*
- 19 Aging girls
Valentina Re, Paola De Rosa
- 37 Il ruolo della regolazione istituzionale
nell'intersezione tra *aging*, genere e generazione
Clementina Casula
- 59 L'agenda mediale del *Fertility Day*.
Tra narrazioni istituzionali, mediazioni giornalistiche
e contronarrazioni sociali
Marica Spalletta, Paola De Rosa
- 103 Isabella Rossellini e il “caso Lancôme”.
Invecchiamento e postfemminismo in epoca neoliberista
M. Elena D'Amelio
- 127 Catherine Spaak.
L'invecchiamento di una diva, tra postfemminismo
ed evoluzione dei media italiani
Dalila Missero

- 149 Uno sguardo alla commedia italiana contemporanea
e alla crisi femminile di mezza età
Danielle Hipkins
- 171 Le età di Sabrina Ferilli.
La sessualizzazione ironica
Roy Menarini
- 187 Pamela Prati dal Bagaglino a Mark Caltagirone.
Televisione, desiderio e tempo che passa
Luca Barra
- 207 Cavalieri, dame e il *dating show* per un pubblico maturo.
Il caso *Uomini e donne (Trono over)*
Veronica Innocenti
- 229 Imma Tataranni e l'amore transgenerazionale.
La rappresentazione della sessualità femminile
in età matura nella serialità televisiva italiana
Sara Casoli
- 251 Gli autori

Cavalieri, dame e il *dating show*
per un pubblico maturo.
Il caso *Uomini e donne (Trono over)*
Veronica Innocenti

Abstract

This chapter deals with a long-lived program with constant success in the landscape of Italian television, *Uomini e donne* (1996-in production, Canale 5). The paper investigates in particular its incarnation which we identify with the subtitle *Cavalieri e dame (Trono over)*, which features men and women with an age from forty years up. The chapter will focus in particular on the outline of the program and on the evolutions that it has undergone over the years, favouring the inclusion of a more mature category of competitors compared to the regulars of the classical version of the show. In order to do so the analysis of the program will also focus on the media ecosystem created by Maria De Filippi as author and producer. Furthermore, the role of women in the program will be explored, with the intention of highlighting some stereotypes and clichés about the female universe that the show tends to perpetuate. I will also focus on some peculiar effects of the health emergency due to the Sars-CoV-2 virus on the program and on the curious and very recent case of the courtship between a well-known protagonist of the show, Gemma Galgani, an elegant seventy-year-old lady and the new entry Nicola Vivarelli, a handsome twenty-six year old model. The relationship between the two will finally allow us to make some reflections on how the theme of female aging is perceived on television, in the popular press and by the audience of the program.

1. *Introduzione*

In questo capitolo mi occuperò di un programma longevo e dal successo costante nel panorama della televisione italiana, *Uomini e donne* (1996-in produzione, Canale 5), indagandone in particolare la sua incarnazione che identifichiamo con il sottotitolo *Cavalieri e dame (Trono over)*¹, che vede protagonisti uomini e donne con una età che idealmente va dai quarant'anni in su (ma vedremo in seguito come questo non accada sempre e come anche concorrenti molto più giovani entrino nel cast dello show)². L'attenzione si concentrerà in particolare sullo schema del programma e sulle evoluzioni che esso ha subito nel corso degli anni, favorendo l'inserimento di una categoria di concorrenti più maturi rispetto ai frequentatori abituali del trono classico³. A questo si affiancherà poi un'analisi del programma in relazione all'ecosistema mediale creato da Maria De Filippi come autrice e come produttrice attraverso la sua società Fascino. *Uomini e donne* fa infatti parte di un intricato tessuto di programmi televisivi con i quali si pone in dialogo costante attivando intensi rapporti intertestuali. Ancora, sarà approfondito il ruolo delle donne nel programma, con l'intenzione di fare emergere in particolare alcuni stereotipi e luoghi comuni sull'universo femminile che lo show tende a perpetuare. Mi soffermerò, inoltre, su alcuni peculiari effetti dell'emergenza sanitaria dovuta al virus Sars-CoV-2 sul programma e sul curioso e molto recente caso del corteggiamento tra un volto notissimo del *Trono over*, Gemma Galgani, una elegante signora settantenne presente in trasmissione dal 2010, e la new entry Nicola Vivarelli, un aitante modello ventiseienne, ufficiale sulle navi da crociera. La relazione tra i due ci consentirà infine di fare alcune riflessioni su come viene percepito il tema dell'invecchiamento femminile in televisione, nella stampa popolare e dalle audience del programma.

¹ Da qui in avanti il programma verrà indicato come *Trono over*.

² Si veda il paragrafo *Le donne a Trono over*.

³ Che chiameremo *Uomini e donne (Trono classico)*.

2. *Il programma e la sua evoluzione*

Uomini e donne approda sugli schermi televisivi nel settembre del 1996, ideato da Maria De Filippi e da lei condotto si posiziona fin da subito nella fascia di palinsesto pomeridiana (14.45-16.10) di Canale 5 (Barra 2015, pp. 43-48). L'origine del programma è da rintracciare in un altro show pomeridiano ideato dalla stessa De Filippi, *Amici*, che partito nel 1992 aveva come obiettivo iniziale quello di indagare le relazioni e l'affettività dei giovani e degli adolescenti. *Uomini e donne* nasce quindi qualche anno dopo come una sorta di spin-off di *Amici* con l'obiettivo di costruire uno spazio votato ad indagare le relazioni di una fascia d'età più matura rispetto a quella raccontata dal programma da cui prende le mosse. Lo studio di *Uomini e donne* si caratterizza fin da subito per essere un luogo di confronto aperto in particolare alle coppie adulte, che qui possono dialogare apertamente tra loro e con l'aiuto del pubblico presente in studio, con modalità simili a quelle già approntate da *Amici*. Possiamo quindi etichettare il neonato prodotto come un talk show piuttosto classico e con una notevole sfumatura *emotainment*, che miscela efficacemente contenuti *emotional* ed *entertainment*, e nel quale "è centrale la dimensione emotiva e passionale per creare occasioni di spettacolo. La struttura di queste trasmissioni, pur nelle infinite varianti, vede la partecipazione di persone comuni (più raramente di vip) che in televisione, o attraverso la televisione, mettono in scena i propri sentimenti, desideri, speranze" (Grignaffini 2012, p. 98).

L'obiettivo di *Uomini e donne* al suo esordio nel 1996 sembra dunque essere quello di soddisfare una crescente necessità di raccontare le proprie vite, le proprie storie, i propri vissuti da parte di persone comuni che hanno così la loro opportunità di apparire in televisione e di diventare protagoniste per un giorno (o per qualche settimana). Questa tendenza non è peregrina, ma si inserisce perfettamente in quella svolta verso la tv verità e la *real tv* che la televisione italiana aveva già intrapreso nel medesimo periodo,

sia con intenti più fortemente documentaristici nella RAI 3 di Angelo Guglielmi (con programmi come *Chi l'ha visto?*, 1989-in produzione, Rai3; *Telefono giallo*, 1987-1992, Rai 3; *Un giorno in pretura*, 1988-in produzione, Rai 3) (Grasso, Scaglioni 2003, pp. 240-243), sia con intenti più immediatamente spettacolari nei canali Fininvest/Mediaset con programmi come *Forum* (1985-in produzione, Canale 5 e Rete 4) o *Stranamore* (1994-1998).

Ma il programma non è necessariamente qualcosa di statico e ha bisogno di assestamento, così anche *Uomini e donne* cambia più volte pelle nel corso degli anni, sperimentando varie modalità di *storytelling* e mettendo sempre più frequentemente al centro della narrazione le relazioni amorose. A partire dal gennaio 2001 poi si verifica una svolta rilevante, dalla quale non si tornerà più indietro: *Uomini e donne* si trasforma, da talk show che schiaccia il pedale dell'emotività diventa un programma di incontri finalizzato a costruire opportunità di nuove relazioni sentimentali per i partecipanti. Dal talk show al *dating show* nel giro di pochi anni, quindi. Ma come sappiamo bene la televisione contemporanea è fatta anche e soprattutto di ibridazioni e dunque nella sua nuova pelle *Uomini e donne* non fa altro che mescolare alcuni ingredienti già apprezzati dal pubblico (i racconti personali), aggiungere qualche novità (le modalità dei corteggiamenti tra uomini e donne) e miscelare il tutto in un cocktail che dura ormai da 19 anni. Fondendosi con *Agenzia matrimoniale* (presente sui canali Mediaset dal 1989 al 1996), *Uomini e donne* si carica di un compito importante: formare nuove coppie che possano avere una relazione amorosa anche nella vita reale lontano dalle telecamere. In questa nuova fase del programma le regole del gioco cambiano frequentemente⁴ nel tentativo di trovare la formula più gradita al pubblico arrivando ad un

⁴ Sulle modifiche subite dal programma si veda Grasso 2019, pp. 971-972. Una agile ricostruzione delle diverse incarnazioni del programma è presente anche su Wikipedia, bit.ly/3kC7RSB.

equilibrio efficace a partire dal 2010 con le due versioni del programma, *Uomini e donne (Trono classico)* e *Uomini e donne (Trono over)* che nel tempo riescono a mantenere vivo l'interesse del pubblico attestandosi su uno share medio che oscilla tra il 20 e il 22% per le annate comprese tra il 2010/2011 e il 2019/2020⁵.

L'incarnazione del programma su cui intendo concentrarmi in questo articolo sarà per ovvie ragioni quella del *Trono over*, cioè quella parte del programma in cui i protagonisti sembrano avere dai quarant'anni in su, poiché questo offre la possibilità di indagare più da vicino temi centrali per il volume che ospita questo contributo. In particolare, il *Trono over* si presta bene per analizzare la rappresentazione della donna matura (o anche anziana) in un programma televisivo popolare e rivolto al pubblico della fascia pomeridiana. Non si tratta però di una novità assoluta per il pubblico televisivo dei programmi *non-scripted*, che negli anni aveva avuto diverse occasioni di vedere protagoniste donne adulte. Succedeva già infatti nel filone *emotainment* in programmi come *Agenzia matrimoniale* o *Stranamore*, ma anche in programmi appositamente ideati e scritti per raccontare le relazioni tra uomini e donne non più giovanissimi. Vanno a questo proposito ricordati alcuni esperimenti particolari come il reality show *Super Senior* (Grasso 2019, p. 1127) andato in onda su Rai Tre nel settembre 2003, una sorta di *Grande Fratello* senza le restrizioni tipiche di questo format, con protagonisti over 60 che si trovavano a convivere forzatamente con il compito di allestire uno spettacolo teatrale e con l'obiettivo di raccontare il loro percorso di vita intrecciandolo con il

⁵ Nel corso della stagione 2019-2020 si nota un calo di share nel periodo tra il 20 aprile e il 1 maggio (con una media di 12,42%), imputabile presumibilmente al drastico cambiamento subito dal programma dovuto all'emergenza sanitaria provocata dal virus Sars-CoV-2. Appena il programma ritorna alla sua formula standard, seppure leggermente modificata per le norme anti Coronavirus, lo share ritorna nuovamente ai livelli abituali con il 20,3% di share per la puntata del 4 maggio 2020.

percorso artistico da compiere all'interno del programma. Anche Real Time, canale da sempre interessato alle storie di vita, ha proposto un curioso esperimento qualche anno fa con uno speciale intitolato *Amami ancora* andato in onda il 2 ottobre 2017 in occasione della festa dei nonni e che celebra l'amore di alcune coppie di ottantenni che hanno passato tutta la vita assieme.⁶

Ma si tratta nella maggior parte dei casi di esperimenti o pezzi unici che non trovano una collocazione stabile e duratura nel palinsesto come invece accade per il *Trono over* che al momento prevede una formula per cui non c'è un singolo "tronista", ma due gruppi di uomini e donne che cercano un nuovo amore. I cavalieri e le dame, come vengono chiamati, possono scegliere di conoscersi tra loro, a seconda delle affinità che sentono con gli altri partecipanti. A dame e cavalieri non vengono imposte scadenze temporali per la loro scelta e possono scambiarsi i numeri di telefono e vedersi fuori dallo studio senza la necessità di essere seguiti dalle telecamere. La formula funziona e ha successo fin dal 2010: ad oggi il personaggio più presente è sicuramente Gemma Galgani, protagonista di una seguita storia d'amore con Giorgio Manetti (stagione 2014/2015) e oggetto delle continue invettive dell'opinionista Tina Cipollari.

Tra le novità della stagione 2020/2021 troviamo il tramonto della distinzione tra *Trono over* (generalmente in onda dal lunedì al mercoledì) e *Trono classico* (giovedì e venerdì), i due spazi si sono infatti uniti con i due parterre che interagiscono. Il mix è stato suggerito durante l'emergenza Sars-CoV-2 quando le restrizioni imposte al programma hanno messo alla prova gli autori alla ricerca di formule inedite e fantasiose. Queste novità sembrano finalizzate a restituire forza alla parte del programma che nella scorsa stagione si era rivelata più debole, e cioè il *Trono classico*⁷.

⁶ F. Degl'Innocenti, *Quando l'amore dura tutta la vita*, in "Famiglia cristiana", 02/10/2017, bit.ly/3jCZ6Gx.

⁷ G. Candela, *Uomini e donne, la nuova edizione e le novità in arrivo: ecco cosa succederà*, in "fQ magazine", 12/06/2020, bit.ly/34xUXze.

3. *L'ecosistema De Filippi*

Come già accennato, *Uomini e donne* è un programma molto ben radicato all'interno della fascia di palinsesto di Canale 5 che occupa da più di 20 anni. Ovviamente, per meglio posizionare lo show nel palinsesto e per meglio intercettare il target ideale del programma, sono stati fatti diversi interventi alla sua formula, modificando le regole del gioco e, in alcuni casi, anche creando delle puntate speciali per rispondere all'esigenza di approfondire alcune storie o per rivivere momenti che il pubblico aveva considerato particolarmente significativi o emotivamente toccanti⁸. In queste occasioni il programma migra anche di fascia oraria, trasferendosi nella prima serata e occupando il venerdì o il sabato sera, quasi a far da traino o da sostituto per un altro evergreen targato Maria De Filippi, *C'è posta per te* (2000-in produzione) che dal 2002 occupa stabilmente il sabato sera.

Il ruolo di Maria De Filippi rispetto a *Uomini e donne* merita un po' di attenzione. De Filippi conduce lo show fin dalla sua nascita, agli esordi vista la sua natura di talk show il ruolo della conduttrice è ovviamente centrale, il suo compito è quello di introdurre le storie e i loro protagonisti, di raccontare il passato dei personaggi, ma anche di interrogarli e pungolarli sui loro sentimenti e sulle ragioni che li hanno condotti in trasmissione. Maria mette uomini e donne che partecipano al programma davanti alle loro difficoltà relazionali e li invita, con il suo stile sobrio e distaccato, a confrontarsi e a dialogare, sollecitando anche l'intervento del pubblico presente, formato da volti diventati famigliari agli spettatori perché presenti per lunghi periodi. La conduttrice passeggia per lo studio, si aggira tra i presenti, funge da

⁸ Esempi di queste puntate speciali sono: *Uomini e donne e poi...* (estate 2014, fascia pomeridiana); *Speciale Uomini e donne – Gemma, Giorgio e la lettera che non gli ha mai dato* (venerdì 3 giugno 2016, prima serata); *Speciale Uomini e donne – Le Olimpiadi della TV* (sabato 18 marzo 2017, prima serata); *Speciale Uomini e donne – La scelta* (3 puntate, 15 e 22 febbraio e 1 marzo 2019, prima serata).

moderatrice dando la parola a chi vuole intervenire, precisa e arricchisce i racconti dei protagonisti.

Nel tempo, però, con il modificarsi del programma e della sua formula si modifica anche il ruolo della conduttrice. A partire dal 2001, con la svolta del programma verso il *dating show*, fanno la loro comparsa gli opinionisti che affiancano Maria nel puntualizzare e sottolineare i diversi aspetti delle storie raccontate e che ricoprono un ruolo più scomodo, andando spesso a scontrarsi con i protagonisti, ponendosi in opposizione rispetto a loro, innescando rivalità e tensioni e facendo emergere simpatie e antipatie in modo molto plateale. Il ruolo di Maria De Filippi in questa nuova e lunga stagione dello show si colloca quindi un po' più a margine: rigorosa e pacata, la conduttrice si trova spesso a dover quietare gli animi di dame, cavalieri e opinionisti, riportando la discussione su aspetti più oggettivi. Ad andare in giro per lo studio e a scontrarsi apertamente con i concorrenti è invece l'opinionista Tina Cipollari, la cui antipatia nei confronti di Gemma Galgani è il pretesto per innescare litigi e commenti acidi e taglienti.

Trono over è chiaramente una creatura di Maria De Filippi e per ricordarcelo vengono messi in campo numerosi espedienti che pongono il programma all'interno di un ecosistema televisivo che vede al centro De Filippi come autrice e produttrice. *Uomini e donne* è nato da una costola di *Amici* quando questo era ancora un semplice talk show, ma nel corso degli anni si è ibridato anche con i diversi programmi della costellazione De Filippi. Prima con *C'è posta per te*, quando nel 2001 vengono realizzate alcune puntate di *Uomini e donne* dal titolo *C'è una cartolina per te* in cui le storie raccontate vengono gestite con le modalità del famoso programma del sabato sera. Poi con la nuova incarnazione del programma *Amici di Maria De Filippi* (2001-in produzione), per cui dentro a *Trono over* fanno la loro apparizione sempre più numerosi momenti musicali, il ballo diventa un modo per esprimere i propri sentimenti e su cui si viene giudicati, le dediche musicali e le canzoni che si ascoltano

nel programma sono spesso brani resi noti dai concorrenti di *Amici di Maria De Filippi*⁹. Anche gli opinionisti transitano senza troppe difficoltà da un programma all'altro e così nel *Trono over* ritroviamo volti molto noti agli spettatori di *Amici* come Garrison Rochelle e Rudy Zerbi che partecipano rispettivamente nel ruolo di giudice di ballo e inviato, senza dimenticare Gianni Sperti, opinionista storico del *Trono over* (ricopre questo ruolo continuativamente da 15 anni e lo ha ricoperto anche nel periodo 2001-2004), ma che a sua volta è stato ballerino professionista ad *Amici* per 3 stagioni tra il 2005 e il 2007.

Vanno inoltre ricordati, come componenti importanti di questo ecosistema, anche il sito Internet "wittytv.it" e il magazine "Uomini e donne". "Wittytv.it" è il sito ufficiale nel quale è possibile trovare tutti i contenuti televisivi creati dalla casa di produzione Fascino e attraverso il quale è possibile candidarsi per i casting dei diversi programmi di Maria De Filippi. Dal 2018 è nato inoltre il settimanale "Uomini e donne Magazine" che si pone come brand extension di *Uomini e donne*, edito da Fivestore – divisione editoriale RTI SpA – in collaborazione con il Gruppo Mondadori e Fascino P.g.t. Si tratta della rivista ufficiale del programma, con interviste ai protagonisti, dietro le quinte e rivelazioni inedite sui beniamini del pubblico. Non mancano infine i contenuti social, con i profili ufficiali Instagram (3 milioni di follower e oltre 4.000 post), Facebook (2 milioni e 300 mila follower) e Twitter (104.755 follower) e l'hashtag ufficiale #UominieDonne.

Nonostante le sue estensioni in altri media, *Uomini e donne* non aderisce pienamente alla definizione di "transmedia format" data da Axel Fiacco, poiché la sua architettura transmediale non è esibita e incorporata nello show, né chiaramente pianificata fin dall'ideazione del programma (Fiacco 2015, p. 176). È comunque rilevante il fatto che, trattandosi

⁹ Per esempio, nella edizione 2019/2020 del *Trono over* compare il brano *Amore a lieto fine*, inedito interpretato e reso popolare da Giulia Molino ad *Amici di Maria De Filippi* 2019/2020.

di un programma molto longevo, questo si sia adattato a diverse abitudini di consumo, arricchendo la sua presenza nella vita del pubblico anche grazie a estensioni transmediali che vanno appunto dalla più tradizionale rivista cartacea acquistabile in edicola ai più nuovi profili social. Chiaramente Maria De Filippi ama molto i suoi prodotti e conosce molto bene il suo pubblico, un pubblico che la segue in maniera costante da molti anni attraverso diversi canali e media, e che ha decretato il successo e la stabilità all'interno del palinsesto dei tre prodotti da lei ideati e condotti: *Uomini e donne*, *C'è posta per te* e *Amici di Maria De Filippi*. Le componenti di questa triade, che dal 1996 accompagna i pomeriggi e le serate del pubblico di Canale 5, sono poste in costante dialogo tra loro, con rimandi di varia natura (musicali, appunto, ma anche di volti e di storie) che rendono il pubblico partecipe e che diventano estremamente soddisfacenti e rassicuranti quando vengono riconosciuti e ricordati.

4. *Le donne a Trono over*

Ma veniamo alle donne di *Trono over*. O meglio, veniamo alle dame, visto che è questo l'appellativo scelto per identificare le protagoniste femminili dello show. Secondo il dizionario Treccani “dama” è “titolo onorifico esteso a tutte le donne di famiglie nobili, poi, per cortesia, anche a quelle di famiglie distinte”, ma anche “donna che presta attivamente la sua opera in un ente di assistenza o di beneficenza, in particolare nella Croce Rossa”, ancora: “nei balli di società, la donna che danza in coppia col ballerino, cioè col suo cavaliere” e infine la “donna amata (anche oggi, nell'uso fam. tosc., la fidanzata), oppure la moglie”¹⁰.

Gli stereotipi sul ruolo femminile sono tutti racchiusi in questa scelta lessicale *démodé*: la donna è metaforicamente nobile, è distinta, si dedica ad attività di cura e assistenza

¹⁰ Voce “dama”, Vocabolario Treccani, bit.ly/2J6YIsE.

(e magari è madre, o lo vuole diventare), balla in coppia con il suo cavaliere (esattamente come di frequente succede nel programma...) e infine, e solo come ultima accezione, è amata e può aspirare al fidanzamento e al sospirato matrimonio. Un orizzonte della femminilità decisamente ristretto, in cui la donna viene fin dal titolo del programma relegata a un ruolo marginale e in cui essere scelta per una conoscenza e forse una relazione è già il massimo a cui può aspirare. A fare da contraltare c'è il "cavaliere", termine che implica a sua volta un universo fatto di nobiltà, lealtà, coraggio e generosità, qualcuno insomma che dimostri verso le donne modi signorili "da gentiluomo, ed è spec. gentile, premuroso e rispettoso con le donne [...]. Nei balli e in società, chi balla con una dama o chi l'accompagna; anche, più genericam., chi accompagna una donna in occasioni di vario tipo"¹¹. Ed ecco che il pubblico precipita nel diciannovesimo secolo, quando le donne non avevano diritto di voto e forse nemmeno di parola.

Le donne al *Trono over* hanno certamente facoltà di prendere parola e non hanno timore di raccontarsi, ma da questi racconti emerge fortemente l'immagine di donne che non si bastano mai, che hanno bisogno di uomini al loro fianco per sentirsi realizzate e che tra loro non si supportano, ma sono anzi sempre pronte a criticare le scelte e le vite delle altre. Soprattutto se c'è di mezzo un cavaliere conteso.

Ma lo stereotipo non si ferma qui. Le donne della trasmissione sono accomunate da un look quasi standardizzato, mèches bionde, pantaloni attillati e tacchi a spillo sembrano imporre una sorta di *dress code* a cui tutte le partecipanti devono sottostare. I capelli sono in piega perfetta, la manicure sempre fresca, mai una sbavatura nell'aspetto fisico, i bottoni sul *décolleté* sempre slacciati, le trasparenze e gli spacchi assai apprezzati. Come notano Montemurro e Chewning, "having a youthful and desirable body is a key narrative in these shows and the women go to great lengths to fight

¹¹ Voce "cavaliere", Vocabolario Treccani, bit.ly/3kA65Bu.

the appearance of aging” (Montemurro, Chewing 2018, p. 465). Essere desiderabili, essere scelte, essere over ma sembrare young sono sicuramente spinte forti, che muovono le dinamiche relazionali nel programma e che spingono le donne a costruire una apparenza omologata, nel tentativo di allontanare il rischio di non essere più rappresentate e rappresentabili (Liddy 2015, p. 600).

Ma siamo in buona compagnia, a quanto pare: come nota Flavia Barca, infatti, anche negli USA,

secondo uno studio del Center for the Study of Women in Television & Film (Lauzen, 2017) condotto su fiction, comedy e reality, la situazione in televisione è solo leggermente migliore, con un 42% di presenze femminili tra i personaggi principali e il 28% tra i ruoli sopra la linea (regista, produttore/ttrice etc). Le registe non superano però il 17% e anche in televisione le figure femminili sono sostanzialmente giovani. Mentre permangono molto forti gli stereotipi circa i ruoli interpretati: la donna è madre o moglie, l'uomo imprenditore (Barca 2018, p. 165).

Le donne scarseggiano dagli schermi e quando sono presenti ricoprono ruoli stereotipati non rappresentativi della complessità di ruoli che esse rivestono nella vita reale. E sono tutto fuorché anziane. Prendiamo come esempio le dame del *Trono over* 2019/2020: Carlotta ha 35 anni, Veronica e Roberta 38, Diana 39, Arianna 40, Valentina M. 48 e Simonetta 50. Certo, nel *parterre* del programma sono presenti qua e là anche donne più mature, over 70 con look sobri, occhiali da presbite e collant coprenti. Si tratta però di elementi di contorno, donne il cui ruolo è quello di rappresentare elementi della scenografia di *Trono over* e di giustificare il nome del programma, ma che non saranno mai protagoniste, se non per brevi momenti, spesso declinati nella forma di siparietti comici e leggeri. Come nota Elisa Giomi, infatti, “fuori da *Velone* (Canale 5) e fuori dal travestitismo di *Platinette*, in televisione una signora in carne e attempata non si è mai vista” (Giomi 2012, p. 22). O, quando si è vista, la si è voluta normalizzare ringiovanendola il più possibile e abbigliandola in

modo da nascondere anche il più piccolo difetto. Certo, con *Trono over* abbiamo visto anche delle novantenni rappresentate in TV, come la vivacissima Rosetta, scomparsa qualche anno fa, che pare abbia in un certo senso dato il via all'idea di portare in TV anche una categoria anagrafica di solito dimenticata¹². A ricoprire il ruolo di dama over per eccellenza c'è sostanzialmente solo Gemma Galgani, primadonna assoluta del programma fin dalla sua nascita, costantemente in cerca dell'anima gemella, oggetto di continui sberleffi e insulti da parte della Cipollari e di Sperti, e spesso protagonista di corteggiamenti timidi e romantici e, come vedremo, di una curiosa e molto criticata relazione.

5. *Gemma, Nicola e gli effetti del Covid-19 sul programma (e sul pubblico)*

Come abbiamo avuto modo di vedere, *Uomini e donne* è un programma che nel corso degli anni non ha avuto paura di sperimentare nuove modalità di racconto, di cambiare le regole del gioco e di aprirsi verso nuovi protagonisti come gli anziani o gli omosessuali, nei quali il grande pubblico televisivo non sempre riesce a riconoscersi. Nel corso della stagione televisiva 2019/2020 i cambiamenti vissuti dal programma sono stati provocati principalmente dall'emergenza sanitaria dovuta al virus Sars-CoV-2, che a partire dalla fine del mese di febbraio 2020 ha travolto tutti i palinsesti televisivi. Il programma infatti, una volta terminate le puntate registrate precedentemente, è andato in onda "in formato 'smart' (tronisti distanziati) fra il 20 marzo e il 1° maggio (si è tornati alla formula quasi normale dal 4 maggio)"¹³. Proprio da questo formato smart è nata una *storyline* che ha garantito l'attenzione del pubblico e soprattutto una forte

¹² F. Canino, *Uomini e Donne: è morta Rosetta*, in "Panorama", 12/01/2015, bit.ly/2HFCwju.

¹³ A. Grasso, "Uomini e donne", *i tronisti del pomeriggio non hanno mai rivali*, in "Corriere della Sera", 05/07/2020, p. 39.

ripresa del programma nei dati di ascolto al momento del ritorno alla formula tradizionale, benché leggermente penalizzata da alcune norme di distanziamento sociale. Durante il lockdown infatti è stata proposta una formula nuova, in cui alcuni corteggiatori potevano rivolgersi a Gemma Galgani solo attraverso la scrittura, senza rivelare la propria identità. In molte occasioni è stata usata l'etichetta *Uomini e donne Tinder* per descrivere questa modalità di racconto, effettivamente molto anomala per la televisione generalista tradizionale e per i fan del programma. Dal punto di vista degli ascolti, come nota Aldo Grasso, “la versione ‘smart’ è stata però un vero e proprio impiccio per la regina: 2.016.000 spettatori medi, 12,5% di share”¹⁴, ma ha funzionato per costruire suspense intorno al misterioso Sirius, corteggiatore senza volto e senza età di Gemma Galgani, che si è dichiarata in più occasioni convinta del fatto che Sirius fosse un uomo adulto a causa dei riferimenti, delle citazioni e della sensibilità che le sue lettere lasciavano trasparire.

Al rientro in studio, in occasione di una patinatissima esterna in cui si racconta il romantico primo incontro tra i due, Gemma e gli opinionisti scoprono, con molto stupore, che Sirius è un ragazzo di 26 anni. Il primo incontro tra loro è una summa di stereotipi, dove l'unica novità è rappresentata dall'utilizzo di guanti e mascherine protettive: i due si incontrano di sera, tra luci calde e soffuse, in uno scenario romantico e vestiti di bianco. Nicola arriva ovviamente con un mazzo di fiori per Gemma e il programma torna a volare con “2.750.000 spettatori medi, 20,6% di share”¹⁵.

Ma gli ascolti non sono l'unica cosa che vola dopo l'inizio di questo corteggiamento. Volano infatti anche parole pesanti tra Gemma e gli opinionisti Sperti e Cipollari. Nessuno in studio sembra accettare la situazione e tutti trovano ridicolo che un ventiseienne possa essere interessato a una donna

¹⁴ *Ibidem*. Nota sempre Grasso che nel periodo pre-Covid il programma raccoglieva una media 2.651.000 spettatori con uno share del 21,7%.

¹⁵ *Ibidem*.

così tanto più grande di lui. I commenti sono acidi e anche piuttosto offensivi, la Cipollari in particolare non risparmia nulla all'odiata Gemma e ironizza continuamente sul fatto che una donna esca con un uomo così tanto più giovane arrivando addirittura a dire a Nicola che si deve vergognare e sospettando un comportamento poco onesto da parte del ragazzo. Su questo commento Sperti rincara la dose e dice a Gemma che invece è proprio lei che dovrebbe vergognarsi di farsi corteggiare da un ventiseienne¹⁶.

In quell'occasione viene prima mostrata una esterna nella quale Nicola si reca senza preavviso a casa di Gemma, le porta l'aperitivo e conversa con lei, mandando via i cameramen ad un certo punto della serata. Dopo aver visto il video, all'ingresso di Gemma in studio la Cipollari non si contiene e la accoglie con un acido commento: "Eh capirai, già si è messa il vestito premaman...". La battuta viene accolta con una risata fragorosa da Sperti. Pur con i limiti di scrittura imposti da un programma popolare come questo, stupisce la completa mancanza di apertura nei confronti di un tema che meriterebbe di essere trattato con molta più serietà, la sessualità e l'affettività delle donne oltre una certa età sono ribadite come argomento tabù, o al limite sono oggetto di scherno:

La condizione delle donne in età è sostanzialmente oppressa da un cumulo di vizi mentali sui quali spicca quello sulla sterilità, uno stigma antropologico che un tempo equivaleva a una vera e propria espulsione dal gruppo sociale. La donna non più fertile diventava automaticamente "una vecchia". È questo uno dei nodi attorno ai quali si modula il disagio della vecchiaia al femminile.¹⁷

Eppure, come nota Grasso, il pubblico fidelizzato a Maria De Filippi e a *Uomini e donne* è "molto femminile, con un'età medio-bassa (54 anni)"¹⁸, un pubblico dunque che dovrebbe

¹⁶ Puntata del 5 giugno 2020.

¹⁷ M. Portello, *Donne che invecchiano*, in "Doppiozero", 11/04/2018, bit.ly/3oyUpkB.

¹⁸ A. Grasso, "Uomini e donne", *i tronisti del pomeriggio non hanno mai rivali*, cit.

sentirsi coinvolto in storie come quella di Gemma e Nicola. Il pubblico del programma predilige i corteggiamenti da romanzo rosa, non disdegna i drammi e le lacrime, si crogiola nelle liti e nelle rivalità, non ne vuole sapere, insomma, di affrontare temi complessi come l'invecchiamento e l'affettività e appiattisce l'argomento in un'eterna e romantica ricerca dell'anima gemella. Questo genere di racconto è nella maggior parte dei casi scritto e costruito grazie al lavoro delle autrici e degli autori dello show, ma nella storia di *Uomini e donne* non sono mancate relazioni amorose nate in studio e durate ben oltre qualche puntata. Laddove la storia è durevole si deve trattare di una relazione normalizzata di cui non ci si deve vergognare a parlare, ed è chiaro che la storia tra Gemma e Nicola non può avere questo destino, non è una relazione facilmente comprensibile dal pubblico.

Il settimanale "Chi" prova ad inserire questa relazione in un contesto in cui risulti quantomeno accettabile, ma l'esito è comunque paternalistico e standardizzante. Sul numero 24 del 10 giugno 2020 troviamo infatti un'intervista alla famiglia di Nicola, composta esclusivamente da mamma e nonna (di cui non è menzionata l'età, ma che potrebbe essere coetanea di Gemma), intitolata *Gemma, le mie donne hanno detto sì*¹⁹, che implicitamente insinua la necessità di una autorizzazione da parte della famiglia per rendere possibile questa relazione che normalmente non viene messa in atto nel caso opposto, cioè quando in una coppia è l'uomo ad essere molto più maturo della donna. A fianco di questo articolo ne appare poi uno sulle coppie vip in cui la donna è più grande dell'uomo, a firma della psicologa e psicoterapeuta Ilaria Squaiella dal titolo estremamente significativo: *Nuove Tendenze. Il principe azzurro? Meglio se ha 20 anni meno di me*²⁰. Nel dialogo che si instaura tra programma televisivo e stampa popolare il messaggio che viene ribadito con forza è sempre lo stesso: care donne, accompagnarvi ad uno uomo più giovane si può anche fare,

¹⁹ G. Parpiglia, *Gemma, le mie donne hanno detto sì*, in "Chi", n. 24, 10/06/2020, pp. 116-119.

²⁰ I. Squaiella, *Nuove Tendenze. Il principe azzurro? Meglio se ha 20 anni meno di me*, *Ibidem*, pp. 120-124.

ma si tratta chiaramente di una moda e come tale probabilmente effimera e passeggera e voi, che nel 2020 cercate ancora l'uomo perfetto, il principe azzurro, non sarete mai appagate da una relazione con un uomo molto più giovane di voi.

Sebbene un lavoro accurato di analisi della ricezione rimanga al di fuori degli obiettivi di questo articolo è comunque utile soffermarsi rapidamente sulla risposta che il fandom del programma ha dato alla vicenda di Gemma e Nicola. Ci vengono dunque in aiuto i numerosi forum e le pagine social gestite dai fan del programma, nelle quali gli appassionati sostenitori dello show commentano le scelte e le relazioni intraprese dai protagonisti. Al momento dei primi contatti tra Nicola e Gemma i fan sottolineano subito la questione della differenza di età con frasi come “Ma che dignità non hai a 70 anni per prestarti a tutto pur di farti vedere?”²¹, al quale risponde subito dopo un altro utente commentando: “Io sto ridendo come un matto. Non sono neanche contrario alle relazioni con differenza d'età, però è davvero inconcepibile tutto ciò”²²; la chiosa finale spetta a un terzo utente che conclude con la frase: “Che roba squallida io penso che lui stia fingendo, ma lei no perché dovrebbe essere un'attrice nata per recitare così bene”²³.

Le cose non vanno meglio per Gemma e Nicola qualche settimana dopo quando, in occasione della puntata del 21 maggio 2020 con una esterna di Gemma e Nicola al parco, i fan si scatenano con i commenti negativi sulla differenza di età tra i due usando foto di nonne e nipoti al parco e commenti come quello dell'utente GF FAN che scrive: “Alla fine noi ci divertiamo e la prendiamo a ridere ma se mi fermo a pensare che la nonna di Sirius è coetanea di Gemma veramente mi sento io a disagio per loro”²⁴.

I fan si dividono tra coloro che credono sia tutto un fake per risollevarne le sorti di un programma in crisi di ascolti, e

²¹ Commento di Olimpico85, 04/05/2020, bit.ly/35K31fR.

²² Commento di marcop3, 04/05/2020, *Ibidem*.

²³ Commento di KassaD1, 04/05/2020, *Ibidem*.

²⁴ Commento di GF FAN, 21/05/2020, bit.ly/34yrSDO.

coloro che invece sono infastiditi dalla differenza di età che ritengono inaccettabile, come l'utente haske che commenta: "Parliamo di 45 anni d'età che li distanzia e, come ho già detto più volte, non c'è alcuna garanzia che sia un rapporto sano, ma potrebbe nascondere dei complessi non superati"²⁵.

Le cose non cambiano di molto spostandosi su altre piazze virtuali nelle quali i fan si confrontano sulla relazione tra Gemma e Sirius. Prendiamo ad esempio alcune pagine Facebook, come la pagina "Gemma Galgani di Uomini e Donne Trono Over", gruppo pubblico con 20.945 membri che, a un post del 14 maggio 2020 che ricorda che la mamma di Nicola ha vent'anni meno di Gemma, commentano con perfetti toni da *haters*: "Fate schifo e vecchia schifosa vergognati"; "Ma questa donna, la dignità dove? La suocera più piccola di lei, cioè gli potrebbe venire figlia anche Lei, ma finiamola" (sic); "Si si gemma ridi ridi che Maria ha fatto i gnocchi non te ne rendi conto che ti stanno prendendo in giro mo quanto mai un ragazzo iovane si perde con una donna della tua età svegliati" (sic). In rari casi qualche timida voce fuori dal coro prova a definire "carini" i due assieme, o esprime disponibilità nei confronti della relazione, ma viene subito tempestate di commenti negativi da parte degli altri utenti che disapprovano la relazione focalizzandosi sulla differenza di età e insultando Gemma con commenti come: "Gemma dovrebbe vergognarsi solo a guardarlo sto ragazzino"²⁶. Anche la pagina Facebook ufficiale del programma non si discosta nei toni dei commenti degli utenti, che insistono fortemente sulla dinamica nonna-nipote tra i due e ammettono imbarazzo al pensiero che Nicola abbia una madre molto più giovane di Gemma.

Il tono derisorio e pungente usato nei confronti di Gemma da parte degli opinionisti del programma si ritrova dunque in maniera molto diffusa anche nelle opinioni dei fan e degli spettatori di *Trono over* che, pur apprezzando la novità della proposta in un momento in cui il programma non brilla

²⁵ Commento di haske, 07/06/2020, bit.ly/3jB9vTg.

²⁶ bit.ly/3owM5Sy.

nei dati di ascolto, non si dimostrano disposti ad accettare una differenza di età così importante tra corteggiatore e corteggiata, esprimendo in modo molto franco il loro disagio nei confronti di questo aspetto.

6. Conclusioni

Trono over è un programma alimentato da una tensione costante tra innovazione e tradizione: sebbene sperimenti con successo modalità originali di racconto, che riguardano protagonisti con più di 40 anni fino ad arrivare agli ultraottantenni, resta comunque un programma in cui si ribadiscono stereotipi di genere molto radicati. Aldo Grasso si è più volte scagliato contro Maria De Filippi e il suo modo di fare televisione, sottolineando recentemente che

alle donne Maria De Filippi fa sempre fare la figura delle azzerbinate. [...] Il copione si ripete simile, con strabiliante potenza narrativa, stagione dopo stagione. Lui si sente il gallo del pollaio, la relazione monogama gli va stretta (eufemismo) per quanto ne apprezzi le comodità domestiche. Lei lo venera, ne è quasi dipendente e ne perdona ogni malefatta, pensando forse di non poter meritare o trovare di meglio.²⁷

Non è certo il modo migliore per rappresentare la complessità dei rapporti sentimentali, ma è effettivamente riscontrabile con facilità all'interno del programma. *Trono over* adotta una modalità di racconto che non riesce mai veramente a promuovere nessun tipo di evoluzione o avanzamento nei rapporti tra uomini e donne, costantemente ricondotti all'archetipo classico cavaliere/dama (o donzella in pericolo/principe azzurro), soprattutto quando i protagonisti sono gli over. A mancare sono sostanzialmente una cultura e una pedagogia dell'invecchiamento, che resta solo

²⁷ A. Grasso, "Temptation Island": ego smisurati e smania di apparire, in "Corriere della Sera", 06/07/2020, p. 47.

uno spauracchio da combattere con ogni mezzo possibile. In ambito televisivo la fiction si è rivelata capace di incorporare con grande efficacia il tema dell'*aging* con prodotti come *Il metodo Kominsky* (*The Kominsky Method*, 2018-in produzione, Netflix) o *Feud* (2017, FX) così come il tema della sessualità femminile dopo la giovinezza ad esempio con *Wanderlust* (2018, BBC-Netflix), ma lo stesso non possiamo dire della *non-scripted* TV. Quella televisione che dovrebbe raccontare il reale e costruire prossimità con la sua audience preferisce piuttosto raccontare mondi immaginari e fantascientifici, nei quali gli uomini pagano sempre il conto e le donne hanno i capelli sempre freschi di messa in piega. Non importa, allora, quante discussioni si facciano nello studio di *Uomini e donne*, quanto si litighi o si pianga, quanto si lotti in nome dell'amore: alla fine ad uscirne sconfitte sono proprio quelle donne over 50 che rappresentano la più grossa fetta di audience dello show e a cui il programma non è in grado di dare voce.

Bibliografia

Barca, F.

2018 *Le diseguaglianze di genere nella società dello spettacolo*, in "Economia della Cultura", n. 1-2, pp. 163-172.

Barra, L.

2015 *Palinsesto. Storia e tecnica della programmazione televisiva*, Laterza, Roma-Bari.

Fiacco, A.

2015 *Transmedia Formats and the Evolution of the Talent Show: Programmes, Genres, Successes*, in "Comunicazioni sociali", n. 2, pp. 175-182.

Giomi, E.

2012 *Da "Drive in" alla "Makeover Television". Modelli femminili e di rapporto fra i sessi nella TV berlusconiana (e non)*, in "Studi culturali", n. 1, pp. 3-27.

Grasso, A.

2019 *Storia critica della televisione italiana*, in collaborazione con L. Bar-ra e C. Penati, 3 voll., Il Saggiatore, Milano.

Grasso, A., Scaglioni, M.

2003 *Che cos'è la televisione*, Garzanti, Milano.

Grignaffini, G.

2012 *I generi televisivi*, Carocci, Roma.

Liddy, S.

2015 *Stories We Tell Ourselves: Writing the Mature Female Protagonist*, in "Sexuality & Culture", n. 19, pp. 599-616.

Montemurro, B., Chewning, L.V.

2018 *Aging "Hot": Images and Narratives of Sexual Desirability on Television*, in "Sexuality & Culture", n. 2, pp. 462-478.