

Donne in tv La qualità si tinge di rosa

Lei si chiama Alice, e il nome le si addice davvero, minuta e sottile com'è. È il nome della protagonista di una delle favole più belle e conosciute al mondo, un nome da bambola, un nome grazioso come lo sono le bambine che giocano a fare le donne. Un nome che a pronunciarlo, nel buio della regia, fra le lucine del mixer e i monitor alla parete, quanto meno sorprende, perché non ti aspetti che a guidare una squadra di uomini, giovani e meno giovani, alle prime armi o di provata esperienza, ci sia proprio lei. Trent'anni appena e un faccino che non ha perso la dolcezza di bimba, eppure Alice è padrona del suo mestiere. Un mestiere, quello di regista, che ha appreso "sul campo", lavorando sodo, unica donna fra decine di uomini, nella piccola emittente tv che l'ha vista crescere, umanamente e professionalmente. A parlarle si coglie la passione che nutre ogni suo gesto, la voglia di imparare, di confrontarsi per migliorare, senza timore delle responsabilità.

È un talento Alice e i suoi "capi" lo sanno, e con intelligenza la valorizzano, le offrono stimoli e opportunità. Non come accade in altre più grandi emittenti, dove poche donne rivestono ruoli di responsabilità o sono valorizzate solo sotto il profilo estetico. Tuttavia, dopo lo scandalo della cosiddetta "clausola di gravidanza" presente nei contratti siglati dalla Rai con le sue giornaliste – che consente il licenziamento se l'emittente ritiene che la gravidanza comprometta la produttività della collaboratrice –, la Rai finalmente ha inteso dare un segnale di discontinuità. Il dg Lorenza Lei ha annunciato che a partire dal mese di aprile sarà monitorata la presenza delle donne nei palinsesti dei tre canali in chiaro, con particolare attenzione per il *prime time*. Inoltre, sul canale digitale Rai 5 sarà prodotto un programma pensato per il pubblico femminile e intitolato *Talento donna*, mentre sul sito *rai.it* sarà aperto un blog dedicato all'universo femminile. Un annuncio che accogliamo positivamente, come punto di partenza, in attesa dei fatti. ■



PINTEREST

Il social network per immagini

D'ora in poi la parola d'ordine è "pin-nare" e chi non "pinna" è decisamente retrò. Il verbo fa riferimento all'utilizzo di un nuovo *social network* che a differenza di Facebook e Twitter consente di postare e condividere non più parole ma immagini. Nato negli Usa due anni fa, Pinterest ha raccolto un successo strepitoso, con dieci milioni di utenti in quattro mesi, e in Italia ha già conquistato numerosi fan. Il nome viene dall'unione di *pin*, ovvero puntina, e *interest*, interesse, e indica l'azione di "appuntare" su bacheche virtuali le immagini preferite. In sostanza, ogni utente può creare bacheche per aree di interesse, come la moda, il design, la cucina, e "pinnare" su di esse le immagini degli abiti, gli oggetti e le torte che preferisce. Su ogni foto si possono aggiungere descrizioni e taggare altri utenti, ed è possibile "ripinnare", ovvero riaffiggere, i *pin* dei nostri amici. C'è chi dice che Pinterest è figlio dei ritmi accelerati della modernità, che sottraggono tempo alla parola in favore di forme di comunicazione immediata. È possibile, ma ci piace anche pensarlo come un altro strumento di connessione fra gli individui, che pur risucchiati dal vortice dei tempi moderni non possono fare a meno di vivere in comunione con gli altri.

MODA E WEB

Contro i disturbi alimentari

L'obiettivo dell'appello lanciato da Vogue è quello di utilizzare il web per combattere i disturbi alimentari, nella convinzione che l'efficacia di ogni azione passi per «un impegno condiviso e diffuso». La rivista di moda invita alla creazione di blog e *community* intesi quali spazi di dialogo rivolti ai giovani, e in particolare a coloro che soffrono di queste silenziose, incomprese patologie. Nel mirino di Vogue ci sono i siti pro anoressia e bulimia: una petizione promossa dal magazine ha raccolto oltre dieci mila firme.

C. Scavolini/LaPresse