



Citation: Marinella Belluati (2020) Meccanismi di riproduzione del gender gap nella sfera politica e nei media. *Società Mutamento Politica* 11(22): 69-78. doi: 10.13128/smp-12629

Copyright: ©2020 Marinella Belluati. This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<http://www.fupress.com/smp>) and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Data Availability Statement: All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

Competing Interests: The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

Meccanismi di riproduzione del *gender gap* nella sfera politica e nei media

MARINELLA BELLUATI

Abstract. The aim of this contribution is to examine the gender inequalities issues, particularly those of women, within the political communication field and leadership processes. Despite several recommendations to reduce the gender gap, women continue to be under-represented in all sectors of society. The question tackles several aspects as the real political opportunities for women to access into public careers and their difficulty of being correctly represented in a still strong masculine culture. The starting point is the imbalance of power into public and political fields and the difficult to affirm gender opportunities in a communicative space where digitalization processes are accentuating inequalities. Along with resistance linked to the dominant political culture, the media system is also responsible for this imbalance. On the one hand, it reproduces cultural models that penalize gender representations, on the other hand, it not intervenes enough to contrast his internal structural imbalance. In addition, the action of gender-related political movements is showing effectiveness in changing the policy making. The broad literature confirms that the problems are not new, but the current political and social situation and the great transformation that has taken place in the field of political communication obliges us to review the theoretical and empirical background.

Keywords. Gender gap, gender representation, gender politics, female leadership.

Il rapporto tra genere e politica rappresenta un tema cruciale per ogni società matura che però fatica ancora ad essere messo al centro del dibattito democratico, nonostante la più volte denunciata disparità di trattamento e sotto-rappresentazione delle donne nei ruoli decisionali (Duverger 1955; Connell 2002; Campus 2013; Ross 2017) e le esortazioni di organismi internazionali ad introdurre correttivi che vadano a colmare il divario.

Un indicatore, tra i molti, che inquadra bene questo squilibrio è sicuramente il *Global general gap performance* del *World Economic Forum*¹ il quale conferma, anche per il 2020, un trend insoddisfacente. Pur con marcate differenze territoriali (i paesi del nord Europa continuano a risultare migliori in termini di pari opportunità), l'indice complessivo mostra che la parità di genere non viene raggiunta in nessuna macro area monitorata (economia, educazione, salute e politica) e ribadisce che la dimensione politica resta la più problematica.

Alla base, vi è, indubbiamente, la questione culturale di rapporto tra i sessi, ancora profondamente radicata, che ostacola le carriere femminili e la piena affermazione delle più ampie questioni di genere all'interno nel dibattito

tito pubblico e politico. Sul piano identitario la costruzione della sfera pubblica femminile deve affrontare nuovamente la tensione tra dimensione pubblica e privata, spesso vero e proprio nodo irrisolto dell'identità di genere. Se si guarda al ciclo di *policy* di lungo periodo, si deve ammettere che nel momento in cui i temi della parità di genere hanno ottenuto attenzione politica e riconoscimento pubblico, soprattutto grazie ai movimenti femministi degli anni Settanta, la situazione è migliorata, ma nel tempo la loro forza è andata affievolendosi (Fraser 2013). La spinta riformatrice dei primi movimenti femminili organizzati è andata via via "normalizzandosi", paradossalmente, con l'assunzione politica del tema e il raggiungimento di alcuni obiettivi importanti come la tutela del lavoro e della salute delle donne, il diritto all'interruzione di gravidanza e importanti norme in tema di genitorialità e di assistenza familiare. Tutte questioni intorno a cui si torna a discutere dato il peggioramento del clima generalizzato. La ragione è semplice perché a fronte della grande spinta propulsiva del secolo scorso non è avvenuta, in parallelo, la piena inclusione delle donne all'interno delle istituzioni e delle *policy* di genere nell'agenda pubblica.

La crisi economica ha sicuramente reso più visibile la difficoltà delle donne di accedere alle risorse economiche e sociali (perdita di occupazione, contrazione dei salari, indebolimento di alcune tutele) e mostrato un loro ritorno alla sfera privata. La parabola discendente, però, inizia ben prima. L'affermazione di inizio secolo di forme sempre più aggressive di neoliberalismo ha poco per volta eroso alcuni pilastri dell'organizzazione sociale (la classe media, il sistema formativo, i sistemi di *welfare*) rimettendo in discussione identità sociali e politiche. In questo contesto, le questioni legate al genere hanno avuto la peggio in termini di tutela anche perché si sono aperte tensioni interne tra movimenti femministi più tradizionali e quelli post-femministi o intersezionali (McRobbie 2008). Questo ha fatto perdere loro potere negoziale nel ridefinire il rapporto tra questioni di genere, politica e società. Il mutamento dello scenario culturale, unito ad un ricambio generazionale e all'affermazione di nuovi movimenti identitari legati alla rivendicazione della più ampia galassia LGBTQ+, stanno riaccendendo una nuova fase rivendicativa e di mobilitazione dagli esiti ancora poco espressi.

In tempi recenti, si è aperta una nuova fase movimentista, come rivela il successo di MeToo a livello planetario o di SNOQ (Se Non Ora Quando) a livello nazionale, e dei movimenti *queers*. La pressione di tutte queste iniziative ha finora però raggiunto solo risultati simbolici e mediatici (Xiong et alii 2019; Trott 2020; Giomi 2018) mentre sul piano dell'intervento pubblico gli effetti

non sono ancora così evidenti. È sufficiente ricordare la difficoltà dell'iter parlamentare della legge Cirinnà sulle Unioni Civili nel 2016, del più recente accidentato percorso della legge contro l'omofobia oppure la spinta reazionaria dei movimenti per la famiglia per farsi un'idea del contesto attuale in Italia.

In questo scenario finiscono con l'intrecciarsi il ruolo dei media, principali responsabili della visibilità pubblica, le competenze comunicative di *stakeholder* politici e movimenti di pressione e i meccanismi correttivi che agiscono all'interno dello spazio pubblico e decisionale. Sul tema delle pari opportunità, la quarta Conferenza mondiale delle Nazioni Unite sulle donne, tenutasi a Pechino nel 1995, si è chiusa con la richiesta esplicita di un forte impegno istituzionale ad accelerare buone pratiche e soprattutto sono state sollecitate misure per ridurre il *gender gap* da parte delle istituzioni. Sul versante dei media, un osservatorio attento su questo tema è il *Global Media Monitoring project*², un progetto mondiale di monitoraggio, ricerca e *advocacy* realizzato in collaborazione con organizzazioni per i diritti delle donne, gruppi di base, associazioni mediatiche, organizzazioni interreligiose e ricercatori e ricercatrici di tutto il mondo. Dal 1995 ogni cinque anni il monitoraggio mostra troppo lenti miglioramenti nella qualità della presenza femminile sui media. Non solo i notiziari presentano una visione del mondo ancora poco centrata sul genere, ma il monitoraggio conferma la persistenza di pregiudizi e di stereotipi che legittimano la discriminazione di genere non solo nei *legacy media* (stampa e tv), ma anche nei nuovi media digitali.

Accanto alla persistenza di stereotipi di genere (Molfini 2006), va anche riconosciuta la presenza di *format* e linguaggi più innovativi. Proprio le nuove tecnologie e le competenze che qualificano la presenza di alcuni soggetti nell'arena pubblica sembrano aprire opportunità. Rispetto alle questioni di genere, il fenomeno va meglio indagato perché se da un lato le donne, dopo una fase di entusiasmo iniziale, sembrano "subire" l'innovazione, parallelamente stanno aumentando modalità espressive alternative e maturando *expertise* professionali rilevanti (Belluati 2018; 2020).

Nella consapevolezza del fatto che il campo di riflessione è ampio e siano molte le prospettive di ricerca, il presente contributo intende esplorare il tema del *gender gap* attraverso l'intersezione tra media e politica dal punto di vista dell'innovazione sociale e della visibilità pubblica.

² Cfr. Global Media Monitoring Project (<http://whomakesthenews.org/gmmp> ultimo accesso giugno 2020)

DIFFERENZE E DIFFERENTI. LE DONNE E L'INNOVAZIONE SOCIALE

Per lungo tempo, il dibattito sulle differenze di genere ha utilizzato il dato biologico per sostenere una diversità naturale tra uomini e donne. Anche se alcune posizioni sono state fortemente ridimensionate, soprattutto dal movimento femminista, il loro portato non è mai stato veramente superato.

La prima risposta critica al biologismo di genere viene dalle teorie della socializzazione che leggono le differenze tra uomo e donna in termini di costruzione sociale. Come risposta alla psicanalisi freudiana, che attribuisce alla separazione tra maschile e femminile il principio dell'Io, la prospettiva della psicanalisi femminista (Chodorow 1978) ha invece sostenuto che la formazione della personalità avviene in rapporto con l'esterno e se si vogliono modificare i meccanismi di riproduzione dell'identità si deve agire sul contesto sociale e in particolare modo sulla revisione dei ruoli e sulla divisione del lavoro. La funzione sociale dell'uomo viene riconosciuta per la sua attività produttiva che genera significato pubblico, mentre la donna è presente in funzione dell'attività ri-produttiva che la vincola all'interno di uno spazio privato e fuori dai parametri riconosciuti della produttività economica. Per superare diseguaglianze socialmente costruite è necessario, secondo questa visione, ripartire dai ruoli sociali storicamente imposti. Questo è stato, e continua ad essere, il punto di forza per l'affermazione delle politiche di conciliazione familiare, per la revisione dei meccanismi selettivi dei vertici e per la redistribuzione degli incarichi pubblici.

Una seconda chiave attraverso cui analizzare il difficile cammino delle pari opportunità è quella della relazione tra sapere tecnologico e *gender gap*, soprattutto in funzione dello sviluppo delle ICT (*Information and Communications Technology*). Per lungo tempo un paradigma scientifico, ancora di tipo biologico-determinista, ha avvalorato il dominio maschile nel campo della scienza e della tecnologia fondandolo sulla bizzarra convinzione che la struttura cognitiva femminile fosse meno adatta alle scienze dure, ed invece più vocata alle discipline umanistiche. Una più recente prospettiva, di matrice struttural-cognitiva, pur riconoscendo una differenza sui modi di apprendimento maschile e femminile, ha cercato di superare questa visione riconoscendo l'esistenza di un diverso approccio alla scienza, più logico-razionale e orientato a catene di soluzione di tipo lineare quello maschile, più creativo e in grado di cogliere nessi non evidenti, quello femminile. Lo scopo finale nel campo delle scienze, sempre più guidate da processi di *machine learning*, suggerisce ad alcuni la necessità

di trovare un'utile sintesi di entrambi (Turkle e Seymour 1992).

Soprattutto nel campo della *computer science* è prevalso inizialmente un atteggiamento ottimista da parte del femminismo liberale, col senno di poi, troppo ingenuo nel riconoscere gli ambienti legati alle nuove tecnologie come spazi liberi, semanticamente neutri e per questo aperti al pensiero femminile. Per un certo periodo, ha aleggiato la convinzione che per le donne bastasse promuovere la propria presenza all'interno dello spazio del web per affermare nuove condizioni di eguaglianza (A.A.VV. 1985; Leccardi e Barazzetti 1995; Wajcman 2007; Tota 2008). A mettere in discussione il punto è stato soprattutto il cyberfemminismo radicale degli anni Novanta che, insistendo sul fatto che il potere tecnologico fosse comunque resistente ai tentativi di cambiamento, ha esortato le donne e le minoranze in genere ad "occupare" internet e il web (Haraway 2000). Dal punto di vista della definizione del potere materiale e simbolico, ben presto, nonostante la convinzione che l'innovazione tecnologica possa includere anche "qualità essenziali della femminilità" (Van Zoonen 2010: 167), è diventato chiaro che lo spazio della rete sta riproducendo i tratti tipici della cultura maschile e che per contrastare questo processo sono necessarie azioni più radicali e meno *mainstreaming* da parte delle donne (Comunello 2015). Le stesse critiche ritornano anche a proposito del recente dibattito sui modelli di implementazione dell'intelligenza artificiale nel campo sociale e politico dove si inizia a parlare apertamente di discriminazione algoritmica rispetto alle minoranze (Bartoletti 2020).

Tutti questi aspetti trovano una buona sintesi nel ruolo che i media svolgono nel presentare l'innovazione sociale rispetto al genere e nella mancata problematizzazione all'interno di un più ampio dibattito pubblico (Krijnen e Van Bauwel 2015). Dal punto di vista della riproduzione del *gender gap*, la questione è stata più volte messa in luce dagli studi sociologici e politologici (Van Zoonen 2002; Khan Fridkin 2003; Ross 2011; Ross e Carter 2011) che si sono occupati di analizzare il modo con cui i media rappresentano i rapporti uomo-donna all'interno dei sistemi di produzione e delle rappresentazioni pubbliche. Molte ricerche riconfermano la presenza di uno scarto importante. Sul lato della notiziabilità non solo la presenza femminile è marginalizzata o assente nelle cosiddette *hard news* (politica ed economia), ma sono poche anche le donne interpellate come esperte e come portavoce di enti, istituzioni, partiti e governi. Nella maggior parte dei casi le donne hanno più probabilità di far notizia quando sono vittime di crimini e violenze, o in quanto compagne di personaggi celebri, alimentando lo stereotipo della loro debolezza e

subalternità rispetto all'uomo. Alcuni studi recenti riconoscono che si stanno accentuando, nelle rappresentazioni pubbliche e nel senso comune, anche nuovi tratti di identità femminile; immagini di donne assertive, fiduciose, sessuate, di successo rappresentano una presenza crescente nella produzione culturale contemporanea (Giomi e Magaraggia 2017), ma sempre come residuali e in ottemperanza a canoni stilistici tradizionalmente maschili. Secondo questa lettura, i media potrebbero costituire una risorsa per una nuova visione di femminismo "popolare" soprattutto di giovane generazione, ma al tempo stesso si deve stare in guardia rispetto alle nuove trappole culturali e alle derive neoliberiste contemporanee (McRobbie 2008).

Analizzata dal lato della produzione la presenza femminile nelle organizzazioni dei media si conferma scarsa, soprattutto ai vertici delle *media companies* e nelle varie professioni dell'informazione (Franks 2013). La situazione a livello di giornalismo dimostra che le donne sono ancora discriminate ed il loro numero nelle posizioni apicali è cresciuto poco negli anni, aspetto paradossale se si pensa, almeno in Italia, all'alto numero di donne iscritte a corsi di comunicazione e giornalismo. Pur rappresentando più della metà del numero di laureati, esse costituiscono meno della metà della forza lavoro dell'industria dei media³ e nei curricula di formazione professionale le questioni di genere sono spesso materia facoltativa di insegnamento. Anche una recente mappatura condotta dall'UNESCO⁴ sulla presenza delle donne nelle professioni dell'ICT indica che sono pochissimi i profili femminili con ruoli importanti. La necessità di ridurre il *gender gap* nelle professioni legate alla comunicazione e all'innovazione renderebbe auspicabile una maggiore attenzione nel ridurre lo squilibrio di genere.

Un punto cruciale riguarda proprio l'aspetto della digitalizzazione, soprattutto legato all'usabilità delle tecnologie e alla presenza femminile nei nuovi ambienti digitali e nelle professioni del web (Baym 2010). Sebbene alcuni studi partano dalla premessa che gli ambienti digitali rendono sempre più interconnesse le relazioni sociali, le esperienze di *networking* (Kendall 2002) nel campo dell'attivismo femminile ci dicono che questi non stanno attivando significative esperienze di contropotere rispetto a quello egemonico. In molti casi, le esperienze di maggior successo sembrano più operazioni di *pinkwashing* che non di vera e propria mes-

sa in discussione delle discriminazioni di genere. Ciò che appare sempre più chiaro è che l'architettura del *web* tende a rafforzare relazioni esistenti e, nel caso dei movimenti femministi, il rischio che si corre è il rafforzamento soprattutto di *bolle* autoreferenziali. Le donne in rete sembrano essere poco capaci di fare *lobby* (Harcourt 1999; Desai 2009) rendendo, di fatto, più difficile l'affermazione dei temi di genere nella sfera pubblica. Nonostante l'associazionismo femminile sfrutti molto le potenzialità del *web* e l'ambiente dei *social media* per creare reti collaborative, di fatto queste pur essendo molto "politicizzate", nel senso che discutono molto di politica, la loro azione sembra essere più orientata ad incidere sulla dimensione della quotidianità e meno su quella del sistema. Si tratta di ambienti dove le relazioni di *networking* e di *microblogging* rafforzano e rivitalizzano soprattutto l'aspetto identitario di genere e, seppur l'intreccio con la dimensione pubblica sia molto presente (Belluati 2018), rimane prevalentemente una "stanza" poco visibile nel dibattito più allargato e scarsamente capace di influenzare l'azione di *policy*.

QUALE GENERE IN POLITICA

Il campo della politica rappresenta un terreno molto delicato in termini di *gender gap* (Belluati *et alii* 2020). Nonostante il numero di donne presenti nella politica attiva stia (lentamente) aumentando, va detto, soprattutto per effetto di norme specifiche, le donne al potere rimangono un piccolo numero ancora poco capace di incidere in maniera evidente nei processi decisionali⁵. Gli studi che hanno affrontato sistematicamente il rapporto fra media, genere e politica si fondano su alcune premesse teoriche di rilievo (De Blasio 2012; Belluati 2018; Belluati *et alii* 2020). Il primo importante riferimento è al femminismo liberale e normativo che sostiene che per ottenere l'equità di genere sia necessario raggiungere una *critical mass* all'interno delle professioni e ai vertici della società. Secondo questa visione, l'aumentata presenza femminile nelle posizioni apicali sarebbe in grado di correggere lo sbilanciamento di genere modificando la forma della politica ancora fortemente centrata su un'idea maschile. Su questa scia si muovono le rivendicazioni per imporre correttivi (come le quote o i bilanci di genere) e promuovere incentivi per facilitare l'accesso delle donne a ruoli pubblici di rilievo. La critica che viene mossa a questa posizione è che l'imposizione della parità di genere attraverso l'azione normativa è di fatto un danno perché più

³ Cfr. *Dove sono le donne nelle testate europee?* Articolo pubblicato il 15 maggio 2018 da Caroline Lees sull'Osservatorio europeo di giornalismo (Ejo) (<https://it.ejo.ch/in-evidenza/donne-genero-giornalismo> ultimo accesso giugno 2020).

⁴ Cfr. UNESCO UNITWIN Network on Gender, Media and ICTs (<https://en.unesco.org/unitwin-network-gender-media-icts> ultimo accesso giugno 2020).

⁵ Cfr. European Institute for Gender Equality index (<https://eige.europa.eu/publications/gender-equality-index-2019-brief-still-far-finish-line> ultimo accesso giugno 2020, ultimo accesso giugno 2020).

che ad una vera integrazione sistemica spinge alla formazione di *enclaves* (il cosiddetto effetto panda).

Un altro approccio, anche questo di tipo normativo, è quello che fa riferimento alla *substantive representation* secondo cui le donne al vertice devono impegnarsi soprattutto su politiche a sostegno delle pari opportunità. Il presupposto che le donne abbiano determinati interessi in comune e si debbano alleare per difenderli è stato un filo conduttore dei movimenti femministi nelle democrazie parlamentari (Lovenduski 2005; Lovenduski e Norris 1993). Una serie di ricerche ha dimostrato che l'incremento della presenza femminile nei Parlamenti occidentali non ha però corrisposto ad una svolta *gender oriented* dell'esercizio del potere politico che resta maschile, verticistico e non inclusivo (Childs e Krook 2008; Towns 2003). Inoltre questa posizione viene criticata anche per due ragioni: l'ambiguità stessa del concetto di questioni di genere che, se ha il vantaggio di tenere alta l'attenzione su disegualianze spesso trascurate dalle politiche pubbliche, rafforza l'idea che le donne si debbano occupare solo di questioni femminili; in secondo luogo, l'affermazione di una visione di genere di tipo verticistico ed elitario, di fatto poco incline alle aperture e agli allargamenti rispetto ad altre istanze dal basso (basti pensare alle tensioni tra movimenti femministi e LGBTQI+), tende a riprodurre, più che smontare, le categorie tradizionali della politica (Dietz 2003).

Le analisi sulla struttura delle opportunità per le donne in politica hanno evidenziato, inoltre, che per raggiungere posizioni di vertice queste non solo devono superare più ostacoli rispetto ai colleghi maschi (salari inferiori, rallentamenti di carriera, sottovalutazione dei titoli), ma una volta raggiunta la vetta debbono continuamente dimostrare di esserne all'altezza. Kathleen Jamieson (1995) ha così definito il *double bind effect*, con cui argomenta quanto le donne ai vertici devono dimostrarsi altamente competitive per non essere giudicate deboli, ma agendo con eccessiva determinazione rischiano di essere considerate meno appropriate anche dalle stesse donne perché fuori dai canoni del loro genere, per l'appunto. Nel corso degli ultimi anni diversi studi socio-politologici stanno insistendo molto su questo doppio standard e sulla persistenza in politica del *glass ceiling* (Palmer e Simon 2008). Se una donna aspirante alla carriera pubblica agisce in modo troppo assertivo corre il rischio di essere criticata perché troppo aggressiva. D'altra parte, le donne *leader* che non si conformano allo stile dominante (di potenza) corrono il rischio di essere considerate troppo deboli per assumere il peso delle cariche esecutive di alto livello. Le donne ai vertici si trovano spesso ad affrontare il doppio vincolo della femminilità da coniugare con la competenza. Come hanno sostenuto Rhode e Kellerman

(2007) spesso la rappresentazione delle donne in politica non passa dal riconoscimento delle specifiche competenze, ma da rivalutazioni continue delle loro *performance*, più di quanto avvenga per i loro compagni maschi. Il modo di parlare del ruolo delle donne in politica procede spesso per stereotipi che si riproducono in modo sottile e inconsapevole. L'immagine delle donne ai vertici della politica e delle istituzioni porta con sé una più alta aspettativa di ruolo e la richiesta implicita di prestantza fisica e di capacità adattiva ad un mondo fortemente mascolinizzato. Le donne di potere vengono presentate per i loro tratti estetici, per la loro eleganza, per la loro rettitudine alimentando implicitamente anche la convinzione che, proprio a causa della loro femminilità, le donne sono in grado di usare il potere in modo meno efficace rispetto agli uomini (Rhode e Kellerman 2007: 3). La disgiunzione storica tra l'immagine della donna e la nozione di potere legittima un'apparente incompatibilità tra genere e potere che si ripropone ogni qual volta viene sfidata (Francescato e Mebane 2011).

La ricostruzione fatta da Donatella Campus (2013) mostra che a livello generale continua a prevalere un modello di *leadership* politica tipicamente maschile anche se esistono leggere differenze a livello di amministrazione locale. L'appartenere a formazioni politiche di centrosinistra agevola sensibilmente le carriere delle donne in politica (Belluati 2020), allo stesso modo, anche vivere in contesti industrializzati o urbanizzati fa la differenza sulla loro partecipazione attiva (Carbone e Farina 2019). Ciò detto, non significa che non vi siano state esperienze importanti di tipo trasformativa, un concetto elaborato da James McGregor Burns (1978; 2003) che è diventato la pietra angolare della maggior parte delle discussioni scientifiche sulla *leadership* femminile. Partendo da una prospettiva legata al dibattito sulla postmodernità e sul multiculturalismo (Okin *et alii* 1999; Bauman 2000; Desai 2009) viene presa in esame la possibilità che si affermino nuovi modelli e stili di comando più ibridi, meno maschili, anche se non specificamente femminili, che potrebbero essere "indossati" dai diversi generi. Parallelamente vi è poi anche il tema delle reali opportunità delle donne in politica, sia rispetto alla loro carriera che rispetto al comportamento di voto. Non solo è ormai sfatato il mito che le donne votino necessariamente altre donne (Sarlo e Zajczyk 2012), se così era stato in passato, adesso lo è sempre meno⁶, ma anche i meccanismi di selezione delle candidature

⁶ Cfr. "Donne che votano Salvini", articolo pubblicato sulla rivista online «In Genere» il 17/6/2016 ed anche "Elezioni Usa, l'analisi del voto: neri e ispanici non hanno aiutato la Clinton. E per lei solo il 54% del voto femminile (meno di Obama)" pubblicato su «il Fatto quotidiano» online del 10 novembre 2006.

spesso riescono ad aggirare i correttivi di genere imposti per legge (Legnante e Regalia 2020). Infine, sul versante della presentazione pubblica, spesso le candidate vengono sottorappresentate nei media, più interessati a leader “roboanti” che “fanno spettacolo”, accentuando la loro scarsa visibilità e subordinazione di ruolo, che le rende meno appetibili come candidate. Ciò in parte spiega la minor *performance* elettorale che non incentiva la carriera politica di altre donne (Bystrom et alii 2004).

Un argomento centrale di molte di queste analisi converge sull'effetto della comunicazione. Esiste una vasta letteratura sul rapporto tra media e visibilità delle donne in politica (Carroll 2003; Campus 2013; Ross 2011, Van Zoonen 2010) che ha confermato più volte la scarsa presenza femminile nelle organizzazioni dei media e un *bias* nei meccanismi di selezione delle notizie riguardanti le donne ai vertici (Falk 2010; Norris 1997).

Maria Braden (1996: 1), nella sua estesa analisi del rapporto tra donne, politica e media, sostiene che «la copertura giornalistica delle donne politiche non è sempre palesemente sessista», ma in più occasioni persiste una discriminazione sottotraccia. Soprattutto l'immagine di *leader* donne, quando non è sminuita dalla loro rappresentazione puramente estetica, viene inserita in un campo semantico mascolinizzato (ad esempio si parla di *war room*, di quartier generale, di capitano) che finisce con penalizzare le donne agli occhi dell'opinione pubblica a meno di non assumerne pienamente i tratti diventando guerriere, combattenti o capitane. Al contrario, insistere su puntualizzazioni linguistiche e terminologiche risulta spesso controproducente e viene percepito nell'agone politico come elemento di fastidio e fuori contesto. Questo potere semantico squilibrato “costringe” le donne che vogliono avere successo nella politica ad una sorta di “normalizzazione” e di mediazione simbolica. Spesso la presenza femminile in politica rivela più tentativi di somiglianza che di differenziazione rispetto al modello maschile, anche in presenza di “stereotipi positivi”.

Il tema della presenza delle donne ai vertici della politica ha ripreso vigore in alcuni frangenti, come quello della crisi dei partiti tradizionali, dove la crescente insoddisfazione della gente per le istituzioni ed élite politiche ha prodotto un desiderio diffuso e generalizzato di un nuovo stile di politica. In questa cornice e per una breve stagione, per le donne sembrava potessero aprirsi maggiori probabilità di ascesa in virtù del loro atteggiamento “diversivo” verso il potere politico.

Lo studio di Pittinsky et alii (2007) mostra come, soprattutto in momenti di crisi, si siano rafforzati anche stereotipi “positivi” sul ruolo delle donne in politica. Sono state definite come custodi di verità, di onestà o

di maggior umanità, oppure, proprio perché estranee al mondo politico, più in grado di “ripulirlo”. Questi modi di presentare il campo della politica femminile spesso vengono scambiati come elementi positivi, in realtà diventano un “piedistallo precario” o un *glass cliff* (Ryan et alii 2011) che invece di agevolare l'ascesa femminile, rafforzano l'idea che le donne non siano in grado di avere una carriera politica “normale” e il fatto che per emergere abbiano necessità di circostanze straordinarie.

Trattandosi di rappresentazioni più che di atti concreti, l'effetto degli stereotipi, positivi e negativi, è di polarizzare le differenze di genere invece di integrarle. Il loro impatto va ricercato anche nelle trasformazioni avvenute nel campo della comunicazione politica. La spettacolarizzazione (Edelman 1988) e la mediatizzazione crescenti (Mazzoleni e Shultz 1999) hanno avuto un forte impatto sulla copertura mediatica delle donne *leader* politiche. Data l'azione pervasiva dei media, la politica ne ha accettato da tempo le logiche (Altheide e Snow 1979) adattandosi, in particolare, alle “regole” della televisione, con il risultato che le arene di dibattito pubblico si sono concentrate sempre di più sulla spettacolarizzazione e sulla leaderizzazione (quasi sempre operata da personalità maschili) e meno su quella dell'apparato politico in cui la presenza femminile è maggiore. Si tratta della nuova forma di comunicazione politica che Pippa Norris (2000) ha definito postmoderna pensando alle sue trasformazioni sistemiche, ma che spiega anche meccanismi di riproduzione delle disegualianze di genere. La sempre più grande attenzione al *leader* ha portato all'ascesa del “politico intimo” (Stanyer 2007) che sfrutta la sfera personale, la vita privata e familiare, per renderlo più empatico e vicino all'elettore. La comunicazione politica popolarizzata (Mazzoleni e Sfardini 2009) dedica alla vita privata, ed in particolare alla famiglia di un personaggio pubblico, un'attenzione quasi pari a quella della sua capacità politica. Questo dispositivo retorico che per paradosso attinge alla dimensione privata e domestica, fino a qui ambito appartenente al mondo femminile, viene invece usato per rafforzare la figura maschile, però senza che ne subisca l'effetto di subordinazione che invece ricade sulle donne. Parlare dell'aspetto privato di una donna al potere, implicitamente, diventa ammissione del venir meno di un ruolo culturalmente imposto (Pittinsky et alii 2007) e il riferimento al privato per le donne in politica diventa un potenziale rischio perché ribadisce continuamente la loro scelta della vita pubblica invece che della realizzazione privata (Van Zoonen 2006: 299). I canoni dell'*intimate politics* nel parlare di donne con cariche di responsabilità ritengono importante occuparsi di come esse riescano a gestire il problema della famiglia e di come concilino vita privata e pubblica. Ma mentre l'identità dell'uo-

mo non è necessariamente legata al ruolo di marito e di padre, persiste invece l'abitudine di definire quella della donna attraverso il suo matrimonio o il suo rapporto con la maternità. La recente elezione di Ursula Von der Leyen alla presidenza della Commissione Europea ha visto l'informazione dare ampio risalto ai suoi sette figli e al suo matrimonio altolocato e meno alle sue qualità di *leader*. Se essere moglie e madre è un'informazione rassicurante (in quanto certifica che una donna risponde a determinati canoni stilistici) allo stesso tempo solleva speculazioni sul suo grado di impegno e dedizione alla carriera, alimentando il dubbio se sarà sufficientemente flessibile nel bilanciare famiglia e professione e se correrà il rischio di non essere né una buona moglie/madre né una buona amministratrice (Hoogensen e Solhein 2006). Di contro, le donne non sposate o senza figli hanno difficoltà a generare un'impressione positiva perché non essere moglie o madre viene percepito come fuori norma. Ci si aspetta da loro che spieghino il motivo per cui non hanno avuto figli e vengono esposte alla speculazione che questa possa essere una rinuncia calcolata per la carriera. Il problema è ampio e culturalmente radicato e non può essere risolto soltanto attraverso norme o imposizioni, queste possono al massimo incentivarne il cambiamento.

Un'altra questione che attiene ancora all'effetto della personalizzazione della comunicazione politica è quello estetico, che nel caso delle donne contribuisce a creare un effetto di frivolezza e banalizzazione (Stevens 2007). Acconciature, modo di vestire, età, tutto contribuisce a una generale oggettivazione del corpo delle candidate donne in politica che privilegia l'immagine alla sostanza (Bystrom *et alii* 2004). I media tradizionali prima, ma ancora di più quelli digitali adesso, sembrano ossessionati dai dettagli personali, come gli abiti e gli accessori, basti pensare ai commenti sul vestito della Ministra Bellanova all'insediamento del Governo Conte bis o all'attenzione per le scarpe di Theresa May.

Per una donna il punto di equilibrio tra femminilità e potere è più critico che per gli uomini e questo aspetto rimanda al rapporto più generale tra potere e sessualità. Anche se ai *leader* maschi è permesso di capitalizzare il loro essere seducenti, questo può essere controproducente per le donne al potere perché inverte l'ordine naturale del rapporto tra sesso e potere, come Pierre Bourdieu ha ben illustrato (2001). Ciò è dovuto alla tendenza a oggettivare il corpo dei *leader* al pari di quanto accade per star del cinema o della televisione (Van Zoonen 2006) e al fatto che la comunicazione politica sia ormai contaminata nei generi, nei formati e nei dispositivi, aspetto che non gioca di certo a favore delle donne.

La ricerca sulla propagazione dello stereotipo di genere fuori e dentro la politica riconferma l'esistenza

di una criticità che si rafforza nel momento in cui viene rappresentata la politica al femminile (Buonanno 2015). Il contesto è però molto cambiato, non solo a causa della crisi dei partiti tradizionali, ma anche per le trasformazioni avvenute con la *web politics* (Bentivegna 2012; Mosca 2012). Soprattutto l'uso dei social media favorisce un'interazione più orizzontale tra politici ed elettori/*follower* che però obbliga ad un'attenta e pianificata strategia in cui, finora, si sono rivelati più abili alcuni politici maschi (Belluati 2020). Le risorse del *web*, nonostante le premesse, non si stanno traducendo in nuove opportunità per la comunicazione politica femminile né tanto meno in termini di rappresentanza e di rappresentazione per la *gender politics* (Capecchi 2006; Bracciale 2010). La questione è ambivalente: se la struttura aperta del *web* potenzialmente potrebbe offrire nuove opportunità per l'affermazione di minoranze attive, nuove rappresentazioni e nuovi temi, al tempo stesso, contribuisce a riprodurre ed accentuare disegualianze tra gruppi sociali (van Dijck *et alii* 2018) e nelle politiche di genere.

CONCLUSIONI

Sulla scena politica italiana si sono alternati diversi modelli trasformativi rispetto ai rapporti di genere, ma nessuno finora è risultato capace di cambiare in modo significativo la forma del potere politico e istituzionale che resta ancora fortemente maschile e mascolinizzato. Anche se nel corso del tempo vi sono stati progressi importanti per le donne in politica (Squires 2007; Krook 2009; McBride e Mazur 2010) la situazione rimane critica e la qualità della presenza femminile reale e rappresentata ancora piuttosto insoddisfacente. La persistenza di un *gap* di genere non può essere semplicemente attribuita al fallimento delle strategie femministe, ma va anche ricercata in forme di azione non sempre efficaci (Celis and Lovenduski 2018) e da forti resistenze al cambiamento. Da qui la necessità di una nuova problematizzazione sulle questioni della rappresentanza e della rappresentazione femminile in politica e la riaffermazione delle pari opportunità come tema di agenda.

Il cambio profondo della comunicazione ha modificato lo scenario per le donne nello spazio politico e pubblico, ma non ancora in modo sufficiente. Nonostante la fase attuale sia favorevole al rilancio delle questioni di genere e vi siano nuove potenzialità comunicative, non sembra di vedere fino a qui un significativo cambio di passo. Sullo sfondo vi è una società sempre più fluida e la presenza di un nuovo ambiente comunicativo sempre più ibrido e disintermediato che sta cambiando repentinamente lo scenario. Per questo occorre ritornare sulla

questione dei diritti e delle pari opportunità e metterle in relazione alle nuove forme di espressione e di partecipazione pubblica e politica (van Doorn e van Zoonen 2009). Le questioni femminili e quelle legate al genere necessitano di una più incisiva e radicale focalizzazione sui meccanismi di riproduzione e di socializzazione. Occorre insistere sulla rimozione delle cause che ostacolano la maggior presenza femminile ai vertici della società, ma anche sulla loro capacità di imporsi e di sfruttare le risorse simboliche e cognitive attualmente a disposizione.

BIBLIOGRAFIA

- AA.VV. (1985), *Donne e nuove tecnologie*, Ediesse, Roma.
- Altheide D. L. e Snow R. P. (1979), *Media logic*, Sage Publications, Beverly Hills, Calif.
- Bartoletti I. (2020), *An Artificial Revolution, On Power, Politics and AI*, Indigo Press, London.
- Bauman Z. (2000), *Liquid modernity*, Polity Press, Cambridge, UK.
- Baym N. K. (2010), *Personal connection in the digital age*, Polity press, Cambridge.
- Belluati M. Piccio D. e Sampugnaro R., (2020), *Women's access to the political sphere in Italy: when obstacles outdo opportunities*, in «Contemporary Italian Politics», vol. 12(3): 1-9.
- Belluati M. (2020), *Through the media lens. Women activities in Italian politics*, in «Contemporary Italian Politics», vol. 12(3): 1-16.
- Belluati M. (2018), *Genere, Media e Politica. La ridefinizione dello spazio pubblico*, in Murgia A., Poggio B. (a cura di), *Saperi di Genere. Prospettive interdisciplinari su Formazione, Università, Lavoro, Politiche e movimenti sociali*, e-book progetto Garcia Università di Trento.
- Bentivegna S. (2012), *Parlamento 2.0. Strategie di comunicazione politica in internet*, FrancoAngeli, Milano.
- Bourdieu P. (2001), *Masculine Domination* Polity Press, Cambridge (original French ed. 1998).
- Bracciale R. (2010), *Donne nella rete. Disuguaglianze digitali di genere*, FrancoAngeli, Milano.
- Braden M. (1996), *Women Politicians and the Media*, The University Press of Kentucky, Lexington.
- Buonanno M. (ed.) (2015), *Questioni di genere nel giornalismo italiano*, in «Problemi dell'informazione» (special issue), vol. 3
- Bystrom D. Robertson, T. Banwart, M. and Kaid L. (2004), *Gender and Candidate Communication: Videostyle, Webstyle, and Newsstyle*, Routledge, New York.
- Campus D. (2013), *Women Political Leaders and the Media*, Palgrave Macmillan, London.
- Capecchi S. (2006), *Identità di genere e Media*, Carocci, Roma.
- Carbone D. e Farina F. (a cura di) (2019), *La partecipazione politica femminile tra rappresentanza formale e sostanziale*, Franco Angeli, Milano.
- Carroll S. (ed.) (2003), *Women and American Politics: New Questions, New Directions*, Oxford University Press, Oxford.
- Celis K. and J. Lovenduski, (2018) *Power struggles: gender equality in political representation*, in «European Journal of Politics and Gender», vol. 1(1-2): 149-66
- Childs S. and M. L. Krook, (2008), *Critical Mass Theory and Women's Political Representation*, in «Political Studies», vol. 56: 725-736.
- Chodorow, N. (1978), *The Reproduction of Mothering. Psychoanalysis and the Gender Politics*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles.
- Comunello F. (2015), in «Problemi dell'informazione», vol. 3: 575-599.
- Connell R.W. (2002), *Gender*, Polity Press, Cambridge.
- De Blasio E. (2012), *Gender Politics Media, gender e politica: un'introduzione*, CMCS Working Papers, Roma.
- Desai M. (2009), *Gender and the Politics of Possibilities: Rethinking Globalization*, Rowman & Littlefield Publishers, Washington.
- Dietz MG. (2003), *Current controversies in feminist theory*, in «Annual Review of Political Science», vol. 6(1): 399-431
- Duverger M. (eds) (1955), *The Political Role of Women*, UNESCO, Paris.
- Edelman M. (1988), *Constructing the political spectacle*, University of Chicago Press, Chicago
- Falk E. (2010), *Women for President: Media Bias in Eight Campaigns*, University of Illinois Press, Urbana IL..
- Francescato D. e M. Mebane (2011), *Donne politiche*, in Catellani P. e Sensales G. (a cura di), *Psicologia della politica*, Raffaello Cortina Editore, Milano, pp. 253-270.
- Franks S. (2013), *Women and Journalism*, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, Oxford.
- Fraser N. (2013), *Fortunes of Feminism. From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*, Verso, London.
- Giomi E. e Magaraggia S. (2017), *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*, Il Mulino, Bologna.
- Giomi, E. (2018), *#MeToo e loro pure (forse). Dalla copertura giornalistica degli scandali sessuali alle policies di genere adottate dai media italiani*, in «Ag-About Gender», vol. 7(14), 0-10.
- Haraway D. (2000), *Manifestos Cyborg, sciences, Technologies and socialism-feminism in the late twentieth century*, in Bell D. and Kennedy B-M. (eds) *The cybercultures reader*, Routledge. London pp. 291-324.

- Harcourt W. (1999), *Women@internet. Creating New Cultures in Cyberspace*, Zed Books, London.
- Hoogensen G. and Solheim B. (2006), *Women in Power: World Leaders Since 1960*, Praeger, Westport.
- Jamieson K. H. (1995) *Beyond the Double Bind: Women and Leadership*, Oxford University Press, Oxford.
- Kahn Fridkin K. (2003), *Assessing the Media's Impact on the Political Fortunes of Women,* in S. Carroll (ed.) *Women and American Politics: New Questions, New Directions*, Oxford University Press, Oxford.
- Kendall L. (2002), *Hanging Out in the Virtual Pub: Masculinities and Relationships Online*, University of California Press, Berkeley.
- Krijnen T. and S. Van Bauwel (2015), *Gender and media: representing, producing, consuming*, UK: Routledge, London.
- Krook M.L. (2009), *Quotas for women in politics: Gender and candidate selection reform worldwide*, OUP, Oxford.
- Leccardi C.e Barazzetti D. (a cura di) (1995), *Fare e pensare. Donne, lavoro, tecnologie*, Rosenberg & Sellier, Torino.
- Legnante G. e Regalia M. (2020), *Gender quotas in 2019 European elections: insights from the Italian case* in «Contemporary Italian Politics», vol. 12(3): 1-9.
- Lovenduski J. (ed.) (2005), *State Feminism and Political Representation*, UK: Cambridge Univ. Press, Cambridge.
- Lovenduski J. and Norris P. (eds.) (1993), *Gender and Party Politics*, Sage, London.
- MacGregor Burns, J. (1978), *Leadership*, Harper & Row, New York.
- MacGregor Burns, J. (2003), *Transforming Leadership*, Grove Press, New York.
- Mazzoleni G. e Sfardini A. (2009), *Politica pop. Da "Porta a Porta" a "Lisola dei famosi"*, Il Mulino, Bologna.
- Mazzoleni, G. and Shultz W. (1999), *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?*, in «Political Communication», vol. 16: 247-61.
- McBride D.E. and A.G. Mazur (2010), *The politics of state feminism: Innovation in comparative research*, Temple University Press, Philadelphia, PA.
- McRobbie A. (2008), *The Aftermath of Feminism. Gender, Culture and Social Change*, Sage, London.
- Molfino F. (2006), *Donne, politica e stereotipi: perché lovvio non cambia?*, Baldini Castoldi, Milano.
- Mosca L.(2012), *La webpolitica. Istituzioni, candidati, movimenti fra siti, blog e social network*, Le Lettere, Firenze.
- Norris P. (1997), *Women Leaders Worldwide: A Splash of Color in the Photo Op*, in P. Norris (ed.) *Women, Media and Politics*, Oxford University Press, Oxford: 149-65.
- Norris P. (2000), *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Democracies*, Cambridge University Press, New York.
- Okin S. M. Cohen J. Howard M., and M. C. Nussbaum (1999), *Is multiculturalism bad for women?*, Princeton University Press, Princeton, N.J.
- Palmer B. and D. Simon (2008), *Breaking the Political Glass Ceiling*, Routledge, New York.
- Pittinsky T. Bacon, L. and B. Welle (2007), *The Great Women Theory and Leadership? Perils and Positive Stereotypes and Precarious Pedestals*, in D. Rhode and B. Kellerman (eds) *Women and Leadership.*, CA:Wiley and Sons, San Francisco, pp. 93-125.
- Rhode D. and B. Kellerman, (eds) (2007), *Women and Leadership*, CA: Wiley and Sons, San Francisco.
- Ross K. (2011), *The Handbook of Gender, Sex and Media*, John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey.
- Ross K. (2017), *Politics, News: A Game of Three Sides*, Wiley-Blackwell, Hoboken, New Jersey.
- Ross K. and C. Carter (2011), *Women and News: A Long and Winding Road*, in «Media, Culture and Society», vol. 33 (8): 1148-1165.
- Ryan M.K. Alexander Haslam S, Mette D. Hersby and R. Bongiorno (2011), *Think crisis–think female: The glass cliff and contextual variation in the think manager–think male stereotype*, in «Journal of Applied Psychology», vol. 96 (3): 470-84.
- Sarlo A. e F. Zajczyk F. (2012), *Dove batte il cuore delle donne? Voto e partecipazione politica in Italia*, Laterza, Bari.
- Squires J. (2007), *The new politics of gender equality*, Palgrave, London.
- Stanyer J. (2007), *Modern Political Communication*, Polity Press, Cambridge.
- Stevens A. (2007), *Women, Power, and Politics*, Palgrave, Houndmills.
- Tota A. (ed.) (2008), *Gender e mass media. Verso un immaginario sostenibile*, Maltemi, Roma.
- Towns A. (2003), *Understanding the Effects of Larger Ratios of Women in National Legislatures: Proportions and Gender Differentiation in Sweden and Norway*, in «Women and Politics», vol. 25 (1-2): 1-29.
- Trott V. (2020), *Networked feminism: counterpublics and the intersectional issues of #MeToo*, in «Feminist Media Studies», vol. 15(1): 1-18.
- Turkle S. and P. Seymour (1992), *Paper Epistemological Pluralism and the Revaluation of the Concrete*, in «Journal of Mathematical Behavior», vol. 11(1): 3-33.
- van Dijck J. Poell T. and M. De Waal (2018), *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, New York, NY.

- van Doorn N. and L. van Zoonen (2009), *Theorizing gender and the internet: Past, present, and future*, in Chadwick A. and P.N. Howard (eds.) *Routledge Handbook of Internet Politics*, Routledge, London and New York.
- van Zoonen L. (2006), *The Personal, the Political and the Popular: A Woman's Guide to Celebrity Politics*, in «European Journal of Cultural Studies», vol. 9(3): 287-301.
- van Zoonen L. (2002), *Gender the Internet: Claims, Controversies and Culture*, in «European Journal of Communication», vol. 17 (1): 5-23
- van Zoonen L. (2010), *Feminist Internet Studies*, in «Feminist Media Studies», vol. 1(1): 67-62.
- Wajcman J. (2007), *From women and technology to gendered tecnoscience*, in «Information, Communication and Society», vol. 10(3): 287-298.
- Xiong Y. Cho M. and B. Boatwright, (2019), *Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement*, in «Public Relations Review», vol. 45(1): 10-23.