

G A B R I E L L A R I N A L D I



**Transmedialità per  
l'empowerment di genere**

Il progetto *Sedici Genere*

# PREMESSA

Il presente elaborato si propone, a me e sperabilmente ad uno sguardo attento, non semplicemente come una raccolta di materiale ma piuttosto come una tappa della mia evoluzione (e rivoluzione) di donna, di studentessa, di quasi professionista della comunicazione e, non ultimo, di essere umano responsabile delle proprie azioni e delle relative conseguenze. Mi piace ritenerla una presa di coscienza che si sostanzia in una ricerca quanto più profonda e critica sulla questione femminile, intesa nella sua duplice configurazione di condizione biologica e culturale di genere, e si situa in un mondo alluvionato di informazioni irrilevanti in cui la lucidità è potere.

Partendo dal presupposto che vi siano delle forze che plasmano la società in ogni sua faccia, ho l'obiettivo ambizioso di stimolare una conversazione su alcune di queste spinte che portano, più o meno gradualmente, verso il futuro del nostro mondo. La convinzione pressante, che ha scatenato sin dall'inizio un turbinio di idee e di pensieri non sempre logicamente conseguenti, è che esista un evidente legame tra le grandi rivoluzioni del nostro tempo e le vite interiori degli individui. Mi riferisco al valore mutevole del linguaggio e della parola, alle narrazioni, alle persone, alla soggettività, all'identità e alla qualità. Parlo, inoltre, di tecnologie, media, dati, informazione, oggettività, entità e quantità. Se i due discorsi appaiono separati, continuando ad approfondire, si scopre che studiare separatamente i suddetti temi è praticamente impossibile a causa della complessità che ci sommerge e che porta tanti aspetti a convergere.

Ho cercato in tutte le fasi di raccogliere i materiali, selezionare le fonti, collegare, verificare, confutare, poi continuare a indagare, cercare una logica, e infine formulare dei pensieri quanto più obiettivi. Tuttavia, occorre precisare sin da subito che, se la sezione di ricerca riporta spesso il punto di vista di altri, non senza un giudizio critico, il prodotto finale ha in sé un'intrinseca e voluta presa di posizione col fine di ribadire la mia assunzione di responsabilità in quanto cittadina del mondo, prima che donna e comunicatrice, di agire nel nome di un progresso reale verso il futuro.

# INDICE

7

## **Introduzione**

### CAPITOLO 1

11

## **La comunicazione nei processi culturali Dinamiche di scambio**

11

Evoluzioni e trasformazioni tecnologiche

18

La società dell'informazione: centralità della conoscenza

20

Nuovi strumenti, nuovi linguaggi, nuovo mondo

26

Conclusione

### CAPITOLO 2

31

## **Schemi di pensiero e restituzione mediale Il femminismo**

32

Il pensiero femminile e femminista

43

La costruzione culturale del femminile

52

I discorsi: piano narrativo e visivo

56

Conclusione

60

Appendice

CAPITOLO 3

67

**Le pratiche discorsive nei movimenti sociali**

**Il caso #MeToo**

68

Genere e violenza

72

Il movimento #MeToo

75

L'Analisi Critica del discorso: costruzione del linguaggio

79

Il metodo

83

Analisi e risultati

99

Conclusione

104

Appendice

CAPITOLO 4

106

**Transmedialità per l'empowerment di genere**

**Il progetto *Sedici Genere***

110

Obiettivi e propositi

118

Metodologia e fasi

124

Aspetti critici

125

Conclusione

129

Appendice

134

**Conclusioni**



# **Introduzione**

Esiste un modo per interpretare il legame tra produzioni mediali  
- scritte o visive - processi e strutture della società?

Il punto di partenza per un'analisi lucida del mondo in cui viviamo è senz'altro avere uno sguardo critico nei confronti dell'ecosistema culturale. Con grande evidenza, il nostro tempo è testimone della nascita di nuovi linguaggi relazionali che sui social network e nelle comunicazioni commerciali mettono, almeno apparentemente, al centro le persone. È altrettanto lampante che queste dinamiche generano un sistema complesso in cui siamo noi stessi a produrre infinite informazioni che ci riguardano come individui e come gruppo. Così, analizzare le conversazioni medialità diventa una ricca fonte di insights, poiché fornisce indicazioni utili sulle attitudini del pubblico nei confronti di specifiche tematiche. Tuttavia, interpretare il sentiment si riduce spesso a mera strategia aziendale che influenza l'andamento dei profitti ma, con tutta probabilità, non ispira migliorie nel futuro della società. Dato che i fenomeni socioculturali sono da sempre influenzati dalla dimensione linguistico-discorsiva, esiste un modo per interpretare il legame tra produzioni (scritte o visive), processi e strutture della società?

Il lavoro di ricerca e produzione si propone di dimostrare come la cultura digitale possa essere messa a servizio di una connessione autentica tra individui. Come sostiene il primo assioma della comunicazione di Watzlawick **è impossibile non comunicare**, dunque è fondamentale diventare consapevoli e responsabili delle informazioni che produciamo, in particolar modo quelle che popolano i media. Se consideriamo le tematiche di genere, è possibile constatare che le informazioni trasmesse attraverso il linguaggio possono diventare un'arma e persino le omissioni possono rivelarsi potenziali prese di posizione. Vagliando quindi l'ipotesi di poter abbattere le categorie di pensiero con le quali siamo abituati a vivere e convivere, mi pongo le seguenti domande di ricerca:

1. In che modo lo schema di pensiero attuale contribuisce alla costruzione culturale del femminile e qual è la conseguente restituzione mediale degli attori e delle dinamiche?
2. Nelle pratiche discorsive dei movimenti sociali come il #MeToo, esistono logiche di potere che influenzano il linguaggio e producono legittimazione, colpevolizzazione, deresponsabilizzazione, o stigmatizzazione?

Nel tentativo di trovare risposta a tali quesiti in termini esaustivi e puntuali, svolgo un'indagine che scende in profondità dal generale al particolare. Dopo una prima introduzione sul concetto di **comunicazione** e sull'evoluzione del suo ruolo, mi soffermo sulla costruzione culturale del femminile e del **femminismo** attraverso le riflessioni delle figure che nel tempo hanno conferito una forma al movimento e ne hanno diffuso le rappresentazioni sul piano narrativo e visivo. Successivamente, dopo aver sperabilmente messo a disposizione adeguati strumenti di lettura, sposto lo sguardo sulla violenza di genere e su un caso attuale di produzione mediale intorno al tema: il **movimento #MeToo**. Attraverso l'Analisi Critica del Discorso (Critical Discourse Analysis) come metodologia a supporto, prendo in considerazione alcuni articoli con l'intento di raccogliere più dati rilevanti in merito al linguaggio utilizzato per comunicare il movimento sociale in Italia e riflettere su come le strutture di potere plasmino il sessismo e la percezione del concetto di genere. Le produzioni editoriali online afferiscono tutte al periodo che va da ottobre a dicembre del 2017, fase di maggior copertura del movimento da parte delle testate nazionali. Gli articoli sono stati selezionati principalmente attraverso le seguenti parole chiave: #MeToo, MeToo Italia, femminismo, molestie sessuali, aggressione sessuale, movimento delle donne.

Nella quarta e ultima sezione, dopo aver identificato le aree critiche di miglioramento, raccolgo i risultati della precedente analisi e sviluppo una proposta per costruire nuovi schemi di pensiero: un **racconto transmediale per l'empowerment di genere**. Tre personas, attraverso personalità e stili discorsivi diversi, intraprendono un percorso distinto per comunicare il complesso tema di genere. Nonostante ciascuna sia mossa da obiettivi e peculiarità differenti, riusciranno a far convergere i propri stili in un unico esempio virtuoso, dimostrazione di nuovi possibili scenari linguistici e visivi. Il lavoro si evolve in una pubblicazione cartacea che mutua alcune caratteristiche delle fanzine e tenta di portare il virtuale nel reale, coinvolgendo la gente a partecipare alla creazione di contenuti sul tema.

L'intero elaborato parte dal desiderio di inserire il prodotto nell'ambito dell'**editoria digitale** per poi ipotizzare nuovi e inesplorati sviluppi del tema in questo settore.



# Capitolo 1

Gli esseri umani vivono *nella* comunicazione, la quale unisce diversi universi di significato che costituiscono la nostra cultura.

## LA COMUNICAZIONE NEI PROCESSI CULTURALI DINAMICHE DI SCAMBIO

La comunicazione, spesso intesa come tecnica o insieme di tecniche di persuasione, proprie di un agire utilitaristico, costituisce in realtà l'essenza dell'azione umana e sociale. Gli esseri umani vivono *nella* comunicazione, la quale unisce diversi universi di significato che, infine, costituiscono la nostra cultura. Oggi gli attori sociali sono direttamente coinvolti nei processi di costruzione culturale, non si limitano ad adattarsi all'ambiente ma contribuiscono a modificarlo e a co-generarlo. In questo periodo storico in particolare, immersi come siamo in molteplici flussi comunicativi ininterrotti e pervasivi, il mondo della comunicazione umana diventa infinitamente complesso e assume una centralità strategica in tutte le sfere dell'agire a tal punto che tutti i processi, le dinamiche e gli strumenti finalizzati alla condivisione della conoscenza sono inevitabilmente portatori di una riconfigurazione dei sistemi di potere.

È in questa prospettiva che si inserisce la riflessione e l'analisi critica sul ruolo essenziale della comunicazione nella costruzione culturale del femminile e della sua rappresentazione.

### Evoluzioni e trasformazioni della comunicazione

La parola **comunicazione** deriva in origine da una radice sanscrita, poi evoluta nel latino *communis* dall'unione di *cum* (insieme) e *munis* (obbligazione, debito, dono). L'etimo indica, dunque, un'espressione sociale che porta valore a servizio di qualcuno, al fine di creare un patrimonio (*munis*) comune (*cum*) per la costruzione di una cultura, attraverso l'utilizzo dei segni verbali e non verbali. Vi è quindi in questa parola un elemento che richiama la reciprocità, il vincolo collettivo, oltre che il sentimento fondativo del vivere sociale.

Secondo i primi modelli sociologici la comunicazione è fondamentalmente una *trasmissione di informazione*. Questa visione semplicistica del processo è stata definita da Shannon e Weaver come **Teoria matematica della comunicazione**<sup>1</sup> e individua sei elementi fondamentali: una sorgente, un apparato trasmittente, un mezzo o canale, una fonte di rumore, un apparato ricevente, un destinatario. Il modello ha lo scopo unico

di studiare le migliori strategie affinché il messaggio, concepito come un insieme di informazioni, sia trasmesso integro dalla sorgente al destinatario. Tuttavia, la quotidianità della comunicazione umana si presenta ben diversa da quanto teorizzato poiché ognuno di noi, più che scambiarsi il ruolo di emittente o ricevente, vive costantemente immerso in un flusso continuo di comunicazioni di diverso tipo, contribuendo in maggiore o minore misura ad alimentarlo. Non è un caso che i successivi modelli suggeriscano una visione più olistica della comunicazione, la quale, com'è evidente, si regge sulla complementarità dei suoi elementi piuttosto che sulla loro semplice sommatoria. I **modelli semiotici di Eco**<sup>2</sup> ad esempio, concepiscono la comunicazione come un *processo di trasformazione*, invece che come un processo di trasferimento. I problemi di comunicazione poi, (incomprensioni, equivoci, distorsioni, ecc.) sono identificati come costitutivi della complessità della comunicazione umana e non come semplici disturbi meccanici del sistema o risultato di una codifica inaccurata. Le cosiddette decodifiche aberranti, quindi, sono tipiche di ogni scambio comunicativo che, in quanto trasformazione all'interno di un ecosistema complesso, non è mai perfetto.

Nonostante ad un primo sguardo il concetto di comunicazione sembri essere strettamente legato ad una componente forte di intenzionalità che guida il processo di scambio, negli anni sessanta la **Scuola di Palo Alto** si posiziona in controtendenza con quanto affermato da altri studiosi. Secondo il primo assioma “*è impossibile non comunicare*” (Watzlawick, Beavin and Jackson, 1967), quindi qualsiasi comportamento in una situazione di interazione è comunicazione, anche nei casi in cui ci si sforza di non comunicare. L'idea degli studiosi californiani, seppure intuitiva, è stata sin da subito criticata per la sua riduttività e incompletezza. A differenza di quanto affermato dal primo assioma infatti, Luigi Anolli fornisce una **definizione psicologica** di comunicazione per dimostrare che l'*intenzionalità*, invece, permette di distinguere uno scambio comunicativo da un semplice scambio informativo. Lo psicologo asserisce che:

*è uno scambio interattivo osservabile tra due o più partecipanti, dotato di intenzionalità reciproca e di un certo livello di consapevolezza, in grado di far condividere un determinato significato sulla base di sistemi simbolici e convenzionali di significazione e segnalazione.*<sup>3</sup>

A ben vedere definire il concetto si rivela impresa ostica, resa ancora più difficoltosa dalla differenza di prospettive che si sono preposte di inquadrare il tema. Tuttavia, ai fini pratici, si potrebbe dire che la comunicazione è un processo di costruzione collettiva e condivisa del significato, processo dotato di diversi livelli di formalizzazione, consapevolezza e intenzionalità.<sup>4</sup>

Un buon uso della comunicazione ci permette di costruire le nostre relazioni e i nostri ruoli sociali, può aiutarci a comprendere e riprodurre un linguaggio, può dare forma alla società. Una buona comunicazione si costruisce attraverso un complesso mix di elementi verbali e non verbali, appresi e innati, e può assumere forme e significati diversi da una cultura all'altra. Inoltre, nonostante l'evoluzione umana abbia dotato l'uomo di strumenti naturali di trasmissione come l'apparato vocale, uditivo e visivo, che favoriscono il processo, si aggiungono oggi le possibilità offerte dalle tecnologie per superare limiti di tempo e spazio. È a partire da queste considerazioni che si sviluppa il filone degli studi pragmatici, che mettono cioè in relazione codice, individui e comportamenti.

Prima fra tutte l'**ipotesi della relatività linguistica** di Sapir-Whorf, che conduce all'idea di un *rapporto causale tra linguaggio, conoscenza e struttura sociale*. In sostanza, secondo quanto si può desumere, la parola delimita le cose di cui possiamo parlare e che possiamo comunicare ai nostri simili poiché:

*i parlanti di lingue diverse sono orientati dalla loro lingua verso differenti tipi di osservazione e differenti valutazioni di eventi esterni simili: di conseguenza essi giungono, in qualche modo, a una differente visione del mondo.*<sup>5</sup>

In altri termini la lingua determina non solo il modo in cui parliamo del mondo ma anche ciò che di esso conosciamo: l'uso di precise parole forma il mondo per com'è. In linea con la versione più radicale della teoria sopra esposta, Émile Durkheim parla di *costruzione sociale della conoscenza*, ovvero di categorie di pensiero come risultato di una fitta trama di interconnessioni relative ad un limitato contesto storico e sociale in cui il linguaggio funge da materiale di base per la costruzione della conoscenza. Poiché la conoscenza assume sempre un punto di vista, le parole con cui questa viene espressa possiedono un intrinseco valore politico: dietro ad ogni definizione, ad ogni scelta lessicale, c'è la costruzione sociale di quanto comunicato.



In sostanza, decidere come nominare le cose rappresenta una forma importante di potere<sup>6</sup>.

In coerenza con questa prospettiva, la **Teoria degli atti linguistici**, formulata negli anni cinquanta da J.L.Austin e poi rielaborata da J.R.Searle, riassume i propri principi nell'idea che *dire è sempre anche fare*<sup>7</sup>. Ogni comunicazione verbale ha in sé degli aspetti performativi che si dividono in tre livelli: atti locutori, il semplice pronunciare qualcosa; atti perlocutori, le conseguenze dell'atto linguistico nei confronti degli ascoltatori; atti illocutori, le azioni che si compiono per il fatto stesso di pronunciare determinate parole. Un ulteriore contributo è fornito da Ferdinand de Saussure, il quale distingue tra *langue e parole*<sup>8</sup>: la prima è la lingua ufficiale insegnata mentre la seconda è la lingua parlata concretamente da ognuno di noi nella vita quotidiana con le relative distorsioni, contaminazioni ed errori. Senza dubbio l'approccio pragmatico alla comunicazione che non individua un preciso nesso causale ma che lega gli elementi secondo una relazione circolare in cui ogni elemento è legato all'altro, rispecchia la relazione analoga che lega l'individuo alla società. Ognuno di noi è fortemente condizionato dalla società (processo di socializzazione) mentre a sua volta la società assume le sue forme istituzionalizzate grazie alle azioni degli individui che la costituiscono<sup>9</sup>.

La facoltà di comunicare è stata determinante per l'evoluzione dell'uomo e per il suo progresso culturale e possiamo, con tutta certezza, affermare che la storia di ogni civiltà sia stata caratterizzata dalla ricerca di mezzi e tecnologie che facilitassero la trasmissione di informazioni. Ogni nuovo strumento, poi, ha inciso a suo modo sulla cultura e sulla società. Capire in che modo le tecnologie della comunicazione abbiano contribuito alle trasformazioni della società è il mezzo per comprendere i cambiamenti di oggi e cercare di indirizzarli. È dalla prima metà del XX secolo che, nel panorama degli studi sulla comunicazione, viene introdotto il termine *media*: si tratta dei cosiddetti mezzi di comunicazione che rappresentano un elemento di ulteriore complessità nel già complicato mondo della comunicazione umana. Se consideriamo gli strumenti di comunicazione che si sono succeduti, possiamo individuare almeno quattro diversi tipi di cultura nel corso degli ultimi sei millenni:

1. cultura orale;
2. cultura chirografica o manoscritta;

3. cultura tipografica;
4. cultura dei media elettrici ed elettronici.

Le rivoluzioni tecnologiche che si sono succedute hanno tutte avuto come comune denominatore l'obiettivo di far circolare le informazioni ad una velocità sempre maggiore, a costi sempre più bassi. Basti pensare all'arco temporale intercorso tra una novità tecnologica e l'altra: mentre tra l'invenzione della scrittura e della stampa sono passati cinquemila anni, tra la stampa e la rivoluzione dei media elettrici non sono passati nemmeno quattro secoli. Ulteriore caratteristica del processo evolutivo della comunicazione è che nessun mezzo è stato messo da parte all'arrivo dei nuovi, di volta in volta le sue funzioni sono state aggregate e rimodulate tanto che è possibile parlare di *sistema ibrido*<sup>10</sup> che ingloba invece che sostituire. Walter J. Ong parla di una nuova grande fase di comunicazione definita oralità secondaria<sup>11</sup> per riferirsi alla forte influenza dei new media i quali, riprendendo dall'oralità la centralità della partecipazione, del coinvolgimento, della simultaneità e dell'immedesimazione, definiscono nuovi linguaggi con nuove regole di comunicazione.

Il contributo principale grazie al quale siamo oggi consapevoli che lo studio della comunicazione umana non può prescindere dall'analisi delle tecnologie della comunicazione, oltre che dei loro effetti sul pensiero individuale, sulla cultura e sulla società, arriva dalla **riflessione critica della Scuola di Toronto**. Il suo principale esponente, Marshall McLuhan, diffonde l'idea che *la tecnologia è il motore del mutamento sociale*, capace di spingere la società in una direzione piuttosto che in un'altra. La decisa tendenza a considerare lo studio dei media fortemente interdisciplinare, porta gli studiosi canadesi a collegare lo sviluppo delle civiltà alle tecnologie della comunicazione. Ogni tecnologia, infatti porta con sé un bias<sup>12</sup>, una tendenza, verso una specifica organizzazione del sapere che influenza le strutture politiche ed economiche della società. Tali tendenze prediligono la trasmissione della conoscenza attraverso la dimensione spaziale o temporale. Con tutta probabilità, i mezzi di comunicazione elettronici rappresentano il massimo della trasportabilità e della volatilità. McLuhan, che non si limita a studiare le implicazioni di tipo politico ed economico, arriva a presentare l'evoluzione culturale portata dai mezzi di comunicazione come mutazioni antropologiche della specie umana. I media vengono considerati come estensioni dell'uomo, un prolungamento dei suoi

sensi, o estensioni di consapevolezza. La sua espressione più famosa è probabilmente che “il medium è il messaggio”<sup>13</sup>. Con questa frase intende porre l’attenzione sul fatto che il vero messaggio di un medium è il mutamento che produce, indipendentemente dal contenuto. In maniera analoga, i brain-frames (modelli mentali) stimolati dai nuovi media non avrebbero nulla a che vedere con il loro contenuto<sup>14</sup>. Alla luce di quanto detto, il processo di comunicazione risulta profondamente influenzato dal mezzo attraverso cui avviene la trasmissione del messaggio: seppure ne sia formalmente separato, il contenuto e il tono sono definiti in larga parte dalle caratteristiche del canale. Se il mezzo ha un ruolo nella comunicazione e la organizza in modo differente in base alle proprie caratteristiche, allora occorre individuare i mezzi di comunicazione adatti ad un certo tipo di argomento o ad un altro.

Umberto Eco, nel 1964, nel tentativo di passare in rassegna le principali teorie sulle comunicazioni di massa, contrappone la posizione degli apocalittici a quella degli integrati. Se i primi attribuiscono alla comunicazione il potere di manipolare la mente delle persone e di sostituirsi alla cultura vera e propria, con conseguenze sulla facoltà di pensiero autonomo individuale, i secondi celebrano l’utilità dei media e i loro meriti nell’informare, educare e intrattenere i cittadini. Tale dicotomia si rispecchia nel dibattito relativo agli **effetti dei media** sia nella ricerca scientifica, sia nei discorsi della gente comune. Come riconoscono Morcellini e Fatelli:

*[ci sono] due ricette diametralmente contrastanti: da un lato la effect theory, che propugna in buona sostanza un potere decisivo dei media sul comportamento dei consumatori di messaggi; dall’altro la no effect theory, tutta tesa a sdrammatizzare e a ridimensionare la portata persuasiva attribuibile ai messaggi di massa.<sup>15</sup>*

In conclusione i mezzi di comunicazione costituiscono una presenza così importante nella vita quotidiana, che inevitabilmente uomini e donne di qualunque estrazione sociale, di qualunque orientamento politico o cultura, si sono interrogati sulla loro natura e sui loro effetti. Anche se il corpus di conoscenza in materia risulta frammentato e incompleto, probabilmente per la complessità delle informazioni e dell’ecosistema che contribuiscono a rendere la maggior parte delle teorie imparziali e contraddittorie, l’enorme mole di ricerche svolte ha portato ad una conclusione comune

e diffusa: ogni individuo sa che il controllo sui mezzi di comunicazione garantisce, in una certa misura, il controllo su opinioni e atteggiamenti di vaste masse di individui.

## **La società dell'informazione: centralità della conoscenza**

La società dell'informazione nasce nell'ultimo ventennio del XX secolo per rispondere alle esigenze di controllo dell'industrializzazione. Si caratterizza per la diffusione delle nuove tecnologie telematiche e dei nuovi media comunicativi, la cui particolarità è quella di poter mettere in contatto tutti, in qualsiasi momento e in ogni luogo.

La dicotomia apocalittici e integrati, di cui si è già disquisito precedentemente, sembra oggi riproporsi a proposito degli **effetti di Internet**. Se da un lato il tentativo di scindere nettamente due categorie di pensiero risulta comprensibile, dall'altro occorre tenere in conto della natura dei nuovi mezzi di comunicazione, i quali si sono integrati ai precedenti ma rappresentano qualcosa di radicalmente diverso a cui non è possibile applicare delle prospettive ormai datate. Ad ogni modo i nuovi apocalittici sostengono una visione chiaramente negativa di Internet poiché contribuisce a dissolvere i legami sociali tradizionali a favore di una manipolazione ideologica degli utenti; si parla in questo caso di fruizione meccanica per assorbimento in cui le persone hanno un ruolo passivo e non apportano alcun contributo allo scambio. Il modello si rivela inadeguato quando si tenta di applicarlo ad Internet per il semplice motivo che qualsiasi percorso di navigazione, seppure si tratti di poche pagine web, è il frutto di una scelta consapevole. La conseguenza della natura ipertestuale e della ridondanza informativa induce, inevitabilmente, a scegliere una strategia di azione. D'altro canto i nuovi integrati prendono una posizione positiva sul ruolo di Internet come strumento di livellamento delle differenze di accesso all'informazione. Secondo questa visione, Internet ridurrebbe le disuguaglianze sociali ed economiche riducendo gli scarti tra ricchi e poveri. Anche in questo caso la prospettiva appare semplicistica e grossolana poiché presume che la possibilità di accedere alle informazioni assicuri di per sé un'equa distribuzione delle risorse. L'accesso universale verrà eventualmente garantito non tanto grazie alle politiche sociali, ma sotto l'egida di interessi puramente economici. Com'è già evidente, se la rete è destinata ad essere il nuovo mercato, è necessario allargare il bacino di consumatori che possono accedervi. In quest'ottica l'equivalenza "l'informazione è potere" non è del tutto vera. Lo diventa

nella misura in cui qualcuno ci permette di accedervi, di attribuirle un senso e ci suggerisce i suoi utilizzi pratici. In altri termini, nel momento in cui disponiamo di un'informazione abbiamo già subito l'esercizio di potere di chi ce l'ha messa a disposizione e l'ha fatta emergere dalla confusione circostante. Alcuni autori parlano di potere simbolico:

*[...] Evidentemente è un potere che si colloca oltre il controllo del contenuto dell'informazione, ma anche oltre i codici che organizzano le fonti e la costruzione dell'informazione. Il potere non ha più a che fare con quello che viene detto, ma con la possibilità di creare e percepire il senso di ciò che viene comunicato: quando tutti diventano potenzialmente produttori e consumatori di informazione si esercita potere solo se si controlla il modo in cui si produce e si riceve il senso della comunicazione stessa.<sup>16</sup>*

In sostanza, la società globale dell'informazione ha portato con sé il potere sempre più invasivo della comunicazione, capace ormai di strutturare i sistemi socioculturali e determinarne l'evoluzione. Si tratta di un nuovo paradigma sociale emergente con potenzialità contraddittorie di libertà e controllo sociale, censura e resistenza.

L'affermazione dei mezzi di comunicazione di massa, a partire dall'Ottocento, si è accompagnata ad un importante processo di mutamento della società. È stato in questo periodo che in Europa e negli Stati Uniti si sono conosciuti gli effetti della rivoluzione industriale e dell'organizzazione del sistema sociale sul modello capitalista. I mass media sono stati, con buona ragione, portatori e insieme prodotti della modernità, intesa come superamento di vecchi modelli di potere sostituiti dall'autonomia sempre più preponderante di cittadini in grado di informarsi, discutere, decidere il loro destino. Il contributo più grande di questa fase di riorganizzazione della società è stata la costruzione della cosiddetta opinione pubblica. Oggi siamo di fronte ad una nuova fase di cambiamento sociale profondo che si accompagna, come già accadeva nella società di massa, ad una notevole innovazione del sistema dei media. La velocità con cui muta la società attuale non permette al linguaggio di dare definizioni con la stessa chiarezza del passato, così che la società dell'informazione è stata variamente definita come società postmoderna, postindustriale, postcapitalista, post-materiale. Ognuna di queste definizioni sottende un'idea di rottura con gli elementi tipici dell'industrialismo, quali lavoro e capitali, che vengono gradualmente sostituiti da

informazione e conoscenza: si crea conseguentemente una nuova economia globale delle reti, basata su flussi immateriali, quali idee, informazioni, conoscenza, cultura, più che su quelli materiali di merci e persone. L'informazione si presenta sempre di più come la principale risorsa disponibile, la più preziosa, dal momento in cui le aziende e gli uomini più ricchi del mondo lavorano non più con acciaio o petrolio, ma essenzialmente con *informazioni* variamente organizzate.<sup>17</sup>

Quella che Manuel Castells ha definito la **Società in Rete**<sup>18</sup> non diffonde solo in tempo reale i simboli e le conoscenze, andando ad incidere in modo sempre più netto sull'intero sistema di formazione e trasmissione dei modelli e della cultura, ma ridefinisce totalmente anche il rapporto con lo spazio e, soprattutto, il tempo. I nuovi sistemi sociali, infatti, iniziano ad avere come dimensione fondante la velocità; velocità con cui circolano le merci ma, soprattutto, le idee e le conoscenze. Cambia la percezione della conoscenza che l'individuo ha di sé e del mondo che lo circonda. Il *rapporto individuo-società*, quindi, cambia profondamente e rapidamente. L'uso delle tecnologie digitali e la comunicazione interattiva, poi, contribuiscono a creare a livello globale un tessuto sociale completamente nuovo e complesso. Le nuove tecnologie dell'informazione e della conoscenza non sono considerate semplicemente veicoli di comunicazione, ma contribuiscono a definire in parte anche il processo di globalizzazione, in quanto nuovi modelli culturali attraverso i quali si affermano la libertà di espressione e la libera circolazione dei flussi informativi e culturali. La conoscenza e l'informazione diventano, così, i fattori centrali della nuova società il cui sviluppo si basa sulla partecipazione sociale attiva dei cittadini.

## **Nuovi strumenti, nuovi linguaggi, nuovo mondo**

Nella società contemporanea l'uomo sta espandendo progressivamente il suo campo di azione verso temi fino a poco tempo fa lasciati alla natura: ingegneria genetica, clonazioni, trapianti, tecniche di riproduzione assistita, e molto altro, ci inducono ad entrare ogni giorno in domini di linguaggio nuovi, in cui i codici rappresentano importanti chiavi di accesso a un potere sottile e pervasivo. Come già sottolineato con l'idea di Foucault, ogni parola ha una precisa connotazione che non è mai legata solo al suo significato letterale ma assume un valore politico, una *presa di posizione*. Il potere della parola, d'altra parte, ha radici antiche quanto il mondo, un esempio su tutti è la Bibbia in cui Dio stabilisce che

le tenebre si chiamano notte e la luce giorno. Ogni parola produce degli effetti su chi la pronuncia e su chi la ascolta. Oggi le lingue si estendono su molti registri, dai linguaggi informatici, alle lingue dei nuovi media, alle lingue inventate, agli emoji, ecc. Ciascuno di questi linguaggi genera potere culturale in base alla sua tensione intrinseca tra realtà e rappresentazione. La lingua, infatti, ha sempre agito sul sottile confine tra realtà e descrizione della stessa, assumendo il potere di definire il mondo per come lo conosciamo. Attualmente, in un mondo pervaso da tecnologie e complessità, conferiamo potere culturale ai codici (linguistici e non) che strutturano e danno priorità all'esperienza. Potremmo dire, quindi, che il linguaggio occupa, e ha occupato, uno status speciale come tecnologia intellettuale<sup>19</sup> nel corso dell'evoluzione simultanea tra umanità e strumenti culturali.

In qualche momento del XXI secolo il nostro rapporto con i computer è cambiato. Abbiamo iniziato a portarci ovunque, in tasca, ad utilizzarli a tavola, a parlarci. Abbiamo cominciato non solo ad usare ma anche a fidarci di sistemi computazionali che ci dicono con chi uscire, a cosa pensare, dove andare e nel corso del tempo è ritornata in uso una vecchia parola: *algoritmo*. Gli algoritmi agiscono come vere e proprie macchine culturali che con un'ampia gamma di processi computazionali sorvegliano i comportamenti degli utenti, aggregano i cosiddetti big data dalle informazioni risultanti e rivolgono agli esseri umani una serie di interfacce e raccomandazioni mirate. In sostanza, evidenziano un percorso possibile tra problemi e soluzioni. In realtà, gli algoritmi risolvono problemi che sono stati identificati come tali da programmatori e imprenditori che agiscono sul codice, e questo processo di riconoscimento del un problema e della sua eventuale soluzione, inevitabilmente coinvolge ogni sorta di inferenza umana e filtro intellettuale. A differenza di ciò che può sembrare ovvio, le informazioni di cui disponiamo attraverso i sistemi computazionali ai quali ci affidiamo, non sono il risultato di un processo decisionale imparziale. Come scrive lo studioso di etica Frank Pasquale:

*I sistemi automatizzati affermano di valutare tutti gli individui allo stesso modo, evitando così le discriminazioni.[...] Ma sono gli ingegneri del software a costruire gli insiemi di dati estratti dai sistemi di punteggio; a definire i parametri delle analisi di data mining; a creare i cluster, i collegamenti e gli alberi decisionali applicati; a generare i modelli predittivi applicati. I pregiudizi e i valori umani sono incorporati in ogni singola fase dello sviluppo.<sup>20</sup>*



Via via che questi sistemi occupano un posto sempre più preponderante nello spazio culturale, la prospettiva pragmatica, che guarda ai comportamenti come conseguenza di una stretta interconnessione tra codice e individui, viene analizzata con più attenzione. Secondo alcuni, in effetti, il periodo storico in cui viviamo può essere denominato era dell'algoritmo, inteso come epoca dominata dall'algoritmo come struttura ontologica per comprendere l'universo<sup>21</sup>. Seppure ad un primo sguardo possa sembrare una visione estrema, fin troppo metaforica e astratta per descrivere la realtà, si deve invece adottare uno sguardo più critico e notare che è possibile estendere la nozione alla vita quotidiana e ai principali modelli di business aziendali come Google, Amazon e Netflix che plasmano ogni giorno i nostri comportamenti quotidiani. Non deve sorprendere un'affermazione come quella precedente perché il desiderio di rendere il mondo concretamente calcolabile e prevedibile è alla base di molti dei momenti della storia dell'uomo, dai primi computer balistici che sostituirono gli esseri umani nella difesa missilistica di metà Novecento, a Siri, alla barra di ricerca di Google. Ne consegue che gli algoritmi, i quali tendenzialmente eliminano tutto ciò che non comprendono, hanno un impatto immane sulla politica, sulla cultura e sulla vita di tutti i giorni.

Anche il matematico Claude Shannon, di cui sopra, ha provato a creare un modello per misurare e quantificare la comunicazione, contribuendo a dare forma a decenni di lavoro sull'elaborazione dei segnali, della crittografia e altri settori. La sua impostazione, seppure lontana dall'approccio pragmatico per come è qui inteso, ha avuto un'influenza importante nell'approccio contemporaneo alla conoscenza. Infatti nel suo limitato senso teorico, l'informazione ha fornito un metro comune per comprendere qualsiasi tipo di sistema organizzato, compresa la mente. Tutti i sistemi complessi sono intesi come macchine, in un certo senso equivalenti: i sistemi computazionali, l'intelletto e, qualcuno sostiene, l'universo. Non è un caso che i ricercatori nel campo dell'intelligenza artificiale cerchino di modellare il cervello umano, per riformulare la biologia e l'umano affinché diventino calcolabili, in perfetta coerenza con l'idea che il medium è il messaggio. Il cervello è medium, è messaggio.

Poiché, in quanto esseri umani, siamo costantemente mossi dall'apofenia, ovvero una ricerca disperata e continua di strutture significative, cerchiamo ad ogni costo di migliorare e modificare la nostra esperienza mentale del mondo. Per farlo appaltiamo la mente alle macchine, provando ad estendere le nostre categorie di pensiero, con il

risvolto negativo di alterare la nostra capacità di raccogliere informazioni e concentrarci sull'accesso piuttosto che sulle informazioni stesse. Come suggerisce Clark:

*Il pensiero e la ragione umani sono nati da interazioni reciproche tra cervelli materiali, corpi materiali, e complessi ambienti culturali e tecnologici. Noi creiamo questi ambienti che ci sostentano, ma essi a loro volta creano noi.*<sup>22</sup>

Come sospettava Platone, la nostra interazione con la tecnologia della parola scritta non solo ha cambiato il mezzo del pensiero, estendendolo alla pergamena, alla carta e altri dispositivi esterni, ma ha anche cambiato il modo del pensiero. La lingua scritta, infatti, è stata il primo hardware per il pensiero umano, la prima tecnologia per elaborare la cultura attraverso il tempo e lo spazio. In linea con l'evoluzione delle tecnologie e del pensiero, è possibile affermare che l'algoritmo che fonda il mondo odierno, è radicato nell'informatica ma rifrange una serie molto più ampia di grammatiche culturali, filosofiche, matematiche e immaginative. L'algoritmo funziona quindi come un processo sempre in corso che modella in modo persistente la realtà, in altre parole è una forma di elaborazione illimitata. Com'è evidente, i sistemi tecnici hanno implicazioni fortemente politiche che articolano forme di potere spesso in contraddizione con la retorica emancipatrice delle innovazioni tecnologiche. Delinea David Golumbia:

*l'informatizzazione tende ad allinearsi con forze relativamente autoritarie, gerarchiche e spesso politicamente conservatrici, le forze che giustificano forme esistenti di potere [in un progetto che] si collega facilmente con il progetto di ragione strumentale.*<sup>23</sup>

Le teorizzazioni fino a qui esposte forniscono strumenti critici per l'interpretazione di un tema così sfaccettato e interdisciplinare ma potrebbero essere viziate da una visione quasi filosofica, apparentemente lontana dalla realtà quotidiana. È in questa prospettiva che occorre quindi fornire anche degli esempi pratici di come, in un rapporto di circolarità, gli strumenti a nostra disposizione influenzano il linguaggio e il mondo, e come ne siano a loro volta influenzati. Probabilmente il mondo anglosassone ha colonizzato in larga misura la modalità con cui usufruiamo dei nuovi media e delle tecnologie, quindi il linguaggio di cui facciamo uso. Una delle principali caratteristiche del mondo odierno

è di sicuro il fatto che il linguaggio ha iniziato a subire delle trasformazioni, molto spesso prendendo in prestito termini utilizzati in passato per conferire loro nuove connotazioni. Prendiamo in esame la parola *mining* ad esempio. Il termine inglese è utilizzato nel campo della ricerca sui big data per intendere tutta una serie di tecnologie e protocolli funzionali a scannerizzare enormi quantità di dati e identificare modelli di comportamento, preferenze e interessi all'interno di gruppi di popolazione molto ampi. A ben riflettere, la parola, in coerenza con l'accezione originaria, ha sempre a che fare con il mettere la miseria umana al servizio del profitto. Tuttavia, la tecnologia del data mining appare a noi democratica, pulita e trasparente. Anche la parola *codice*, mutuata dagli studi sulla linguistica, può aiutarci nella riflessione. Nel corso del tempo il termine ha assunto il significato di segretezza, linguaggi crittati e spionaggio. Oggi ci sembra un termine neutro, professionale e benigno utilizzato nel campo dell'informatica. In verità, chi lavora col codice deve avere una competenza specifica (linguaggio, algoritmi, protocolli) invisibile all'utente medio, che quindi può nascondere dei rischi. Utente è un esempio ancora più emblematico e lampante, che è utile passare in rassegna, di come il termine si sia arricchito di sfaccettature più complesse. In origine, specialmente in inglese, la parola *user* era riferita a certe forme di valore. Attualmente siamo tutti *user* di app, di strumenti e dispositivi che definiscono in larga misura l'umanità e la socialità in generale. In questo modo risulta evidente che i cambiamenti linguistici sono misura della colonizzazione, nella nostra esistenza, della funzione, dell'utilità e della convenienza commerciale che contribuiscono a modellare il nostro pensiero e il nostro modo di vivere. La logica della trasformazione linguistica indotta dalla tecnologia, potrebbe essere estesa anche a termini come *identità*, oggi spesso considerata una forma vulnerabile di proprietà intellettuale che può essere rubata, e *privacy*, un diritto oggi controllato perlopiù dalle macchine. Tra questi esempi se ne potrebbero annoverare tanti altri che sono in qualche modo la naturale conseguenza dei rapidi cambiamenti tecnologici. Eppure nuovi significati sono neutralizzati con la stessa velocità con cui vengono messi in circolazione, probabilmente, per sminuirne le grandi implicazioni per l'umanità, la società nel suo complesso e, perché no, anche la nostra propensione alla solidarietà. Ormai le piattaforme algoritmiche, e le tecnologie che le supportano, danno una forma concreta a tutta la produzione culturale, dagli autori tenuti a conversare sui social per promuovere l'uscita dei loro libri a sofisticati sistemi che ci consigliano nuovi prodotti. Abbiamo bisogno, con tutta evidenza, di comprendere criticamente i processi che regolano, generano e manipolano costantemente il sistema poiché un'interfaccia grafica, un sistema di icone e metafore, un linguaggio ironico o un tono polemico, creano cornici ideologiche e argomentazioni sulla realtà. In altri termini,

gli esseri umani e gli algoritmi sono fortemente interdipendenti nella creazione di macchine culturali e opere creative che assumono un valore estetico e una certa complessità culturale.

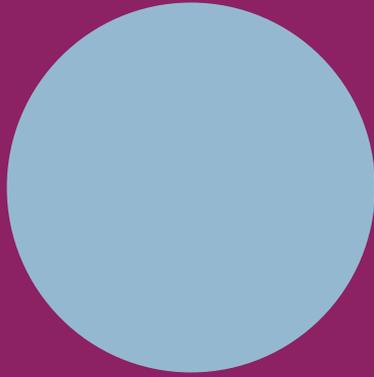
## **Conclusione**

Il capitolo è iniziato delineando le principali teorie di comunicazione per sottolineare l'importanza assunta dalla componente umana e tecnologica nel corso dell'evoluzione della comunicazione. È stato poi suggerito in che modo è cambiato il munis condiviso negli scambi comunicativi, quindi come l'informazione e la conoscenza assumano potere nella loro immaterialità. Inoltre si è tentato di fornire strumenti teorici e critici per una più completa interpretazione del fenomeno di trasformazione che coinvolge tutte le sfere dell'agire umano, quindi della comunicazione. La riflessione si è mossa infine su come le parole stiano assumendo nuovi significati guidati dalla tecnologia e accettati socialmente. Assumendo un tale punto di vista, non si intende generare allarmismo distopico e catastrofico, ma indurre il lettore ad avere uno sguardo critico nei confronti dei cambi repentini che ci coinvolgono quotidianamente e che, tendenzialmente, sono mossi da fini utilitaristici. Senza una certa lucidità, infatti, si rischia di rimanere vittime della velocità e della volatilità degli eventi piuttosto che gestirli con giudizio critico e assumersi le proprie responsabilità.

## Note

1. Shannon, C. and Weaver, W. (1983). *La teoria matematica delle comunicazioni*. Milano: Etas libri.
2. Eco, U. (1979). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
3. Anolli, L. (2000). *Psicologia della comunicazione*. Bologna: Il mulino.
4. Paccagnella, L. (2018). *Sociologia della comunicazione*. Bologna: il Mulino.
5. Edward Sapir - Benjamin Lee Whorf. (1956) *Linguaggio e Relatività*. A cura di Marco Carassai ed Enrico Crucianelli. Roma: Castelvecchi, 2017
6. Michel Foucault. (1966) *Les Mots et les Choses. Une archéologie des sciences humaines*. Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines ».
7. Austin, J. (1962). *How to do things with words*. London: Oxford University Press.
8. Saussure, F. and De Mauro, T. (2011). *Corso di linguistica generale*. Bari: Laterza.
9. Berger, P. and Luckmann, T. (1966). *La realtà come costruzione sociale*.
10. Baldini M., Balestrini N. (2005). *La parola nella galassia elettronica*. Roma: Armando Editore.
11. Ong W.J. (1986). *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*. Bologna: Il Mulino.
12. Innis H. (1982). *Le tendenze della comunicazione*. Milano: Sugarco.
13. McLuhan M., Fiore Q. (1967). *Il medium è il messaggio*. Milano: Feltrinelli.
14. B.Bassi (1993). *Brainframes: mente, tecnologia, mercato*. Bologna: Baskerville.
15. Morcellini M., Fatelli G. (1994). *Le scienze della comunicazione. Modelli e percorsi disciplinari*. Roma: Carrocci.
16. Melucci A. (2000). *La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana*. Milano: Feltrinelli.
17. Paccagnella, L. (2018). *Sociologia della comunicazione*. Bologna: il Mulino.
18. Castells M. (2002). *La nascita della società in rete*. Milano: Università Bocconi Editore.
19. Finn E. (2018). *Che cosa vogliono gli algoritmi. L'immaginazione nell'era dei computer*. Torino: Giulio Einaudi Editore.
20. Pasquale F. (2015). *The Black Box Society. The secret algorithms that control money and information*. Cambridge: Harvard University Press.
21. Finn E. (2018). *Che cosa vogliono gli algoritmi. L'immaginazione nell'era dei computer*. Torino: Giulio Einaudi Editore.
22. Clark A., Chalmers D.J. (1998). *The Extended Mind*. New York.
23. Golumbia D. (2009). *The cultural logic of computation*. Cambridge: Harvard University Press.





## Capitolo 2

Oggi, dopo numerose riflessioni innescate dalle sensibilità del *femminismo* si è delineato un movimento crescente di consapevolezza in merito all'identità di genere e alla fluidità delle categorie di maschio e femmina.

## SCHEMI DI PENSIERO E RESTITUZIONE MEDIALE IL FEMMINISMO

Aldilà del mezzo espressivo utilizzato – fotografia, pittura, disegno, scultura – le persone sono praticamente sempre ritratte maschili o femminili, differenti e diseguali. Le narrazioni orali, scritte o visive, che hanno contribuito a costruire la nostra memoria culturale, hanno sempre assunto un linguaggio comunemente accettato come norma, con una bassa tolleranza per l'ambiguità. Oggi, dopo numerose riflessioni innescate dalle sensibilità del femminismo e dalla maggiore possibilità di informarsi e partecipare, in tutti i paesi del mondo si è delineato un movimento crescente di consapevolezza in merito all'identità di genere e alla fluidità delle categorie di maschio e femmina. Si inizia così a capire il peso assunto dalla cultura nella costruzione di una divisione costituitasi in origine come netta e assolutamente impermeabile nei confronti di possibili contaminazioni. Si intravede, inoltre, cosa sottendono, cosa hanno da sempre implicato, le immagini religiose, la pubblicità, l'arte e i film, la pornografia e l'erotismo: tutti espedienti narrativi per ricondurre al binarismo di genere e limitare possibili altre interpretazioni. Si giunge, infine, alla consapevolezza che ogni donna è pienamente umana e unica, non finita nelle rappresentazioni che di lei sono state divulgate. Di certo questa divisione netta e dicotomica può risultare limitante anche per gli uomini. Tuttavia, poiché gli uomini hanno avuto più potere nel creare immagini in una società che divide la natura umana in due, le donne hanno sempre avuto meno possibilità di essere viste come esseri umani completi. In aggiunta, se nella vita reale alcune questioni sono più sfaccettate di quel che sembra, ovunque, dal giornalismo alle aule di giustizia, qualunque tema sembra ridursi alla suddivisione tra due opposti molto limitante e fuorviante, soprattutto a discapito delle donne. Se poi spostiamo lo sguardo sul futuro, viene facile pensare che grazie all'incredibile mole di dati che forniamo ogni giorno, i governi e le aziende riusciranno a interferire nelle nostre vite più di quanto già non facciano, e saremo ancora più esposti a manipolazioni, pubblicità e propaganda mirate al controllo dei nostri schemi di pensiero. Diventerà, infine, facile indirizzare le nostre opinioni ed emozioni. Con tutta probabilità, diventerà ancora più facile credere nella semplificazione della gerarchia e delle differenze, oltre che nella competizione che sorpassa a gran velocità una possibilità di cooperazione.

## Il pensiero femminile e femminista

*Dobbiamo ben porci la domanda: che cos'è una donna?[...] Se io voglio definirmi sono obbligata anzitutto a dichiarare 'Sono una donna'; questa verità costituisce il fondo sul quale si ancorerà ogni altra affermazione.<sup>1</sup>*

La domanda che Simone de Beauvoir si pone in questo passaggio de *Il secondo sesso*, rappresenta emblematicamente la sfida e l'impegno profuso dalle donne nel lungo percorso di autoconsapevolezza e autorappresentazione di sé. L'identità, dunque, si rivela punto di partenza della riflessione femminile oltre che della **pratica politica femminista** sulla questione del binarismo di genere. Infatti, non è un caso che quando le donne hanno iniziato a prendere coscienza di sé, hanno spesso anche intrapreso convinte battaglie di emancipazione alla ricerca di una risposta su quali implicazioni, comportamenti e aspettative derivassero dal loro ruolo nella società. Mary Wallstonecraft, un'antesignana del movimento femminista scriveva già nel 1792:

*è giunto il momento per una rivoluzione nel comportamento delle donne, è il momento di restituire loro la dignità perduta, e fare in modo che esse, in quanto parte dell'umana specie, si adoperino a trasformare il mondo iniziando da se stesse.<sup>2</sup>*

Nel corso del tempo le ricerche inerenti alla specificità femminile si sono diversificate per cause, obiettivi e intenzioni a seconda del contesto geografico o storico-culturale, contribuendo a fecondare campi prima di dominio prettamente maschile. Nonostante le diverse accentuazioni, nel complesso hanno evidenziato la necessità comune di nuove consapevolezze e della rottura delle ormai consolidate categorie uomo/donna.

La memoria storica femminile fa risalire le origini del termine *femminismo* al periodo intorno al 1870, quando i medici erano alla ricerca di una definizione per quegli uomini il cui sviluppo della virilità appariva arretrato, in altre parole coloro i quali mostravano caratteristiche perlopiù femminili. In verità, il fautore dell'accezione di femminismo a noi familiare fu in origine Alexandre Dumas che nel 1872, nel suo libro *L'Homme-femme*, ne parla in questi termini:

*Le femministe, passami questo neologismo, dichiarano che tutto il male viene dal non riconoscere che la donna è alla pari dell'uomo e che pertanto gli dovrebbe essere data la stessa formazione e gli stessi diritti degli uomini.<sup>3</sup>*

Nel 1882 Hubertine Auclert, femminista francese, definisce il neologismo in un senso più positivo rispetto al precedente, intendendo il femminismo come un miglioramento della condizione femminile. Il termine, in realtà, venne reso definitivamente popolare dalla stampa in occasione di un congresso femminista svoltosi a Parigi nel 1892 per merito di Eugénie Potonié-Pierre, anche se a New York già nel 1848 circa duecento donne si erano riunite per discutere della condizione sociale, civile e religiosa delle donne nella cosiddetta Seneca Falls Convention. Aldilà del momento esatto in cui il femminismo ha iniziato a chiamarsi per nome, è emblematica la velocità con cui le riflessioni sono state stimulate. Infatti, se possiamo collocare la prima ondata ufficiale del movimento nel 1848, è altrettanto vero che già entro il 1910, negli Stati Uniti, il femminismo arriva a comprendere due idee dominanti: l'*emancipazione* delle donne sia come *esseri umani* sia come *esseri sessuati*. In questa fase, in effetti, il femminismo si concentra maggiormente su rivendicazioni di natura politica, ma oltre al diritto di voto le suffragette vogliono anche la *parità* tra uomini e donne nel diritto di famiglia.

In realtà i movimenti femministi non vengono suddivisi in ondate fino a quando, nel marzo del 1968, la giornalista statunitense Martha Weinman Lear parla di una "seconda ondata" in un articolo del New York Times Magazine, inserendo così le precedenti generazioni retroattivamente nella prima ondata. Con l'espressione fa combaciare l'inizio di una seconda fase del movimento con l'entusiasmo del secondo dopo guerra. Nel 1963 Betty Friedan, infatti, con il suo libro *The Feminine Mystique*, mette in luce "il problema che non ha un nome"<sup>4</sup>, ossia il *sessismo* sistemico che insegna alle donne che il proprio posto è tra le mura domestiche e che, in caso di scontentezza il motivo dell'infelicità non è da ricercarsi all'esterno ma nella propria ingratitudine. Simone de Beauvoir ne *Il secondo sesso* aveva già anticipato alcuni dei temi caldi politicizzati poi dalle battaglie degli anni Sessanta e Settanta, ma eventi rivoluzionari come la diffusione della pillola contraccettiva nel 1961 contribuiscono effettivamente a dare al movimento dimensioni di massa. I temi sono nuovi e spesso scandalosi rispetto al passato: si parla di sessualità, di stupro e violenza domestica, di diritti riproduttivi, ma anche di parità di genere sul posto di lavoro.

Poi, nel 1990, l'autrice Rebecca Walker si riferisce ad una terza ondata. Tuttavia questa divisione convenzionale non trova consensi unanimi per la difficoltà di assegnare alcune femministe a ondate specifiche. Si tratta di un periodo caratterizzato dalla forte contraddizione per cui uomini e donne dei paesi occidentali hanno pari diritti e opportunità sulla carta, tanto che qualcuno parla ancora oggi di società post-femminista, ma le discriminazioni non sono affatto scomparse. Il femminismo assume nuove sfumature, fa rete con diversi tipi di femminismo ma le tematiche principali e comuni di dibattito sono il *divario salariale*, le *molestie* sul lavoro e lo *sfruttamento del corpo femminile* nella deriva pornografica e della prostituzione. Non è ancora possibile parlare con chiarezza di una quarta ondata, tuttavia il #MeToo e Time's Up, la marcia su Washington, e un numero sempre crescente di donne al potere fanno presupporre l'inizio di una nuova fase.

A prescindere dalle suddivisioni, che tuttavia forniscono un apparato cronologico utile ad individuare fasi evolutive ed eventi, quel che rimane immutato è che le donne hanno a lungo lavorato, e continuano a farlo, per modificare condizioni e rappresentazioni responsabili di forme distorte e frammentate della loro *identità*. Per farlo, si sono adoperate sin da subito nella ricerca degli strumenti più funzionali ad un approccio interdisciplinare del tema, per tenere conto dei numerosi soggetti coinvolti nell'ecosistema culturale, dei valori e di tutte le variabili implicate. La presa di coscienza della specificità femminile si è espressa con modalità e sfumature diverse nel corso del tempo, ma alla base del movimento si sono sempre poste le esperienze di numerose donne, apparentemente senza alcun legame tra loro, che insieme hanno contribuito all'emergere di una *riflessione al femminile*. Tutte quante, con modi e tempi diversi, hanno portato il proprio pensiero anche in campi tradizionalmente maschili come la storia, la politica, le scienze sociali e la filosofia. Col passare del tempo e a piccoli passi, il movimento delle donne ha fertilizzato la dimensione pubblica della cultura fino a coinvolgere ambiti disciplinari diversi e prima impensati, portando avanti un percorso di crescita femminile senza sosta. La forza maggiore del movimento, infatti, risiede nell'analisi di sé prima e di *soggetto politico, economico, sociologico e sessuato* poi. In effetti, i women studies, come li chiamano gli anglosassoni, riflettono in toto gli sforzi compiuti per creare dialogo fra campi disciplinari differenti. Infatti, l'incontro e la contaminazione interdisciplinare si pongono oggi come ottimi strumenti per tentare di abbracciare il variegato orizzonte

culturale, caratterizzato dall'esistenza di realtà sociali sempre più complesse e frammentarie. Uno sguardo attento suggerisce che un tale approccio è il frutto maturo di un lungo e complesso lavoro intellettuale che le donne hanno elaborato nel tempo, lavorando prima di tutto su se stesse. La battaglia per il riconoscimento di una *soggettività femminile*, infatti, ha sempre avuto una duplice natura: da un lato la ricerca di un'identità piena e completa nel rifiuto di modelli precostituiti, dall'altro la ricerca di una specificità molteplice e complessa, riflesso della società e non inscrivibile in confini precisi. Le donne, brave comunicatrici, si sono sempre fatte portatrici di concetti e idee di libertà ben più ampie e universali, tanto da diventare l'emblema di un nuovo soggetto su cui fondare un progetto di cultura e società diverso dal precedente.

### **Le donne, soggetto politico**

All'origine del pensiero femminista c'è un'opera pubblicata a Londra nel 1972 dalla già citata Mary Wollstonecraft, una donna passata alla storia per i suoi scritti e per uno stile di vita considerato risoluto per quei tempi. In un passo del lucido e appassionato di Rivendicazione dei diritti della donna già allora scriveva:

*è giunto il momento per una rivoluzione nel comportamento delle donne, è il momento di restituire loro la dignità perduta, e fare in modo che esse, in quanto parte dell'umana specie, si adoperino a trasformare il mondo iniziando da se stesse.*<sup>5</sup>

Le idee dell'autrice, giudicate oggi con l'esperienza di due secoli in cui il movimento femminista ha fatto grandi passi in avanti, le rendono il merito di essere stata la prima vera testimonianza, di vita e di pensiero, nella lotta per la conquista di quei diritti predicati come universali ma riconosciuti nella realtà come diritti esclusivi dei maschi. Non erano solo gli uomini, però, a rifiutare le affermazioni contenute nel suo scritto. Al contrario, molte donne ne denunciavano l'inspiegabile e ingiustificata smania di indipendenza, come se esporsi in quel modo fosse una forma di supponenza inspiegabile per una donna. Il merito maggiore della "iena in gonnella", come la marchiava il romanziere Horace Walpole, è stato di riuscire ad andare in controtendenza rispetto ai rigidi criteri di valutazione morale del suo tempo e a chiedersi, appunto, che cos'è una donna? Certo, la strada verso la conquista del diritto di voto era ancora al di là da venire e, sovente, erano

le donne stesse a respingere il desiderio di imboccarla. Tuttavia, la ricerca ostinata di una definizione della specificità femminile, è stata fondamento primordiale del movimento femminista per come lo conosciamo. La scrittrice condannava in primo luogo il falso sistema di educazione che privilegiava in tutto e per tutto la categoria maschile. Si rese altresì conto che, a differenza di quanto affermato da Rousseau<sup>6</sup>, che pure pareva aperto sul piano delle idee politiche, l'oppressione femminile non è un fatto di ordini naturali precostituiti ma di organizzazione sociale, culturale. La società, sosteneva, potrebbe migliorare soprattutto sul piano morale se le donne non fossero costrette a vivere in uno stato di ottusa fanciullezza e se si smettesse di perpetuare un modello fallace di femminilità fondato sul culto del corpo della donna, il cui unico compito è quello di rendersi attraente agli occhi dell'uomo. È proprio questa estromissione delle donne dalla verità che le rende deboli e dipendenti dall'uomo e contemporaneamente priva la società di un miglioramento generale politico e relazionale.

Dunque, in nome della ragione, arriva alla lungimirante conclusione che l'unico mezzo per liberare le donne dal giogo del dispotismo maschile fosse una **riforma dell'istruzione** e della **formazione culturale**, da sempre accessibili soltanto agli uomini. Wallstonecraft intendeva l'educazione soprattutto come mezzo ad uso delle donne per operare una rivoluzione in se stesse, col fine ultimo di contribuire ad un cambio di rotta di portata più ampia e frantumare l'immagine del proprio ruolo imposta nella società. Secondo il suo pensiero rivoluzionario, i diritti della donna, quindi, devono essere prima conquistati dalle donne stesse e in un secondo momento devono essere assicurati dall'iniziativa politica degli uomini. In definitiva, nella riflessione della Wallstonecraft sono contenuti in nuce tutti i grandi temi che animeranno le battaglie femministe successive: il problema dell'uguaglianza, la condanna del patriarcato, l'emergere di una specificità femminile.

Il *femminismo liberale*, in particolare, ottenendo il diritto di voto alle donne e il riconoscimento dell'eleggibilità femminile, sposa specificatamente la causa dell'uguaglianza politica fra i sessi. Tale punto di vista muove dal presupposto che esista un'unica natura umana libera, razionale e morale, fonte di diritti naturali inalienabili e che le cause della disparità tra uomo e donna siano da ricercarsi unicamente nella società, che da sempre ha messo in atto meccanismi discriminatori nell'educazione, nell'istruzione, nella divisione del lavoro, nella politica e nella cultura. Inoltre in tempi recenti si è tentato di affiancare, al riconoscimento formale della questione, il concreto

realizzarsi di un'effettiva parità tra uomini e donne. Di fatti, le battaglie recenti si sono concentrate sulla richiesta di politiche sociali di *pari opportunità* in campo formativo, occupazionale e salariale. Nonostante le conquiste, però, le donne continuano ad essere escluse dai luoghi di potere e continuano ad occupare posizioni subordinate nel lavoro e in politica. Come osserva Marisa Forcina, esperta di storia delle dottrine politiche:

*L'endemica crisi che vive la rappresentanza femminile non è questione di mancanza di desiderio femminile di rappresentare o di essere rappresentate, ma di denuncia di quello che avviene realmente nell'attuale democrazia, dove i rappresentanti sembrano operare solo una rappresentazione del sé, e dove la stessa democrazia è sempre più simile a ciò che non possiamo avere.<sup>7</sup>*

Al di là delle reali o presunte motivazioni femminili e/o femministe della partecipazione alla vita pubblica, la questione implica una riflessione di natura filosofica. Storicamente il principio dell'uguaglianza sottende un modello di riferimento universale di tipo maschile poiché fu elaborato per eliminare le differenze fra uomini nella sfera pubblica. Ma come rileva con lucidità Adriana Cavarero:

*[...] il principio di uguaglianza non compie il gesto intenzionalmente discriminatorio di posizionare le donne fuori dai suoi canoni, ma si limita a lavorare su un posizionamento della questione politica che, sin dai tempi di Aristotele, è già esclusivamente maschile. In parole semplici, la politica riguarda il soggetto, e il soggetto è di sesso maschile.<sup>8</sup>*

Le donne, quindi, conquistano la parità solo accettando di comportarsi come se fossero uomini, così rinunciando alla propria specificità. Ad ogni modo, la profonda rilettura e rielaborazione della tematica delle differenze si deve all'importante lezione di Simone de Beauvoir che, nella seconda parte de *Il secondo sesso* delinea la possibilità, per la donna, di uscire dalla sua situazione di minorità per diventare semplicemente altro, un essere differenziato solo in virtù di ruoli funzionali ma con pari dignità e diritti rispetto all'uomo in nome di un'unica natura umana, libera e razionale. Proprio nell'ottica di una prospettiva più equa e paritaria, è stato introdotto di recente il concetto di **cittadinanza di genere** intesa come raggiungimento di una concreta uguaglianza, in cui lo specifico

femminile sia interpretato non come mancanza ma come risorsa e possibilità di accesso a nuovi orizzonti culturali. In ultima istanza, parafrasando il pensiero di Carla Lunghi, concettualizzare la donna come soggetto politico è funzionale a rimandare ad una possibile diversa concezione del potere e dell'autorità, non più intesi semplicemente come distribuzione di risorse ma come attivazione delle stesse. Per farlo pare oggi indispensabile introdurre la mediazione e la comunicazione per affrontare gli attuali scenari culturali e sociali.

### **Le donne, soggetto economico**

Nel periodo a cavallo tra Ottocento e Novecento, un gruppo di pensatori trova che l'origine della subordinazione femminile risieda esclusivamente nei rapporti di produzione e riproduzione della vita materiale della società capitalistica. In una visione parzialmente limitata, il marxismo identifica nella proprietà privata e nella famiglia monogamica, che caratterizzano la società patriarcale, i sintomi dello sfruttamento femminile. La lotta tra i sessi viene interpretata come una conseguenza diretta della **divisione sessuale del lavoro**. Osserva Aleksandra Kollontaj:

*molti pensano che la schiavitù delle donne, la loro mancanza di diritti sia nata con la proprietà privata. È un punto di vista sbagliato. [...] la schiavitù delle donne è in relazione alla divisione del lavoro in base al sesso, quando il lavoro produttivo tocca all'uomo e il lavoro secondario alla donna.*

Dunque, dato che non esistono per natura lavori da uomini o da donne, a parte procreare e allattare, l'attribuzione e/o la proibizione di svolgere certi compiti e la conseguente esaltazione o svalutazione degli stessi è unicamente in funzione della **costruzione sociale e culturale della mascolinità e della femminilità**. Così, la rivendicazione si sposta sulle pari opportunità occupazionali e salariali, oltre che sull'importanza e sul peso economico del lavoro femminile domestico.

Dagli anni Settanta in poi, tuttavia, emerge l'istanza che una lettura solo economica e materialistica dello sfruttamento femminile non sia abbastanza. La conquista dei diritti politici e l'emancipazione lavorativa sono preludio di una considerazione più ampia nei confronti di altri fattori corresponsabili dell'oppressione femminile: la liberazione

sessuale delle donne e la loro affermazione come *soggetti sessuati* diventano il cavallo di battaglia del femminismo radicale.

### **Le donne, soggetto sessuato**

Negli anni Settanta, la questione della liberazione delle donne non trova più risposte esaustive nel femminismo liberale e dunque indaga più a fondo le cause della subordinazione femminile. Nelle organizzazioni di sinistra più avanzate, dal 1968 in poi, le donne inaugurano nuove forme di aggregazione politica e identificano nella sessualità la costruzione sociale della disuguaglianza tra uomini e donne e la supremazia dei primi sulle seconde.

Shulamith Firestone, militante femminista statunitense, sostiene nel suo *La dialettica dei sessi* che l'origine dell'inferiorità femminile è da ricercarsi nella diversità biologica ed anatomica, su cui vengono costruiti ruoli non solo nettamente diversificati ma anche gerarchicamente ordinati. La donna, infatti, generando, accudendo e allattando la prole, si trova in una condizione di oggettiva debolezza che si traduce in subordinazione dal momento in cui necessita dell'aiuto dell'uomo. La scienza e la tecnologia però possono cambiare questa situazione, liberando la donna dalla schiavitù. Le donne che vivono il fermento degli anni Settanta, animate dalla *denuncia al sessismo* della *società patriarcale* e dall'identificazione della differenza sessuale come meccanismo di esclusione, si riuniscono per dibattere tali temi e si confrontano utilizzando il metodo dell'*autocoscienza*. Finalmente riescono ad uscire dall'ambito domestico per rendersi coscienti delle dinamiche patriarcali che fondano la società. "Il personale è politico" è il famoso slogan figlio di quei tempi in cui la sessualità diventa fatto politico, anzi è origine di tutti i rapporti di potere e autorità nella società e nelle relazioni interpersonali. Il patriarcato viene smascherato nei suoi due pilastri: il *contratto sessuale* e l'*eterosessualità obbligatoria*. Secondo quanto suggerito da Carole Pateman, il primo è un patto implicito che gli uomini stabiliscono sul corpo delle donne, facendo del sesso femminile una classe subordinata privata dell'autonomia decisionale su di sé, sul proprio corpo e sul ruolo che può assumere nella società. Il secondo fondamento, invece, è l'incapacità di immaginare forme alternative di sessualità con l'implicazione di ordinare tutte le relazioni umane, la produzione culturale e la società. Adrienne Rich, nel 1980 scrive un articolo molto famoso dal titolo *Eterosessualità obbligatoria ed esistenza lesbica*, in cui considera

l'eterosessualità come una scelta imposta, prodotto del *dominio maschile*, che ha lo scopo di tenere in piedi l'ordine e la struttura della società patriarcale sessista.<sup>10</sup>

Nel 1975, Gayle Rubin conia l'espressione sex-gender system, a riprova del fatto che l'identità femminile è frutto di precise costruzioni culturali e sociali elaborate sulla base di presunti presupposti naturali e biologici. La sessualità biologica è un prodotto culturale che riflette la dipendenza gerarchica tra i sessi. Dunque nasce la coppia concettuale sesso-genero: se con il primo termine ci si riferisce alle caratteristiche anatomiche e fisiologiche, col secondo si intendono tutti i costrutti sociali che in ogni cultura definiscono ruoli e aspettative dell'uomo e della donna. In particolare, gli studi indagano il rapporto tra genere e potere. Joan Scott osserva che la delegittimazione culturale del potere esercitato da alcune donne sia una costante storica e che, poiché il genere è il territorio nel quale si articola il potere, le differenze di genere finiscono per strutturare tutta l'organizzazione sociale, basata sull'esclusione e sull'allontanamento delle donne da qualunque forma di autorità pubblica o riconosciuta.<sup>11</sup> In definitiva il genere, anche secondo il parere di Gerda Lerner, costituisce un principio strutturante la vita sociale e permette di individuare le molteplici forme di sottomissione femminile. Tuttavia, è stato messo in luce come, nonostante cerchi di separarsene criticamente, l'analisi di genere è fortemente dipendente dalla logica e dall'ordine simbolico patriarcale. Asserisce Adriana Cavarero:

*anche la classica distinzione tra gender e sex perde dunque di importanza. Ciò che è vero per il genere femminile, in quanto effetto del potere performativo del discorso che, dicendolo e ridicendolo, lo produce, diventa infatti anche vero per il sesso. Non ci sono appunto cose materiali la cui realtà sia preesistente e autonoma rispetto al linguaggio che le nomina [...] Questo effetto di datità irriducibile – di esistenza separata che si pretende indipendente dal linguaggio – riguarda i corpi e perciò anche il sex diventa una costruzione del linguaggio al pari del gender.*

Parafrasando quanto espresso dalla filosofa, potremmo dedurre che finché si parla con lo stesso linguaggio e con le stesse categorie che l'hanno prodotta e riprodotta storicamente, la differenza di genere finisce per diventarne un prodotto. Infatti, si è fatta strada la consapevolezza che per approfondire la tematica di genere fosse indispensabile

“

**Poiché il genere è il territorio  
nel quale si articola il potere,  
le differenze di genere  
finiscono per strutturare  
tutta l'organizzazione sociale,  
basata sull'esclusione e  
sull'allontanamento delle  
donne da qualunque forma  
di autorità pubblica o  
riconosciuta.**

”

affiancare lo studio di entrambi gli universi sessuati: alla nascita dei women studies si sono affiancati studi analoghi sulla costruzione sociale della mascolinità, i men studies. I gender studies poi, sviluppatasi soprattutto in Nord America, hanno voluto integrare le due prospettive aprendosi allo studio della socializzazione di genere, quindi della relazione tra mascolinità e femminilità.

Contestualmente alla critica al patriarcato, negli anni Settanta, si fa spazio una nuova concettualizzazione che porta il movimento a dividersi nella corrente dell'uguaglianza e in quella della differenza. Se la prima si rispecchia profondamente nel femminismo liberale, di matrice marxista e radicale che mira ad una sostanziale uguaglianza fra i sessi, la seconda interpreta la differenza non più come alterità e mancanza ma come risorsa e specificità, spunto per nuovi elementi di riflessione, che sfoceranno ad esempio nel femminismo nero ed etnico. Luce Irigaray in *Etica della differenza sessuale* (1985) sottolinea che ognuno di noi nasce con uno specifico sesso, che la differenza sessuale contiene in sé un riferimento al corpo sessuato.<sup>12</sup> Il pensiero occidentale, parlando sempre in nome di un soggetto apparentemente neutro ed asessuato, in realtà si riferisce tenacemente ad un modello maschile, che ha la sua massima espressione nella razionalità e nell'ordine mentale di un soggetto pensante. Ancora secondo Adriana Cavarero:

*questo soggetto pensante si rivela, anche ad un'analisi molto superficiale, come un soggetto che pretende di significare l'intera umanità, l'intero genere umano [...] mentre tuttavia è modellato soltanto sul maschile [...]. È l'uomo come maschio che pensa se stesso, che si autorappresenta sulla sua capacità di pensare, sulla sua capacità di discorso.*

Inoltre, questo soggetto ha costantemente prodotto forme e modalità di conoscenza maschile in cui le donne non si sono mai riconosciute del tutto e da cui sono state estromesse. La carenza di pensiero e di dicibilità di pensiero femminile ha favorito il fiorire della società sessista, oltre che il confinamento della donna nell'ordine domestico e la sua condanna al silenzio e all'invisibilità.

È solo nel tentativo di smascherare queste logiche che è possibile mostrare le potenzialità del corpo e della parola femminile nell'elaborare simboli e significati e nel definire, in maniera nuova ed originale, le identità sessuali e le relazioni tra i sessi.

## La costruzione culturale del femminile

Il **sogetto**, come lo definisce Alaine Touraine, sociologo francese contemporaneo, trova una sua manifestazione peculiare a partire dai rapporti che intercorrono tra uomini e donne, poiché proprio nella relazione tra i sessi è possibile scorgere percorsi di significato che costruiscono la società. Il sociologo sostiene, infatti, che:

*la cosiddetta liberazione della donna non si limita a distruggere un ordine sociale gerarchizzato [...] ma approda alla scoperta di una cultura femminile e della comunicazione fra questa cultura e quella degli uomini [...] la libertà delle donne è un elemento centrale nella costruzione di una società multiculturale [...]. A un multiculturalismo basato sulla separazione delle categorie sociali vediamo sostituirsi un diverso multiculturalismo, basato non più sulla distanza ma sulla comunicazione.<sup>13</sup>*

La modernità, identificata soprattutto come razionalizzazione, ha coinciso con il dominio culturale, politico ed economico dell'uomo occidentale, adulto e maschio, che si è posto come unico portavoce e realizzatore delle istanze della ragione sul mondo e su quelle categorie sociali considerate come depositarie di sollecitazioni irrazionali ed escluse dalla gestione del potere, in altri termini, donne, giovani, bambini, stranieri, lavoratori dipendenti. Ne deriva una massiccia sottomissione di gran parte della società moderna agli interessi del gruppo dominante, autodefinitosi come l'unico soggetto in grado di realizzare compiutamente la modernità.

Polarizzare la gente, però, non è sempre stata l'unica via percorribile a questo mondo. Il **genere** è stato inventato nel corso del tempo per giustificare una presunta supremazia dell'uomo. Ad esempio, tra i popoli Khoi e San in Africa, tra i nativi d'America e molte altre popolazioni, le donne usavano erbe e sostanze abortive e il calcolo del tempo per sapere se e quando partorire. Facevano crescere o raccoglievano cibo, che era tanto importante per sopravvivere quanto la caccia maschile, onoravano divinità sia maschili che femminili, e parlavano lingue come il Cherokee, il Bengali, il Luo o lo Yoruba che non avevano pronomi di genere, né *lui* né *lei*, e neppure ora ce li hanno. Le persone erano persone. Tuttavia, i libri di storia cui attingiamo informazioni di rado cominciano dall'inizio: di solito si parte dal racconto della divinizzazione del maschile che dà potere

alle donne e domina la natura, per poi soffermarsi sulle battaglie intraprese ai danni di milioni di guaritrici bruciate come “streghe”, proseguendo con il razzismo che giustificava il colonialismo e le lingue romanze attribuivano un genere persino ad oggetti inanimati. Una tale riflessione porta a dedurre che il genere, dunque, non è inevitabile ma che è stato costruito nel tempo e ha influenzato la cultura e il modo in cui noi oggi intendiamo il mondo. La storia, infatti, è stata a lungo quella dei maschi, concepiti come rappresentativi dell’umanità, e ciò si riflette, anche se non sempre in modo evidente, nei comportamenti che assumiamo, nel modo di parlare e di rivolgerci agli altri. La società, in sostanza, si modella sulla base delle storie che ci sono state tramandate e in cui abbiamo creduto. Fino ad oggi, nel mondo occidentale, ci hanno insegnato che il maschile prevale sul femminile per costituzione, capacità cognitive, forza e respingimento di qualsiasi aspetto che abbia a che fare con l’emotività. In effetti, qualsiasi cosa che sia considerata maschile, o per meglio dire virile, prescinde la cura, il tempo libero, l’accettazione di sé e dell’altro, per rivolgersi esclusivamente ad un’idea di produttività a beneficio della società. Estremizzando: se l’uomo può dare il suo contributo in questo mondo, la donna può aiutare l’uomo nella sua azione produttiva occupandosi di ciò che accade nel nucleo domestico. Nonostante una visione di questo tipo possa apparire oggi, sia alle donne che ad alcuni uomini, drastica e ingiusta perché troppo netta e scevra di una riflessione critica sulle numerose trasformazioni e rivoluzioni che si sono susseguite, bisogna ammettere che la storia che ci è stata tramandata ci ha fatto credere per lungo tempo che fosse il normale ordine delle cose. La **norma culturalmente condivisa**, e le **categorie di pensiero** ad essa afferenti, sono state messe in discussione solo di recente.

Moltissimi studi hanno dimostrato che anche le donne hanno una storia e ne sono attori a pieno diritto. Tuttavia, sembra che fino ad ora siano stati condotti studi isolati dedicati alle vite straordinarie e tragiche delle donne, come in uno spazio vuoto tutto per loro. L’emancipazione della storia delle donne rispetto a quella degli uomini, considerata invece come la storia del mondo, ha favorito il diffondersi di un punto di vista altro che spesso si è esaurito su sé stesso in discorsi che continuano a rivelarsi in qualche modo autoreferenziali. Dunque, il passo ulteriore pare essere l’*integrazione* dei due sguardi sessuati per introdurre la dimensione del rapporto tra loro. Il rapporto tra i sessi, come già sottolineato, non è solo un fatto di natura ma, più propriamente, una relazione sociale costruita e rimodellata di continuo, insieme effetto e motore della dinamica sociale.<sup>14</sup>

In altri termini, riscrivere la storia tenendo conto dell'insieme delle relazioni umane, delle interazioni, è uno stimolo a riflettere sui fattori costitutivi delle categorizzazioni mentali che ci sono state tramandate nel corso del tempo per indagare con quali aspetti positivi e negativi continuiamo a convivere. Ad esempio, se prendiamo in esame il razzismo nazista, questo non può essere compreso non tenendo conto della dimensione sessuata: la politica di Hitler verso le donne non era di certo mirata all'incremento delle nascite e al culto della maternità, al contrario mirava ad ostacolare le nascite, ad elevare la virilità e sterminare qualsiasi presunta debolezza.

In questa prospettiva, gli avvenimenti che hanno avuto un significato per le donne e gettano scompiglio nella cronologia della storia generale, non possono essere concepiti senza una *storia delle rappresentazioni*, decrittazioni delle immagini e dei discorsi che esprimono l'evoluzione dell'immaginario maschile e della norma sociale.<sup>15</sup> Il XX secolo, in particolare, secolo della psicologia e dell'immagine, conferma che la cultura occidentale ha sviluppato pochi modi positivi di rappresentare la donna. Se pensiamo alla *pubblicità*, emblema della relazione circolare tra schemi di pensiero e restituzioni medialì, questa non vende solo oggetti ma rappresentazioni dell'essere donna come oggetto sessuale da possedere. A partire da queste immagini, apparentemente innocue, si sono poi evoluti nuovi linguaggi deriva di quello pubblicitario, primo su tutti la pornografia diffusa attraverso riviste e video. Nella *cultura visiva* dell'inizio del XXI secolo, poi, le narrazioni si sono fatte sempre più esplicite per spingere i confini di ciò che è accettabile e liberare il pubblico dal moralismo imposto dalle istituzioni. Ma se il sesso è utilizzato per ottenere attenzione attraverso immagini e descrizioni liberatorie, risulta al contempo riduttivo poiché, a dispetto di quel che può sembrare, non pone al centro gli individui né la loro identità. Utilizzare gli *stereotipi sessuali* rende sicuramente più semplice ridurre la varietà umana e la diversità, oltre ad essere funzionale a mantenere intatte le strutture sociali vigenti. Nel corso della storia e delle rappresentazioni umane, tante narrazioni hanno usato queste immagini comuni e questi sistemi gerarchici per motivare il proprio messaggio, riducendo la dimensione e la complessità dell'espressione umana. Fino a quando le aziende di cosmetica riusciranno a convincere le donne che i segni dell'età le rendono sessualmente inappetibili, fino a quando le rock band continueranno a diffondere il credo che è virile trattare le donne come oggetti, fino a quando le riviste di moda diranno alle giovani ragazze che devono essere magre per essere attraenti,

“

**Gli avvenimenti che hanno avuto un significato per le donne e gettano scompiglio nella cronologia della storia generale, non possono essere concepiti senza una storia delle rappresentazioni, decrittazioni delle immagini e dei discorsi che esprimono l'evoluzione dell'immaginario maschile e della norma sociale.**

”

fino a quando le pubblicità del Viagra suggeriranno agli uomini che devono essere ricchi e potenti per conquistare le donne, dovremo convivere con questi stereotipi.

È dai tempi della diffusione dei mezzi di comunicazione di massa che la cultura si diffonde ad una velocità senza precedenti e favorisce l'assorbimento, più o meno conscio, di determinate categorie di pensiero. La cultura di massa, in particolare, offre una prospettiva quanto mai attuale della contraddizione insita nel tentativo di proporre un'idea di emancipazione che ad un tempo uniforma e appiattisce. Il XX secolo, con la sua portata tecnologica, ha fornito agli uomini e alle donne una migliore salute e un'accresciuta longevità, più alti livelli di educazione e nuovi modi di vivere segnati dall'urbanizzazione e dalla moltiplicazione dei consumi di beni e servizi. Dunque, malgrado i misfatti e le disuguaglianze delle società basate sul consumo, ha offerto in generale una vita migliore. Per le donne tutto ciò si traduce soprattutto in una trasformazione del lavoro casalingo e del regime di maternità che diminuisce il tempo necessario alle attività di riproduzione e permette una maggiore partecipazione alla vita sociale. Per quanto riguarda le donne particolarmente ancorate al nucleo naturale della famiglia, la modernità diventa ancor di più la conquista di una posizione da soggetto, da individuo a pieno diritto, da cittadina. Essere moderne significa conquistare un'autonomia economica, giuridica e simbolica, dai padri e dai mariti. Tuttavia, malgrado il suffragio femminile fosse diventato realtà in diversi paesi del mondo, la democrazia e la crescita economica proclamate a gran voce non portano ad una netta rottura col passato: per ovviare ad uno stravolgimento dell'ordine precostituito, le donne sono spinte ancora una volta nella sfera privata, centrata sui figli. Gli anni Cinquanta, in modo particolare, vedono l'apogeo della madre-casalinga il cui condizionamento ideologico da parte dei media viene denunciato nel 1963 dal già citato *The Feminine Mystique* di Betty Friedan, il libro sulle donne più venduto nel mondo, uno dei testi fondamentali del femminismo dopo *Una stanza tutta per sé* di Virginia Woolf e *Il secondo sesso* di Simone de Beauvoir. Poché dagli anni Venti agli anni Sessanta, le donne sono assegnate alla maternità e gli uomini al lavoro remunerato, un nuovo rapporto tra i sessi, nella maggior parte dei paesi occidentali, non si delinea prima degli anni Sessanta. Tra la fine degli anni Sessanta e l'inizio della nuova decade, poi, il mondo appare in una fase di transizione, coinvolto com'è tra la pace, la prosperità e le scoperte tecnologiche, come l'invenzione della pillola di Gregory Pincus, ma anche gli avvenimenti del 1968 e tutti i movimenti femminili che hanno denunciato il patriarcato, le sue leggi e le sue immagini.

Più volte e in vari modi gli interpreti della cultura di massa hanno sottolineato le connessioni a loro parere esistenti tra di essa e il femminile così come si è definito nella storia del mondo occidentale. Il primo sostenitore dell'**equazione società di massa-femminile** che, seppure nella limitatezza della sua visione, propone di svelare una qualche verità in merito ai punti di contatto tra modelli culturali e consumi di massa, è Edgar Morin. Nel 1962 teorizza che la femminilizzazione delle società che hanno raggiunto un certo livello di benessere si basa su una specie di scambio di valori: se l'emancipazione della donna includeva sempre più spesso l'accesso a carriere maschili nel lavoro e implicava un maggiore spirito di iniziativa nel privato, contemporaneamente l'uomo diventava più sentimentale, tenero, debole. In questo la cultura di massa svolgeva un ruolo chiave poiché da un lato promuoveva l'affermazione di valori prettamente femminili quali l'individualità, il benessere, l'amore, la felicità, mentre dall'altro diffondeva immagini di donne sempre più seducenti, a metà tra l'essere vamp e vergini. Si rivela qui l'**ambivalenza intrinseca della cultura occidentale** che, in questo momento storico, trova il suo apice. Infatti, l'egemonia del volto femminile che campeggia nelle pubblicità, sulle copertine e sui manifesti, rinvia alla coincidenza tra la donna come potenziale soggetto e la donna come possibile oggetto. La contraddizione viene accresciuta, anziché essere ridotta, dalle diffuse istanze di emancipazione. Successive teorizzazioni hanno dimostrato l'approccio di estrema denuncia assunto da Morin, ma mettendo in risalto ulteriori sottigliezze e più precise distinzioni, hanno comunque riconosciuto la tendenza della cultura di massa a gettare sulla donna la responsabilità della duplicità che la società stava assumendo. Detta in altro modo, i modelli culturali restituiti per mezzo della comunicazione di massa hanno assunto da allora la tendenza a rovesciare e camuffare i problemi reali, colpevolizzando le donne di grandi mutamenti che sottraevano potere alla struttura familiare e patriarcale. Accanto alla tesi sull'equazione cultura di massa/femminile si è sviluppata una **critica al sessismo dei mezzi di comunicazione**, accusati di privilegiare in vario modo il maschile e i maschi<sup>16</sup>. Ad ogni modo, se è vero che la cultura di massa vuole rafforzare l'idea di una divisione netta maschile/lavoro/sociale e femminile/tempo libero/naturale, come dimostra buona parte della pubblicità, è anche vero che i mezzi di comunicazione sono stati capaci talvolta di riprendere e rilanciare discorsi di ispirazione femminista. Da un lato, quindi, i mezzi di comunicazione hanno ridefinito un nuovo tipo di subordinazione

delle donne, dall'altro sono stati capaci di proporre agli spettatori, a prescindere dal sesso, di assumere un ruolo attivo nella scelta del proprio atteggiamento culturale. Un esempio su tutti di questa tensione continua, è *l'immagine liberata* delle donne che occupa da sempre la pubblicità dedicata agli assorbenti igienici: al contrario di quanto vuole far credere, è evidente che dietro quelle immagini si nasconde una reiterata affermazione del tabù del ciclo mestruale che insiste sul senso di colpa. I processi di produzione e distribuzione di massa, in un sistema industriale che emette prodotti di serie destinati a un mercato tendenzialmente amplissimo, coinvolgono le donne soprattutto dalla fine dell'Ottocento. Almeno per quanto riguarda il mondo europeo e nordamericano, accelerano soprattutto nel periodo tra le due guerre. Innanzitutto la casalinga deve essere non più solo consumatrice ma anche amministratrice della casa, ruolo che le conferisce maggiore responsabilità nell'organizzare e pianificare il consumo. In secondo luogo, alla donna è richiesta anche un'apparenza particolarmente curata, secondo una ridefinizione dell'ideale di femminilità in cui gioca un ruolo fondamentale l'influenza dell'industria cosmetica e quella dei vari prodotti igienici. *L'uniformazione* dell'aspetto femminile e della sua idea, giacché la trasformazione proposta è insieme esteriore e interiore (sapersi truccare include trovare se stesse), si diffonde grazie ai periodici, alla pubblicità e al cinema, ed è soprattutto quest'ultimo che rafforza la cultura della bellezza. Negli anni Venti e Trenta escono dagli studi di Hollywood figure femminili di grande carisma, antesignane delle rivendicazioni di indipendenza delle donne, ma al tempo stesso succubi di un **sistema di comunicazione sessista**. In Europa, invece, la stampa femminile riflette e stimola questi cambiamenti. Nel 1937, il nuovo periodico Marie Claire, pubblicato in 800.000 copie, mette le cure di bellezza alla portata di tutte le donne francesi, democratizzando l'ideale di energia, allegria, pulizia, civetteria e una certa forma di indipendenza. Si affermano anche nuove forme di comunicazione dedicate esclusivamente alle donne come la posta del cuore, che apre lo scenario alle confidenze di donne che soffrono per la loro condizione e si raccontano in forma anonima. In Italia, invece, lo scenario è segnato da una certa arretratezza economica rispetto al resto del mondo, da una tradizione fortemente cattolica e molto poco democratica. In particolar modo, risultano evidenti le forzature delle proposte del regime fascista che si muovono tra l'uniformazione delle donne nelle sue organizzazioni di massa e la costruzione di una casalinga, moglie e madre esemplare capace di

portare sulle spalle il peso della politica di espansione demografica e imperialista. Il potere pubblico, che si infiltra nel privato attraverso pubblicità politiche e commerciali, tende a condizionare le scelte degli individui, divisi a metà tra un ruolo attivo nella partecipazione sociale e una tacita aderenza alla tradizione. È questa ulteriore conferma della *doppiezza che assumono le produzioni culturali*: mentre alimentano grandi speranze di innovazione, danno in realtà risposte appiattite e uniformanti rispetto all'ordine vigente. Le persone, facilitate dagli strumenti di comunicazione, diventano protagoniste della vita pubblica ma senza poter realmente decidere sui modi di divertirsi, di pensare e di immaginare.

In conclusione, a prescindere dal contesto geografico, si può affermare che per le donne, almeno apparentemente, questo periodo storico si è trasformato in terreno fertile per una grande trasformazione della sfera privata. La riforma nel diritto privato del Codice Napoleonico suggerisce l'idea di uguaglianza tra marito e moglie e fa sparire l'idea di capofamiglia, e, nel contempo, la liberalizzazione della contraccezione e dell'aborto consente alle donne di riappropriarsi del proprio corpo e della loro sessualità, escludendo lo Stato dal controllo della famiglia. Partendo quindi dall'avvento di una democrazia familiare nel quotidiano, la misura del cambiamento si legge soprattutto nella crescente presenza delle donne sul mercato del lavoro e nel campo culturale e politico. Le nuove consapevolezze si traducono nell'invenzione di nuovi rapporti d'amore o nella modificata concezione che gli uomini e le donne hanno di se stessi e del sesso opposto. Ne deriva che, il femminismo o piuttosto i femminismi degli anni Sessanta e Settanta, hanno spinto verso la mutazione delle attività domestiche, le quali hanno facilitato l'allargamento della sfera femminile pubblica, affermando l'essere donna come categoria politica fondamentale.

Impernati sulla costruzione del soggetto femminile e al centro di una continua tensione tra il bisogno di fondare un'*identità femminile* e quello di demolire la *categoria di donna*, i femminismi contemporanei si domandano ancora quale sia il peso di ciascuna delle componenti che rendono così complessa la nostra società e ci fanno scegliere determinati comportamenti e modi di essere. L'interrogativo oggi non riguarda più soltanto le conquiste femminili, ma come inserirsi in un sistema complesso e sessuato in cui i ruoli sociali e il sistema di pensiero, o di rappresentazione, definisce culturalmente il maschile e il femminile, oltre a plasmare le identità sessuali.

“

**È questa ulteriore conferma della doppiezza che assumono le produzioni culturali: mentre alimentano grandi speranze di innovazione, danno in realtà risposte appiattite e uniformanti rispetto all'ordine vigente.**

”

## I discorsi: piano narrativo e visivo

Ogni retorica di genere, che scaturisce dai sistemi di potere, dagli individui o dai gruppi, è utilizzata perlopiù per gerarchizzare e significare rapporti di subordinazione, per frenare più che per accelerare un possibile cambiamento. Tuttavia, un cambio di prospettiva può arricchire la storia generale interrogandosi e interrogandola in quanto processo cognitivo, rinnovando l'approccio alla scelta critica delle fonti e dei metodi per giungere ad una migliore comprensione delle categorie sessuate che forniscono la nostra **comprensione culturale delle differenze**. Seguendo questa linea di analisi è possibile condurre uno studio più consapevole degli elementi storici che hanno portato i movimenti femminili, e i femminismi in generale, a integrarsi nella storia politica occidentale con le loro rappresentazioni.

Galvanizzate dagli eventi mondiali del secolo scorso e divenute oggetto dell'attenzione dei mass media, le donne hanno cominciato a riscoprire il proprio corpo, a ostentarlo e si sono sentite libere di immaginarsi a modo loro. Molte donne hanno assunto effettivamente il controllo della propria *identità visiva*, spingendola oltre tutti i precedenti limiti. Molte di più, però, hanno aderito passivamente a forme culturali che le esaltavano e, al tempo stesso, le privavano del potere. Da allora, hanno iniziato ad affrontare le contraddizioni o le alternative tra il loro modo di vedersi e quello in cui le vedono gli altri, contribuendo a creare un sostrato culturale fatto di *linguaggi e immagini* nuove.

Come accennato precedentemente, a partire dalla diffusione degli annunci pubblicitari nella società di massa, le immagini erano utilizzate per dimostrare gli effetti dei prodotti che offrivano, effetti non sempre dimostrati con certezza dal prodotto stesso, ma insistentemente associati a nuovi ideali femminili. La pubblicità stimolava le donne ad acquistare svaghi e piaceri, legando tratti femminili superficiali e psicologici ad un'identità di consumatore. Le donne venivano presentate come persone completamente dipendenti dai prodotti commerciali nel modo di svolgere i compiti domestici, di attrarre gli uomini, di allevare i propri figli, o di farsi accettare in società. Identificando la femminilità con degli oggetti, gli annunci incoraggiavano le donne a riconoscersi come *oggetti*. Ad esempio nella pubblicità di Wexbar Indumenti di seta che trasformano come il soffio della vita, la bellezza della donna adornata con gli indumenti di seta del brand diventa la bellezza di una scultura inanimata (fig.1).

Fattori di razza e di classe, inoltre, hanno influenzato fortemente la rappresentazione di genere. Sia la cultura d'élite sia quella di massa si davano da fare per stabilire valori femminili universali, ma anche per operare discriminazioni tra le donne. Man Ray, per esempio, usando tattiche visive simili a quelle dell'annuncio pubblicitario Wexbar, non solo ha ridotto le donne ad oggetti di godimento estetico, ma ha posto anche le bianche in una posizione di dominio rispetto a quelle di colore (fig.2). Con i suoi capelli e il trucco stilizzati, la donna bianca è una maschera quasi quanto la scultura africana che regge, a sottolineare il contrasto tra la raffinatezza della cultura europea e quella primitiva africana. Difficile immaginare rappresentazioni alternative in primo luogo perché l'egemonia della classe media bianca, come pure il desiderio maschile, era dissimulata nelle immagini della femminilità moderna che definivano visivamente anche la bellezza e il piacere, e poi perché erano i mezzi industriali a imporre tutte le concezioni del genere. Alcune donne, tuttavia, conseguirono una distanza critica dalla loro condizione, iniziando a diventare *autrici* oltre che *modelle* delle produzioni visive. Man mano che le donne, oltre a posare per delle immagini, inserivano in esse i loro atteggiamenti nei confronti di temi tradizionali, acquisivano sempre più autonomia nella creazione di linguaggi. Quando Frida Khalo o Dorothea Lange, per esempio, raffiguravano la sofferenza, sceglievano di rappresentare le donne non come vittime patetiche, ma come stoiche che sopportano i segni profondi lasciati dal dolore sul loro spirito e sul corpo (figg. 3 e 4).

La cultura visiva si è arricchita poi col cinema. Con la sua immensa popolarità, il cinema ha svolto un ruolo eminente nella definizione di genere. Il cinema classico rappresenta le donne come piaceri per la vista, oggetti dello sguardo maschile. Attrici come Marilyn Monroe sono diventate icone di sessualità, immagini statiche il cui fascino risiede nelle fantasie che vi vengono proiettate. Esse rappresentano dei segni convenzionali attraverso cui gli uomini realizzano la loro ricerca di identità e di appagamento. Film come *Via col Vento*, invece, hanno fissato il nostro modo di intendere la sessualità come un'avvincente avventura romantica eterosessuale. Gli happy endings di Hollywood assegnano alle donne il posto che spetta loro in un *ordine patriarcale*: collocandole a fianco dell'eroe, oppure riservando loro una nobile morte intesa come sacrificio di sé, o un'adeguata punizione se trasgrediscono le norme comportamentali femminili. In seguito, con la nascita dei *woman's film*, le donne diventano protagoniste della pellicola ma, benché siano rappresentate come eroine e diano voce ai loro problemi, sono sempre passive o

patetiche nel rivolgersi empaticamente alla sofferenza delle spettatrici. Il cinema, come la televisione, si appella ad un pubblico femminile ma viene affiancato anche dai manifesti e dalle riviste che incoraggiano le donne a far da sé. Sempre più popolari dal 1830 ad oggi, raggiungono un vasto pubblico femminile e, pur rimanendo entro confini prestabiliti, esaltano la conquista e il cambiamento. Le lettrici vengono esortate a migliorare il loro aspetto, ad esprimere la loro individualità, ad amministrare in modo efficiente le loro case, con economia e con amore, nonché a trionfare sulle avversità. La lettrice media delle riviste femminili viene esortata a prendere il controllo della propria situazione, senza però mettere in discussione la situazione stessa. Basti pensare che entro il 1989, la percentuale delle pagine di una rivista dedicata alle inserzioni pubblicitarie raggiunge il 58,2% del totale delle pagine. Le inserzioni pubblicitarie costituiscono non soltanto informazioni su prodotti specifici, ma anche interpretazioni coerenti dei ruoli determinati dal genere. Emblematicamente, fino agli anni Venti, soltanto le compagnie alimentari spendevano di più di quelle cosmetiche per promuovere i loro prodotti. Queste ultime, negli anni Ottanta, hanno investito in pubblicità fino all'80% dei loro budget totali.<sup>17</sup> Il caso Seagram's, per citarne uno, è un buon esempio di come le immagini e le parole possano categorizzare e stereotipizzare. Il whisky Seagram's, infatti, è baldanzosamente offerto allo spettatore da un uomo (fig.5). Una donna è aggrappata al suo fianco ma la sua immagine è resa trasparente in modo che possa vedersi sullo sfondo un altro articolo di lusso, uno yacht. Il copy suggerisce che quel prodotto è per le "persone che fanno tutto nella maniera giusta". Il concetto di associare belle donne sia con i prodotti da vendere sia con la deferenza femminile nei confronti degli uomini pervade, come è lampante, le immagini pubblicitarie. Fare da modella per queste immagini significa essere la più celebrata tra le merci di consumo. Oggetto, al tempo stesso, sia dell'adulazione femminile sia dello sfruttamento commerciale, le modelle sono a servizio dei criteri di bellezza da loro stesse determinati. Tranquilla, assorta, immune da esperienze emozionali o intellettuali, la modella professionista diffonde gli ideali alla moda che governano le apparenze e che affermano la loro importanza. La magrezza, per esempio, diventa un ideale femminile moderno. La donna che attrae, sessualmente ed esteticamente, deve apparire vulnerabile: per esercitare un potere di attrazione deve negare la propria capacità di azione, la propria forza o la propria autosufficienza. Sessualmente disponibile o materna e patetica: così gli stereotipi si sono perpetuati e le donne sono state incoraggiate pochissimo, o addirittura

per niente, ad esplorare altri soggetti o atteggiamenti.

Per fortuna col tempo le donne hanno iniziato a rendersi conto di avere la possibilità di ridefinire questi soggetti, seppur lievemente, a partire da se stesse. Soltanto poche artiste hanno avuto il privilegio di rappresentarsi. Ora le donne hanno cominciato non soltanto a realizzare immagini di cui sono esse stesse protagoniste, ma anche a mettere in discussione le immagini femminili realizzate da sempre dagli uomini. Le donne di colore, poi, si trovano a dover affrontare un problema più grave, poiché devono fare i conti non soltanto con la maniera in cui sono state rappresentate come donne, ma anche con le immagini che la classe media bianca ha usato per degradare, ignorare o reprimere tutte le altre razze. Faith Ringgold, tra le altre, mostra con la sua *Painted Story Quilts* come le nostre idee sulla razza e sul valore siano state plasmate dalle immagini. Un'opera come la sua rivela quanto sia sempre stata alta la posta politica in gioco nella rappresentazione.

Forse il problema più intrattabile della rappresentazione di sé da parte delle donne rimane ad oggi il corpo. Combattute tra il desiderio di esaltare la bellezza del corpo e il timore di rappresentare degli individui come oggetti sessuali, le artiste hanno cercato, sin dagli anni Settanta, nuovi modi di trattare questo soggetto così carico di connotazioni culturali. Tutti i tentativi di operare un rinnovamento nel modo di rappresentare il corpo femminile devono scontrarsi con abitudini visive profondamente radicate e con la consapevolezza che l'erotismo può scadere nella pornografia. Forse nessun altro problema figurativo irrita le donne quanto il lucroso traffico di immagini pornografiche femminili; tuttavia, su nessun'altra questione c'è minore accordo che sui mezzi per rimediare alla situazione. Persino le femministe più impegnate si trovano in disaccordo nello stabilire se la pornografia possa o debba essere censurata, se sia possibile attaccarla a livello delle sue manifestazioni specifiche, o se costituisca una parte talmente intrinseca della cultura patriarcale che soltanto una radicale critica sociale potrebbe rivelarsi efficace. Alcuni dicono che le semplici immagini possano provocare violenza o ridurre la donna a oggetto, tuttavia pochi se la sentirebbero di negare che le immagini scaturiscono dalle diseguali identità che la nostra cultura assegna alle donne e agli uomini, condividendole e perpetuandole.

Come più volte ribadito, fin dagli anni Settanta le femministe dedite all'arte, alla critica e alla storiografia hanno spostato la loro attenzione sulla questione della *costruzione sociale dell'identità*. In altri termini il genere. Le studiose femministe sono giunte a

sostenere che i processi culturali cui siamo sottoposti salvaguardano i concetti di femminilità e mascolinità. Restano da definire due questioni:

- in che modo si potrebbe prendere di nuovo in considerazione una storia della produzione culturale, senza ricorrere alle strutture concettuali tradizionali?
- Quali tipi di produzione potrebbero sottrarsi a tali strutture?

All'interno di una pratica artistica femminista di recente formazione e di carattere estremamente variato ed energico, emergono alcune tendenze generali. Una è costituita dall'irriverente appropriazione di immagini ortodosse allo scopo di criticarne i significati o di attribuirne di nuovi. Un'altra è rappresentata dalla ricerca dei mezzi di espressione, di formati e di spazi nuovi, nonché di pubblici non riconosciuti. Barbara Kruger, per esempio, compie un lavoro di studio che giustappone immagini preesistenti con interpellanze verbali (fig.6), a dimostrazione che, dopo secoli di divisione tra arti visive e verbali, le artiste femministe sono state tra le più attive nel proporre una  *fusione di mezzi espressivi e significati*. In effetti, per creare nuove immagini di sé, le donne hanno dovuto imparare a coltivare nuovi atteggiamenti nei confronti di se stesse, del proprio corpo e del proprio posto all'interno della società. Possiamo affermare oggi che mai, prima nella storia, sono mutate così radicalmente e con tale rapidità le immagini femminili, comprese quelle create dalle donne stesse: la dimostrazione che esperienza e rappresentazione si rincorrono sempre.

## Conclusioni

La scelta di proporre ad inizio capitolo un'integrazione dello sguardo femminile nella storia, intesa come insieme di avvenimenti e trasformazioni che si riflettono sugli individui, sulla cultura e sulla società, non intende in questa sede essere il punto di vista eletto rispetto ad altri punti di vista e di certo non ha la presunzione di diventare l'unico punto di vista. Al contrario, come si è tentato di fare nel prosieguo della disquisizione, nel momento in cui ci si interroga sul ruolo della cultura nella costruzione degli schemi di pensiero e, di conseguenza, sulla restituzione mediale, aggiungere il punto di vista femminile può essere una delle vie per arricchire la storia. Introdurre nuove prospettive

contribuisce al diffondersi di quel multiculturalismo basato non più sulla distanza delle categorie sociali ma sulla comunicazione, come suggerisce Touraine. Analizzare rapporto tra i sessi e il genere è il solo mezzo per dimostrare la complessità dei processi sociali attuali, con tutti gli aspetti positivi e negativi che implicano.

## Note

1. Beauvoir, S. (1994). *Il secondo sesso*. Milano: Il saggiatore.
2. Wollstonecraft, M. and Cantarella, E. (2010). *Sui diritti delle donne*. Milano: RCS Quotidiani.
3. Dumas A. (1872). *L'Homme-femme: réponse à Henri d'Ideville*. Parigi: Michel Levy frères.
4. Friedan B. (1964). *La mistica della femminilità*. Milano: Edizioni di Comunità.
5. Wollstonecraft M. (1992). *A vindication of the rights of Woman*. Londra: Penguin.
6. Rousseau riteneva le donne dipendenti e subordinate “per natura”.
7. Forcina M. (2003). *Una cittadinanza di altro genere. Discorso su un'idea politica e la sua storia*. Milano: Franco Angeli.
8. Restaino F., Cavarero A. (2002). *Le filosofie femministe*. Milano: Bruno Mondadori.
9. Firestone S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. New York: William Morrow and Company.
10. Rich A. (1985). *Eterosessualità obbligatoria ed esistenza lesbica*.
11. Scott J. (1986). *Genere: un'utile categoria nell'analisi storica*.
12. Irigaray L. (1990). *Etica della differenza sessuale*. Milano: Feltrinelli.
13. Touraine A. (2002). *Libertà, uguaglianza, diversità*. Milano: Il saggiatore.
14. Duby G., Perrot M. (2011). *Storia delle donne. Il Novecento*. Bari: Laterza.
15. ibidem
16. Davies K., Dickey J., Stratford T. (1987). *Writings on women and the media*. Londra: The Women's Press
17. Brumberg E. (1986). *Save you money. Save your face*. New York: Perennial Library.

# Appendice

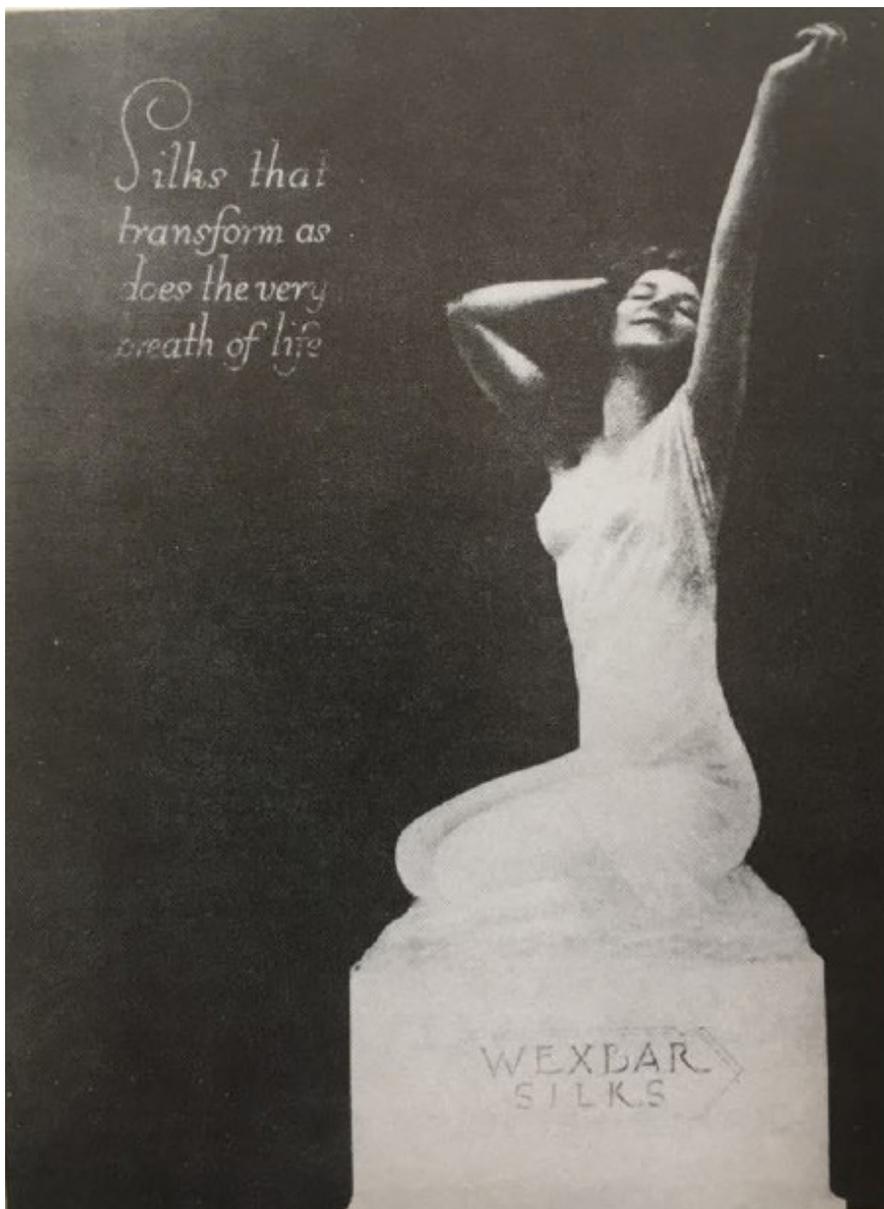


Fig. 1 *Indumenti di seta che trasformano come il soffio della vita.* Annuncio pubblicitario per la seta da "Vanity Fair", agosto 1920. Cambridge, Harvard Theatre Collection.



Fig. 2 Man Ray (1890-1977), *Nero e bianco*. (1926). Paris, Musée National d'Art Modern.

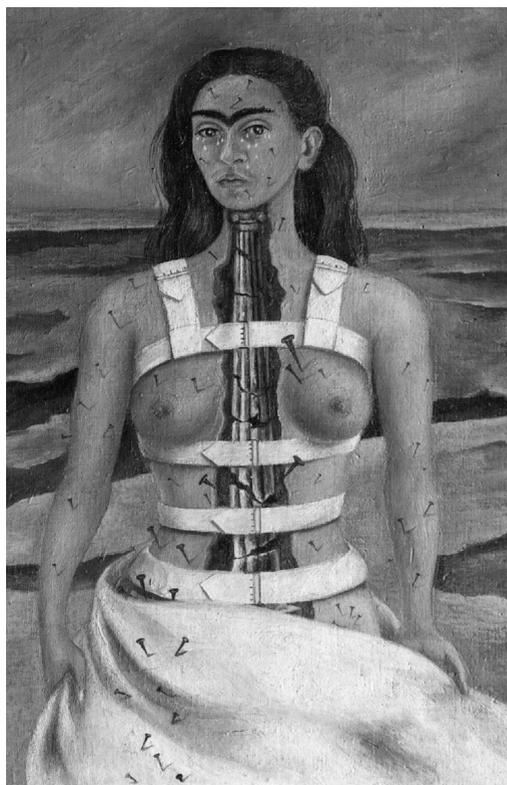


Fig. 3 Frida Khalo (1910-1954), *La columna rota* (1944). Pittura a olio su masonite. Mexico City, Insituto Nacional de Bellas Artes.

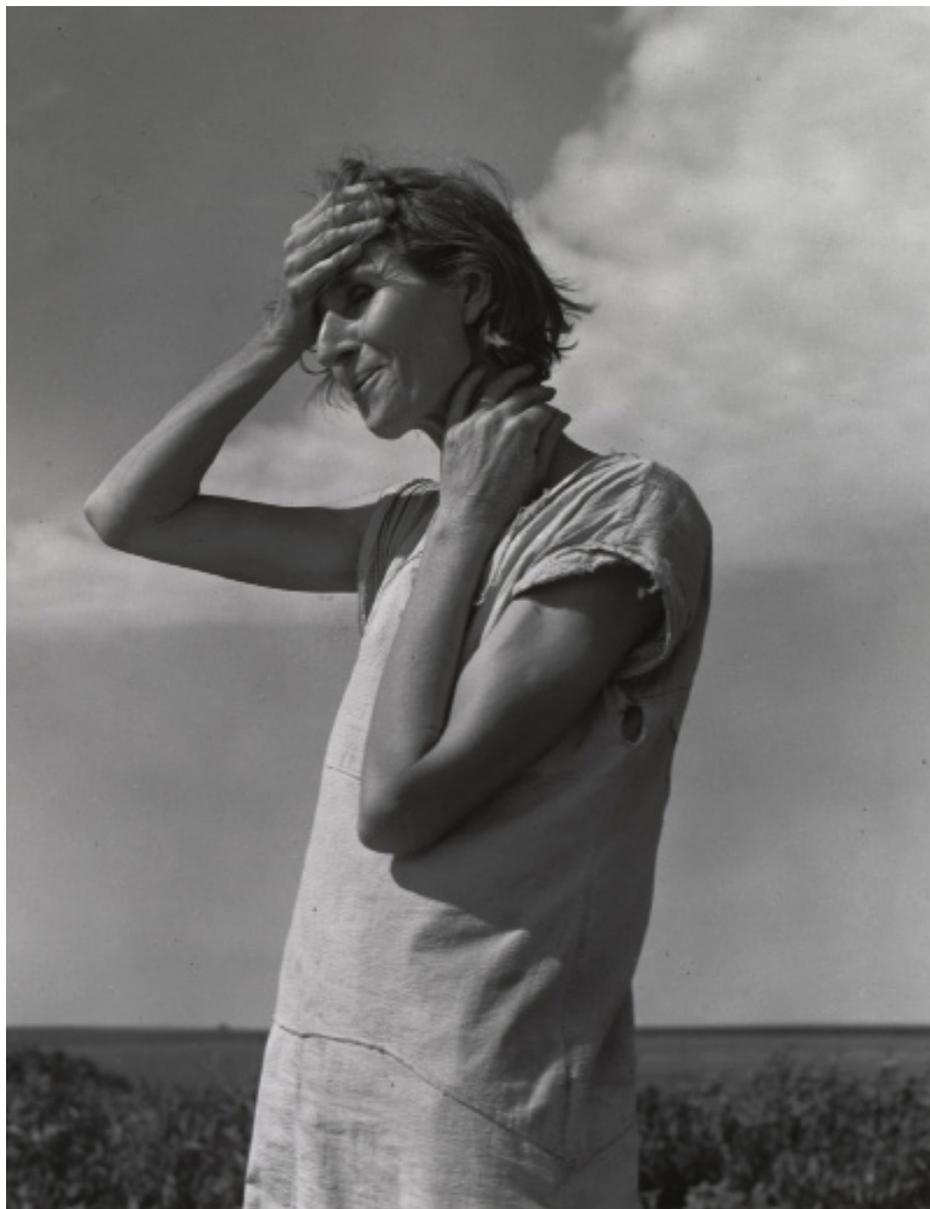


Fig. 4 Dorothea Lange (1895-1965), *Donna degli altipiani. Texas Panhandle* (1938). Washington, The Library of Congress.

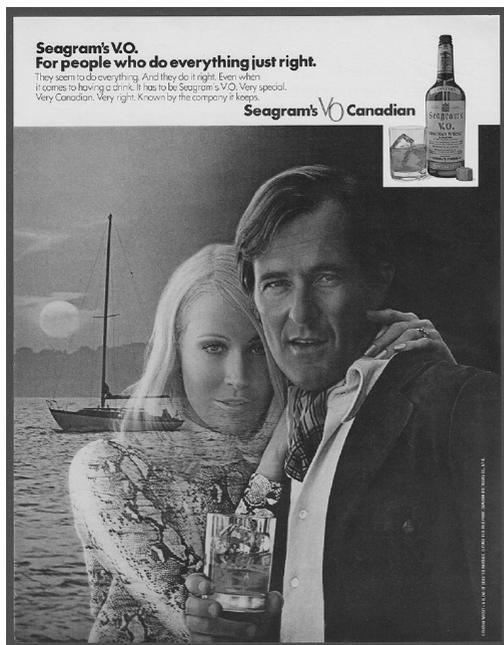
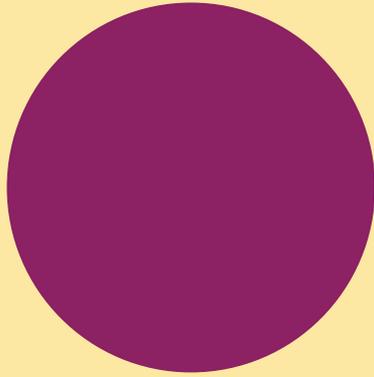


Fig. 5 *Seagram's V.O. Per le persone che fanno tutto nella maniera giusta.* Pubblicità di un whisky per "Newsweek", 25 settembre 1972.



Fig. 6 Barbara Kruger (1945) *Io compro dunque sono.* New York, Mary Boone Gallery.





## Capitolo 3

Partecipare con coscienza critica ai discorsi di movimenti sociali come il *#MeToo* ha una valenza molto più profonda rispetto al semplice contrasto col sesso maschile.

## LE PRATICHE DISCORSIVE NEI MOVIMENTI SOCIALI IL CASO #METOO

Quando si parla di femminismo, si finisce spesso col ritenere il termine un'etichetta scomoda che, come tutti gli "-ismi", si carica di accezioni negative. Il significato ricorrente che gli si attribuisce è di un movimento in cui le donne vogliono essere come gli uomini. Tuttavia il pensiero, la politica e la pratica femminista, nonostante si siano anche intrisi di rabbia, hanno da sempre riguardato i diritti delle donne e non l'odio verso gli uomini. Per dirla con le parole di Bell Hooks:

*Il femminismo è un movimento che intende porre fine al sessismo,  
allo sfruttamento sessista e all'oppressione.<sup>1</sup>*

La definizione della scrittrice e critica femminista americana non menziona in alcun modo la controparte maschile, invece rende chiaro il problema cardine della questione: il *sessismo*. Questa chiave di lettura ci aiuta a comprendere come, uomini e donne, abbiano imparato a socializzare accettando il pensiero e l'azione sessista, indipendentemente dal sesso dell'agente. Di conseguenza **le donne possono diffondere pratiche sessiste tanto quanto gli uomini**. Per porre fine alle dinamiche del patriarcato, dunque, dobbiamo ben intendere che numerosi comportamenti discriminatori sono stati perpetuati nel tempo da entrambi i sessi. Infatti, sarebbe semplicistico e superficiale ridurre il movimento ad un'azione mirata a contrastare gli uomini. D'altro canto, appare evidente che gli uomini hanno beneficiato, e continuano a farlo, della convinzione diffusa che siano in qualche modo superiori alle donne, che per la capacità vera o presunta di riuscire a reprimere la propria emotività siano giustificati a detenere il potere. In cambio dei privilegi che la struttura sociale ha concesso loro nel corso della storia, gli uomini sono costantemente indotti a dominare, sfruttare e opprimere con tutta la loro virilità, talvolta utilizzando la violenza, per preservare modelli tradizionali di convivenza sociale. Molti e molte non condividono un'estremizzazione del genere, poiché sono invero intimoriti dalla perdita di quell'ordine apparente che la gerarchizzazione garantisce. Un cambio di paradigma implica incertezza e la paura rende più facile accettare passivamente l'ordine precostituito. Però occorre chiarire in questa sede che aderire al movimento femminista

non significa volere ciò che vogliono gli uomini, ciò che loro hanno. Partecipare con coscienza critica ai discorsi di movimenti sociali come il **#MeToo** ha una valenza molto più profonda e una portata molto più ampia del semplice contrasto col sesso maschile.

Trattare dunque il tema del genere e di come si formi sulla base dei modelli culturali e mediali diffusi, non significa semplicemente mettere in discussione l'abuso di potere maschile fino ad oggi perpetrato, significa anche indagare le cause e le conseguenze del comportamento delle donne sull'intera società.

## Genere e violenza

Una delle aree di intervento su cui il movimento femminista si concentra da tempo con riscontri sempre più positivi, è senz'altro la violenza domestica. Tutti gli sforzi intrapresi fino ad ora mirano a creare sempre più consapevolezza in merito alla questione, oltre a cercare di invertire la tendenza nel modo di pensare e di agire la violenza. Oggi, per fortuna e grazie ad alcune azioni femministe mirate a sventarlo, il problema è più dibattuto rispetto al passato, sia dai media che dalle istituzioni, ma occorre fare ancora molto considerando che i social media autorizzano molti comportamenti e linguaggi discriminatori senza sanzionarli.

Il concetto generale di *violenza* assume che sia accettabile la tendenza di un individuo di potere a controllare gli altri attraverso l'esercizio di varie forme di violenza. Chi detiene il potere cerca in questo modo di preservare la propria autorità e di difendere la sua identità. Come suggerisce Bell Hooks, nel suo appassionato *Feminism is for everybody*, la nostra società accetta e diffonde l'idea che sia normale esercitare potere su chi non lo detiene. Quindi dato che nella nostra cultura prevale la *logica della dominazione*, la violenza appare strumento accettabile per il controllo sociale.<sup>2</sup> Il ricorso ad atti violenti, come ritiene Maria Rita Rampazi, diventa paradossalmente una modalità di comunicazione e strutturazione della relazione. Invece la *violenza domestica* è una particolare forma di violenza, conseguenza diretta del sessismo diffuso nel mondo che si insinua tra le mura di casa. Tuttavia, la stessa Bell Hooks propone una sagace modifica lessicale dell'espressione con il fine di dare a questo tipo di efferatezza un'accezione più calzante per categorizzarla. L'autrice invita, infatti, a parlare di *violenza patriarcale*, invece che di violenza domestica, dato che, come asserisce, per troppo tempo il termine

è stato utilizzato per indicare un contesto intimo e privato in cui la violenza è in qualche modo meno minacciosa e brutale di quella sperimentata fuori, ovviamente in contraddizione con quanto riscontrato nei dati. Secondo Carnino, la violenza di genere, espressione introdotta nel 1995 dalla IV Conferenza delle Nazioni Unite sulle Donne a Pechino, diventa categoria del reale, funzionale al mantenimento di una struttura sociale fondata su rapporti di potere diseguali: con gli uomini in una condizione di privilegio e le donne in subordinazione, debolezza, incompiutezza, dipendenza. La violenza è quindi un problema culturale relativo alle modalità di costruzione del ruolo delle donne, degli uomini e del rapporto tra di loro. Parlare in questi termini significa identificare il genere come costruito sociale e sistema di stratificazione capace di strutturare tutti gli aspetti delle nostre vite. Significa riconoscere tutte le componenti, sia istituzionali, sia individuali, di questa dimensione e considerarne i legami con la distribuzione del lavoro, la parentela, la sessualità, la personalità, il controllo sociale, l'ideologia, l'immaginario.

Nel tentativo di aggirare la *logica binaria*, avulsa dalla complessità del mondo reale e originata da uno schema di pensiero patriarcale, occorre riflettere sul fatto che per porre fine alla violenza sulle donne serve andare alla radice del problema e combattere la violenza in generale. Uno strumento per farlo, chiariscono Elisa Giomi e Sveva Magaraggia in *Relazioni brutali - genere e violenza nella cultura mediale*, è considerare che se nella società contemporanea si fa un gran parlare di violenza contro le donne, è altrettanto vero che l'intero discorso attorno alla violenza femminile, anche quella perpetrata dalle donne stesse, è ancora un tabù.<sup>4</sup> Le omissioni, è chiaro, sono alleate di precisi assetti di potere.

Quando si parla di violenza si parla solo di chi la violenza la subisce, con la conseguenza di creare nella nostra mente precise immagini sessuate di chi sia l'aggressore e di coloro che la violenza la subiscono. Anche se l'autore dell'abuso non compare, non è difficile esitare nell'immaginare la sagoma di un uomo. Non a torto perché la violenza contro le donne la esercitano gli uomini di solito. Prendendo, per esempio, in considerazione i dati relativi al femminicidio del 2013<sup>5</sup>, il genere degli autori rimane invariato: sono maschi 108 su 117, equivale a dire nel 92% dei casi.<sup>6</sup> Reati a sfondo sessuale e condotte persecutorie (stalking) fanno registrare la più consistente maschilizzazione degli autori e femminilizzazione delle vittime. Conseguentemente, appare lampante il motivo per cui la violenza contro le donne è il tema più coperto in letteratura. Tuttavia, la dicotomia uomini-autori/donne-vittime non lascia spazio ad altre interpretazioni. Come suggeriscono le autrici, i legami

tra genere e violenza sono molto più profondi e sfaccettati di quanto non ci restituisca la letteratura disponibile, per questo è necessario aggiungere altri sguardi in merito.

Shepherd identifica il genere e la violenza come *ordering practices*, cioè pratiche che funzionano da principi di ordinamento concettuale, oltre che sociale. Il genere definisce come appropriati solo certi corpi, comportamenti e desideri (sessuali in primo luogo), e così la violenza il cui esercizio prescrive certi modi di stare al mondo e ne proscrive altri. Come ritiene Boyle, le nostre concettualizzazioni di genere e violenza sono fortemente interrelate. L'appartenenza di genere infatti regola il rapporto con la violenza di soggetti diversamente sessuati, sanzionandola, censurandola oppure autorizzandola e incoraggiandola. Viceversa, l'esercizio di violenza è una *pratica gendering* che contribuisce a determinare quali maschilità e quali femminilità riproduciamo e, ancor più a monte, contribuisce a determinare i confini tra le identità di genere. Conferma, quindi, Shepherd:

*genere e violenza sono formazioni separate ma reciprocamente costituite nella e per mezzo della pratica discorsiva.*<sup>7</sup>

Data la loro pervasività, media e industria culturale hanno un ruolo centrale tra le pratiche discorsive attraverso cui genere e violenza si costituiscono. I media, così come li definisce Bennett, sono *definers of social reality*<sup>8</sup>, vale a dire cornici entro cui si attua la conoscenza sociale, capaci di contribuire a plasmare la percezione della realtà e dei suoi diversi aspetti. Qualsiasi rappresentazione mediale, infatti, contiene in sé precise nozioni di femminilità e maschilità del suo tempo, perché mette in scena, legittimando o stigmatizzando, precisi modi di essere maschio o femmina in quel preciso contesto culturale, sociale e politico. Al contempo, qualsiasi rappresentazione di genere, e di rapporto tra i generi, contiene esplicite o più spesso implicite istruzioni per l'uso della violenza.<sup>9</sup> In definitiva, la violenza ha sempre una dimensione di genere e ne è allo stesso tempo costitutiva. Nel campo dei media studies sono state svolte numerose ricerche in questa prospettiva, soprattutto dopo gli anni Settanta grazie all'apporto della critica femminista. In realtà è dagli albori della Communication Research che ci si interroga sugli effetti della violenza nei/dei media sul pubblico e, in particolar modo oggi, sulle implicazioni dei media digitali che aggiungono complessità e tollerano la violenza in varie forme. Tutti questi studi però hanno

“

Qualsiasi rappresentazione mediale contiene in sé precise nozioni di femminilità e maschilità del suo tempo, perché mette in scena, legittimando o stigmatizzando, precisi modi di essere maschio o femmina in quel preciso contesto culturale, sociale e politico. Al contempo, qualsiasi rappresentazione di genere, e di rapporto tra i generi, contiene esplicite o più spesso implicite istruzioni per l'uso della violenza.

”

trascurato il fatto che autori e vittime di violenza hanno un genere. Per il concetto di violenza qui si prende in prestito la nozione di Héritier, il quale la intende come ogni costrizione di natura fisica o psicologica che provochi danno, sofferenza o morte di un essere umano.

Proprio in quest'ottica occorre domandarsi quale sia la restituzione mediale della violenza così intesa, degli attori e delle dinamiche. Soprattutto è bene indagare quali rappresentazioni rafforzino alcuni modelli a discapito di altri e, più in particolare, se il *piano narrativo* e il *piano visivo* operino in modo disgiunto. Può capitare che ad una determinata strategia testuale che costruisce discorsivamente la violenza di genere, le cause e gli attori, si accompagni un'iconografia di tutt'altro segno. In ultima analisi, è bene considerare le conseguenze delle strategie discorsive adottate dai media per meglio comprendere i tratti caratteristici che definiscono deresponsabilizzazione, legittimazione, colpevolizzazione o stigmatizzazione.

## Il movimento #MeToo

Il 05 ottobre 2017 il New York Times ha riportato che diverse donne hanno accusato il produttore cinematografico Harvey Weinstein di abusi sessuali perpetrati nel corso di più di 30 anni. Non solo la notizia si è diffusa in poco tempo e in maniera capillare a livello internazionale ma ha anche ispirato il cosiddetto effetto Weinstein, un fenomeno globale in cui le donne si fanno avanti nell'accusare di molestie sessuali uomini di potere. Il 15 ottobre seguente, l'attrice statunitense Alyssa Milano twitta:

*If all the women who have been sexually harassed or assaulted wrote 'Me Too.' as a status, we might give people a sense of the magnitude of the problem.*

Poco dopo #MeToo viene condiviso sui social da milioni di utenti. Casi di donne, e alcuni uomini, iniziano a circolare, dettagliando storie di molestie, abusi, violenze sul posto di lavoro e non solo. L'hashtag diventa una tendenza in 85 paesi e, come ha reso noto Twitter, viene utilizzato oltre 1.7 milioni di volte nei dieci giorni successivi al primo tweet dell'attrice. Facebook, invece, ha rilasciato dati che mostravano più di 12 milioni di post, commenti e reazioni al #MeToo in meno di ventiquattro ore. Una tendenza senza

precedenti se si prendono in considerazione altri hashtag lanciati con lo scopo di sensibilizzare sul tema degli abusi sessuali.

In merito al fenomeno la comunità femminile statunitense di colore ha fatto notare che esiste già da tempo un movimento sociale chiamato *Me Too*, partito nel 2006 dall'iniziativa dell'attivista afro-americana Tarana Burke. Il movimento originale si pone l'obiettivo di aiutare giovani donne di colore e persone emarginate che hanno subito violenze sessuali a guarire e ad essere reintegrate nelle comunità di appartenenza. Tarana Burke, anche lei vittima di violenze, lo definisce "empowerment through empathy", cioè un processo di guarigione che passa attraverso l'empatia con la vittima. A seguito del trauma della violenza, dice, la sensazione più difficile da affrontare è la solitudine. Quando qualcuno dice me too, è successo anche a me, si instaura una connessione e si ha più forza di reagire. Nel tentativo di fare un paragone tra i due movimenti omonimi, bisogna tenere a mente che se l'iniziativa sociale dell'attivista si pone obiettivi ben definiti di guarigione e reinserimento, la campagna virale #MeToo è nata con il solo scopo di informare e dare visibilità al problema.

Il femminismo, che per natura si sviluppa da tempo su più direttrici, ha portato alla luce ancora una volta inavvertitamente le già conclamate tensioni tra il femminismo popolare bianco e il femminismo di colore. Ad ogni modo, conscie dell'importanza di unire le forze in un momento storico così complesso, Burke e Milano hanno subito iniziato a cooperare. In seguito allo scoppio del caso Weinstein, il movimento ha ottenuto risonanza mondiale e attorno all'hashtag #MeToo sono state raccolte milioni di testimonianze che hanno costituito un racconto corale di un sistema di potere e oppressione conosciuto e tollerato. Secondo il direttore del TIME, che ha nominato coloro che hanno rotto il silenzio sulle molestie sessuali – *silence breakers* – "Persona dell'anno" nel 2017, #MeToo è stato:

*il movimento di cambiamento sociale che si è mosso più velocemente negli ultimi anni, ed è iniziato grazie a singoli atti di coraggio di centinaia di donne – e alcuni uomini - che hanno raccontato le loro storie.*

Della Porta e Diani definiscono come **movimenti sociali** i processi costituiti da tre meccanismi principali in cui i protagonisti si attivano per intraprendere un'azione collettiva. Questo implica essere coinvolti in relazioni conflittuali con oppositori ben

identificati, essere collegati in fitte reti informali, e condividere un'identità collettiva ben definita.<sup>10</sup> Secondo questa definizione, #MeToo non può essere classificato come un movimento sociale nel senso classico del termine, piuttosto deve essere visto come connesso alla nozione di **attivismo discorsivo** o hashtag femminismo, cioè un discorso online può essere una modalità di attivismo

*diretto a promuovere nuove grammatiche, nuovi paradigmi sociali attraverso cui gli individui, le collettività e le istituzioni, interpretano delle istanze sociali e indagano su possibili risposte alle stesse.*

Dunque, consapevoli degli spazi online e offline in cui il #MeToo si è diffuso e tenuto conto della velocità con cui ha raccolto adesioni e consensi, possiamo affermare che la viralità del fenomeno ha innescato un dialogo globale sempre più grande in merito alla violenza sessuale, all'uguaglianza di genere e alle strutture di potere. Il 2017 è stato testimone di nuovi discorsi partecipativi e inclusivi che, per quanto possano sembrare a tratti acerbi in alcune pratiche, sono riusciti a stimolare riflessioni nuove su paradigmi vecchi e socialmente accettati nella speranza di un cambio sistemico nel mondo del lavoro e non solo.

## **In Italia**

I casi emersi di abusi e violenze sessuali nel mondo del cinema hanno portato a reazioni diverse nel mondo, soprattutto se si considera il caso italiano. Analizzare la rappresentazione del movimento #Metoo sui media in Italia, ha l'obiettivo di comprendere come il movimento e le sue sostenitrici siano state rappresentate nel nostro paese.

Partendo dal presupposto che il movimento è nato su Twitter, occorre considerare tutte le criticità che implica la **costruzione di un discorso sui social media**. Innanzitutto, l'opinione espressa sui social media risente di fattori come l'immediatezza, ossia la risposta a caldo, senza filtro. Inoltre, manca di un interlocutore diretto, dunque di un contraddittorio che non è immediato ma successivo alla pubblicazione del pensiero. Infine, la forma scritta talvolta non premia chi non la domina nel migliore dei modi. Una volta fissate queste problematiche, è indubbio che queste opinioni dicano molto della società e non solo attraverso i contenuti, ma anche attraverso il *linguaggio* utilizzato.

In seguito all'inchiesta sul Times che denunciava pubblicamente il produttore cinematografico, in Italia la denuncia di Asia Argento è stata accolta con scetticismo e critica da parte di alcuni quotidiani nazionali e in generale da un'ampia fetta di popolazione che ha commentato la notizia online. Contrariamente a questa tendenza però ci sono state tante voci a supporto del coraggio di Asia ma più in generale di un problema vasto e preoccupante che in Italia vede, secondo i dati Istat, 7 milioni di donne vittime di una forma di abuso. Tra queste emerge quella di Giulia Blasi, giornalista e social media manager, che ha dato risonanza al problema con una campagna social diffusa attraverso *#QuellaVoltaChe*. L'hashtag, condiviso dalla stessa Asia Argento, è diventato un trend topic e ha raccolto centinaia di racconti che dimostrano che non c'è bisogno che le donne mostrino segni visibili di molestie, la violenza assume tante forme spesso invisibili e difficili da denunciare. La campagna ha raggiunto 2 milioni di utenti in poco tempo, dando all'Italia la possibilità di far sentire, a modo suo, la sua voce all'interno del fenomeno globale del *#MeToo*. Inoltre, come porta alla luce Giulia Blasi, la violenza sulle donne viene spesso taciuta e sminuita:

*se io scrivo "frocio" su Facebook per ironizzare sull'omofobia, mi bloccano l'account per tre giorni. Se qualcuno mi dà della grandissima puttana che deve morire male, il suo commento rispetta gli standard della comunità. La violenza verbale contro le donne è normalizzata in società, e di conseguenza sui social.*

Prendere in esame anche la declinazione del movimento *#MeToo* in Italia è fondamentale per contestualizzare geograficamente dinamiche e discorsi. Il nostro paese infatti mostra uno scenario culturale da sempre diviso tra una sana apertura di pensiero e la difficoltà di abbandonare vecchi modelli tradizionali tarlati, retaggio delle istituzioni che lo hanno guidato.

## **L'analisi critica del discorso: la costruzione del linguaggio**

La campagna *#MeToo* si è inserita sin da subito nello spettro delle rivendicazioni femministe, tuttavia la natura virale del fenomeno ha impedito il formarsi di letteratura a supporto per indagarlo e metterlo eventualmente in discussione. La seguente analisi

tenta di mettere a sistema quanto enunciato precedentemente per tentare di dare un contributo all'analisi delle *rappresentazioni medial*i del #MeToo e delle sue declinazioni in Italia. Per meglio identificare la relazione tra i media e i motivi per cui il movimento e le sue sostenitrici sono stati rappresentati in un certo modo, è utile inserire il fenomeno nella cornice teorica dell'Analisi Critica del Discorso.

L'analisi del discorso ha una lunga storia orientata alla linguistica, ossia con mera focalizzazione del testo e della sua analisi. Solo nella metà degli anni Sessanta e all'inizio degli anni Settanta, Foucault ha reso popolare l'analisi del discorso come un metodo delle scienze sociali, ipotesi emersa all'inizio degli anni Novanta durante un simposio grazie ad alcuni studenti tra cui Norman Fairclough.<sup>11</sup> La CDA - **Critical Discourse Analysis** - fornisce teorie e metodi per uno studio empirico delle *relazioni tra il discorso e gli sviluppi socioculturali* in diversi ambiti. Phillips e Jørgensen dicono che il suo scopo è quello di “gettare una luce sulla dimensione linguistico-discorsiva dei fenomeni sociali e culturali e dei processi di cambiamento nella modernità”.<sup>12</sup> Per cui, nei casi esposti in questa tesi, la metodologia dell'analisi critica aiuta a mostrare come i giornali costruiscono in maniera discorsiva il problema delle molestie sessuali, legittimando o delegittimando il movimento #MeToo, quindi, probabilmente normalizzando disuguaglianze e celando le strutture di potere. Infatti, un tratto essenziale della CDA è che cerca di avere un effetto sulle pratiche sociali e sulle relazioni – soprattutto quelle di dominio, di delegittimazione, pregiudizio o discriminazione – attraverso l'indagine in merito alla relazione tra il testo e le condizioni sociali, le ideologie e le relazioni di potere. Soprattutto la CDA richiede coscienza critica per rivelare in che misura il linguaggio possa essere complice di precisi assetti di pensiero, col fine ultimo di smascherare eventuali prese di posizione discriminatorie e ispirare il cambiamento sociale. La nozione qui presa in considerazione è influenzata dalla Teoria Critica della Scuola di Francoforte.

Assumendo un punto di vista funzionalista che definisce il discorso come linguaggio in uso, ovvero il linguaggio è attivo, si intende desumere i modi in cui il linguaggio è utilizzato per significare cose che sono correlate ad un contesto socio-politico, culturale e storico più ampio, e non semplicemente legate al più immediato contesto scrittore-testo-pubblico. Ciò, come denunciano Fairclough e Wodak, implica una relazione biunivoca: l'evento discorsivo è modellato dalle situazioni, dalle istituzioni e dalle strutture sociali, ma allo stesso tempo le modella.<sup>13</sup> Quindi Phillips and Jørgensen concludono:

*i cambiamenti nel discorso sono mezzi attraverso i quali il mondo sociale cambia. Le difficoltà a livello discorsivo hanno un ruolo nel cambiamento, così come nella riproduzione della realtà sociale.*

I concetti di rappresentazione, potere, ideologia ed egemonia esplicitati di seguito sono fondamentali per intraprendere l'analisi critica del discorso.

### **Rappresentazione**

Inquadrare il concetto della rappresentazione è il primo passo per condurre una corretta Analisi Critica del Discorso. Secondo l'approccio costruttivista abbracciato da Hall<sup>14</sup>, il significato si costruisce attraverso sistemi di rappresentazione quali segni e concetti. Il *linguaggio* e la *rappresentazione*, asserisce, sono elementi centrali nello studio di una cultura poiché attraverso questi diamo un senso al mondo che ci circonda. Dunque, la rappresentazione non è solo il prodotto di discorsi che si sviluppano nella lingua, nei libri accademici, nei mezzi di comunicazione e nelle immagini, ma anche conseguenza delle interpretazioni delle persone e dei significati che queste vi attribuiscono.

### **Potere**

Il secondo strumento funzionale ad un corretto lavoro analitico è il *potere*. Secondo Fuchs il potere ha a che fare con chi può influenzare il modo in cui è fatta la società, con chi controlla i mezzi che la influenzano.<sup>15</sup> Le pratiche discorsive, come suggeriscono Fairclough and Wodak, possono aiutare a produrre e riprodurre relazioni di potere e *disuguaglianza* tra, ad esempio, donne e uomini, attraverso i modi in cui questi costruiscono le cose e posizionano le persone.<sup>16</sup> D'altro canto Foucault aiuta ad inquadrare il tema ipotizzando che il potere non abbia nulla a che fare con il concetto di proprietà dei mezzi, o almeno non solo, è piuttosto una strategia i cui effetti, riscontrabili nelle relazioni tra individui, sono attribuibili a tattiche, tecniche e manovre. Ad esempio, le denunce che hanno trovato voce nel #MeToo hanno rivelato come i meccanismi di potere operano in modi complessi e sottili, talvolta non immediatamente visibili.

### **Ideologia**

L'*ideologia* invece, suggerisce Thompson, può essere descritta come "significato a servizio

“

**L'evento discorsivo è  
modellato dalle situazioni,  
dalle istituzioni e dalle  
strutture sociali, ma allo  
stesso tempo le modella.**

”

del potere”<sup>17</sup> Fairclough, dal canto suo, definisce le ideologie come rappresentazioni degli aspetti del mondo che contribuiscono a stabilire e mantenere relazioni di potere, dominio e sfruttamento.<sup>18</sup> Così, nel caso oggetto di studio, con ideologia ci si può riferire ad una sensibilità post-femminista che si manifesta positivamente o negativamente nei discorsi delle testate giornalistiche.

### **Egemonia**

*L'egemonia*, secondo il pensiero di Gramsci, può essere descritta come il processo in cui una classe dominante usa la forza e il consenso per persuadere la massa ad accettare le sue regole e la subordinazione. Ciò è di solito reso possibile attraverso l'istruzione, l'insegnamento di idee e valori al pubblico generalista così che la relazione sia vista come legittima.<sup>19</sup> I giornalisti tendenzialmente supportano l'egemonia accettando, o facendo proprie, nozioni di uso comune su chi deve essere trattato come autorevole e marginalizzando le voci delegittimate che vengono estromesse dai circoli elitari dominanti.

### **Il metodo**

L'analisi critica del discorso, com'è stato più volte ribadito, è fundamentalmente interessata ad investigare le strutture che si celano nei rapporti di subordinazione, discriminazione, potere e controllo che si manifestano nel linguaggio. Il **modello di Fairclough** a supporto enuncia che ogni evento comunicativo, o discorsivo, è composto da tre dimensioni che si sovrappongono e si influenzano a vicenda: il testo, le pratiche discorsive e le pratiche socioculturali. Il suo approccio interdisciplinare, è evidente, ha lo scopo di rivelare il legame tra il testo, i processi e le strutture della società e della cultura. L'Analisi Critica del Discorso quindi adotta questo punto di vista e osserva le scelte linguistiche effettuate per descrivere un evento, una persona, un'azione o un processo. Considera inoltre gli effetti diretti o indiretti nella riproduzione o nella resistenza al sistema di ideologie e potere sociale. In sostanza, l'analisi mira alla critica socioculturale delle dinamiche strutturate nella società. Nel caso delle molestie sessuali, dunque, oggetto d'indagine è il contesto socio culturale in cui è emerso il movimento, per capire quali sono le conseguenze della risonanza generata dallo stesso in questo preciso momento

storico. Parafrasando il pensiero Phillips e Jørgensen, l'Analisi Critica del Discorso si impegna sempre politicamente verso il cambiamento sociale prendendo le parti degli oppressi:<sup>20</sup> In linea con quanto espresso fino ad ora infatti, lo scopo è quello di svelare eventuali relazioni di disuguaglianza mettendo in questione il linguaggio dei giornalisti e i retaggi culturali che si nascondono dietro certe scelte linguistiche e stilistiche a discapito di altre. Un'analisi qualitativa di questo tipo, a differenza di un approccio esclusivamente quantitativo, permette di esaminare il testo e gli effetti più ampi nel contesto della società, oltre che eventuali mancanze e significati connotati al suo interno. La ricerca è stata condotta da una posizione di criticismo femminista e parte dall'assunto che le molestie sessuali e le violenze contro le donne sono il risultato dell'ideologia del patriarcato e delle rappresentazioni diffuse dallo stesso. Il patriarcato, per come lo definisce Millet, è un termine utilizzato per descrivere il potere degli uomini sulle donne – uno squilibrio di potere che funziona organizzando le differenze sessuali ideologicamente (definendo la mascolinità e la femminilità come naturali) e gerarchicamente (la mascolinità è costruita come dominante e la femminilità come subordinata).<sup>21</sup> L'obiettivo in questa sede non è solo l'interesse nei modi in cui #MeToo è costruito discorsivamente, il tentativo è anche quello di indagare come le gerarchie di genere funzionano attraverso i discorsi dei media, con la probabilità di impedire l'uguaglianza di genere.

Lo studio specifico degli articoli prende in considerazione l'**Analisi Critica del Discorso Multimodale** per analizzare sia il testo che le immagini. Secondo Machin e Mayr<sup>22</sup> sia il testo che le immagini contribuiscono a creare il significato, per cui è importante capire come il #MeToo è rappresentato sia dal punto di vista visivo che testuale. Gli strumenti di analisi sono stati mutuati dal libro di Machin e Mayr *Come fare l'Analisi Critica del Discorso - Un'introduzione multimodale*. Per quanto riguarda l'analisi del testo i parametri presi in considerazione sono: aggregazione, individualizzazione e collettivizzazione, oggettivazione, soppressione. Mentre gli strumenti analitici visivi per lo studio delle immagini sono: la posa e lo sguardo, l'ambientazione.

### **Aggregazione**

L'aggregazione è il metodo con cui i soggetti sono identificati e quantificati oppure trattati come gruppi uniformi di persone nel testo. Van Leeuwen spiega che si usa spesso l'aggregazione per manipolare il consenso poiché si presenta come una tecnica per

““

**Per quanto riguarda l'analisi del testo i parametri presi in considerazione sono: aggregazione, individualizzazione e collettivizzazione, oggettivazione, soppressione. Mentre gli strumenti analitici visivi per lo studio delle immagini sono: la posa e lo sguardo, l'ambientazione.**

””

raccontare i fatti.<sup>23</sup> In particolare nell'analisi degli articoli è utilizzata per stabilire in quali termini vengono definiti i sostenitori e le sostenitrici del movimento, se sono aggregati in gruppi non meglio definiti.

### **Individualizzazione e collettivizzazione**

Ulteriore parametro di notevole importanza è l'individualizzazione o la collettivizzazione. In altri termini, capire se i sostenitori sono umanizzati come singoli individui oppure collettivizzati. Nel primo caso, individuare i soggetti specifici porta il lettore a creare un'immagine mentale del soggetto, se non addirittura a dargli una faccia, e ad entrare in empatia con lo stesso. Nel secondo caso invece, la strategia testuale che mantiene vago il soggetto, implica la difficoltà per il lettore di stabilire un legame emotivo.

### **Oggettivazione**

Un altro strumento per interpretare la rappresentazione testuale del movimento e dei suoi sostenitori e sostenitrici, è l'oggettivazione. Attraverso la scelta stilistica dell'oggettivazione, si attribuiscono agli attori sociali delle caratteristiche precise con cui questi vengono poi identificati. Gli aspetti peculiari delle persone coinvolte ne diventano parte integrante, quindi l'opinione pubblica viene deviata dalle parole utilizzare per descriverli.

### **Soppressione**

L'ultimo strumento utile per svolgere l'analisi testuale è la soppressione. Il parametro, così poco esplicito, elimina volutamente soggetti e oggetti col fine di sminuirne l'importanza. Indagare possibili soppressioni in un testo significa tenere in considerazione che ciò che manca in un testo può assumere la stessa rilevanza di quello che c'è ed è evidente. Nel caso del #MeToo serve ad indagare eventuali esclusioni di informazioni o individui che hanno un ruolo nel movimento.

### **Posa e sguardo**

Per quanto riguarda l'analisi delle immagini, è importante considerare lo sguardo delle persone, che guida il lettore a valutare il soggetto qualora non emerga chiaramente dagli elementi testuali, e la posa che identifica valori, idee e identità.

## Ambientazione

L'ambiente invece è analizzato nelle immagini a corredo del testo per meglio comprendere in che modo le ambientazioni sono coerenti con quanto descritto dall'articolo e in che modo influenzano il lettore.

## Analisi e risultati

Gli articoli, estratti da autorevoli testate giornalistiche italiane online, si riferiscono tutti al periodo che va da ottobre a dicembre del 2017, fase di maggior copertura del movimento da parte dei quotidiani nazionali. Le produzioni sono state selezionate principalmente attraverso le seguenti parole chiave: #MeToo, MeToo Italia, femminismo, molestie sessuali, aggressione sessuale, movimento delle donne. Di seguito l'analisi dettagliata di ciascun pezzo.

## ANALISI TESTUALE

1. Libero, il 13 ottobre, assume i toni polemici di Renato Farina, il quale titola *Prima la danno poi frignano e fingono di pentirsi* e tenta un'inversione di prospettiva dedicando le sue parole a quelle donne poco famose che sanno dire di no.

## Aggregazione

*Harvey Weinstein, come il 95 per cento di chi mi sta leggendo, non lo avevo mai sentito nominare. – Dato 1*

Nella frase di cui sopra il soggetto principale è identificato con nome e cognome. Anche se la percentuale non è esattamente corretta o riscontrabile dai dati, è utilizzata per creare consenso in merito alla notorietà del caso Weinstein.

## Individualizzazione e collettivizzazione

*Adesso Angelina Jolie, Gwyneth Paltrow e tante altre sono famose  
ma allora erano sconosciute. – Dato 2*

Individuare alcuni soggetti per collettivizzarne altri è funzionale ad evidenziare come grazie ai rapporti intercorsi con il produttore cinematografico donne prima sconosciute ora hanno un nome. L'espedito serve a portare all'attenzione del lettore la differenza tra donne comuni e donne famose.

*In queste ore la polemica più forte investe Asia Argento – Dato 3*

In questo estratto, l'uso dell'individualizzazione di Asia Argento da parte del giornalista la umanizza agli occhi dei lettori. Questa strategia dà la possibilità al lettore di identificare Asia Argento come soggetto coinvolto e di entrare in empatia con la stessa. Utilizzando la collettivizzazione il lettore non sarebbe colpito emotivamente.

## Oggettivazione

*Il produttore della filibusta aveva un contratto che esse desideravano – Dato 4*

In questo caso, il giornalista descrive il produttore cinematografico attraverso una caratteristica attribuitagli dai più per invitare il lettore a fare lo stesso.

## Soppressione

*Dare il corpo senza cedere l'anima è difficile, in fondo appartengono  
alla stessa persona – Dato 5*

Il giornalista non parla esplicitamente di #MeToo ma allude con tono critico alle polemiche sollevate dalle donne coinvolte, le quali avrebbero (secondo lui) dovuto riflettere sulle conseguenze di svendere il proprio corpo.

*Nessuna ha alzato la mano, e se la alzassero, non se le filerebbe nessuno, perché hanno un nome che dice qualcosa soltanto a chi gli vuol bene o trova delizioso il loro saluto. Le incontriamo sul tram o al supermercato dietro la cassa, e nessuno le ferma per l'autografo. Decisero di non prendere quell'ascensore. Nessun ascensore. – Dato 6*

Attraverso la soppressione del soggetto, il giornalista sposta il focus dalle persone famose coinvolte nel caso a tutte quelle donne comuni che, sempre a suo giudizio, sono capaci di rifiutare delle avance sessuali.

**2.** La Stampa il 14 ottobre pubblica *Un milione di lavoratrici vittime di ricatti sessuali*. Linda Laura Sabbadini considera il caso Weinstein come punto di partenza per discutere di ricatti sessuali sul lavoro in Italia e sul sistema di tutela legislativa.

## **Aggregazione**

*Un milione di lavoratrici vittime di ricatti sessuali. – Dato 7*

Già nel titolo dell'articolo la giornalista sceglie di aggregare le lavoratrici vittime di ricatti sessuali con un numero che, aldilà della sua fondatezza, mette il lettore nelle condizioni di entrare in empatia con le donne che subiscono ricatti sul posto di lavoro.

*Il caso Weinstein a Hollywood, con tante donne dello spettacolo vittime di questo odioso atto di potere sessista, ha richiamato l'attenzione su una forma di violenza – Dato 8*

Sin dalle prime righe viene identificato il responsabile delle violenze ma le donne che hanno subito il suo abuso di potere sono connotate come numerose vittime dell'odioso atto di potere.

## **Individualizzazione vs Collettivizzazione**

*E ci sono uomini che sfruttano le situazioni asimmetriche a sfavore delle donne, abusano del potere che hanno, abusando del corpo e dell'anima delle donne. – Dato 9*

In queste righe, gli uomini e le donne sono collettivizzati per dare idea della diffusione della pratica del ricatto sessuale che si manifesta in situazioni di subordinazione.

*“Sono abituato a fare così, non fare storie” ordinava Weinstein come a dire, tu sei la mia preda, obbedisci, dispongo io di te. – Dato 10*

Subito dopo la giornalista dà un nome all’individuo responsabile di un caso specifico di abuso di potere: Weinstein. Citando le sue parole lo umanizza e contribuisce a dare al lettore idea di come sia fatto.

### **Oggettivazione**

*Le indagini dell’Istat passate evidenziavano che subiscono ricatti sessuali più le disoccupate che le occupate, perché più vulnerabili, avendo bisogno di lavorare; più le indipendenti che le dipendenti, probabilmente perché vendono prodotti e servizi a grandi acquirenti, più frequentemente maschi che possono approfittarsene; più le impiegate e dirigenti che le operaie – Dato 11*

Le donne che subiscono ricatti sessuali sono identificate con la professione che svolgono, per sottolineare che il fenomeno le coinvolge nell’ambiente di lavoro.

### **Soppressione**

*In sostanza l’uomo sfrutta la sua posizione di vantaggio o di potere, per ottenere prestazioni sessuali da donne in difficoltà o da donne che vogliono mettersi in gioco, per progredire nella carriera. – Dato 12*

Non si fa menzione alcuna degli attori specifici coinvolti nella dinamica. La soppressione, in questo caso, è funzionale a descrivere in termini generali la natura di queste relazioni.

**3.** Il seguente articolo selezionato per lo studio si intitola *Il problema di scrivere “Me Too”* ed è stato pubblicato il 17 ottobre da Sarah Ratchford su Vice. Si tratta di un articolo

che inquadra il fenomeno mediatico e lo inserisce nel contesto italiano.

### **Individualizzazione vs Collettivizzazione**

*Le donne stanno denunciando sui social le violenze o le molestie subite. – Dato 13*

Nel sottotitolo l'autrice inquadra il fenomeno indicando in modo generico che il soggetto coinvolto sono le donne, collettivizzate come categoria sociale.

*Quando ho aperto Facebook questa mattina, la prima cosa che ho visto è stato lo status di una cara amica. Diceva “Me too” [anch'io] – Dato 14*

Sin dall'inizio dell'articolo la giornalista ci permette di entrare in relazione con le vittime degli abusi, individualizzando una persona precisa e descrivendola in termini affettivi.

*Tutto ciò succedeva nel mezzo delle denunce di molte attrici delle molestie subite da parte di Harvey Weinstein. – Dato 15*

L'autrice del pezzo dà un nome al principale responsabile degli abusi denunciati. L'individualizzazione mira ad attribuire al soggetto la responsabilità di quanto accaduto.

### **Oggettivazione**

*Jennai Bundock, a sua volta vittima di violenze e attivista, dice che ogni movimento che metta al centro solo le vittime incontrerà dei problemi – Dato 16*

La donna menzionata viene identificata come vittima e attivista, il che dà un'idea del suo ruolo all'interno della vicenda.

### **Soppressione**

*Sono queste le persone che dovremmo ritenere responsabili, e a cui dovremmo chiedere risposte,*

*invece che mettere davanti all'occhio del pubblico le vittime, perché ci provino che le violenze che hanno subito sono abbastanza gravi da contare qualcosa. –*

*Dato 17*

Non è esplicito il riferimento al #MeToo, ma con questo caso di soppressione la giornalista tenta di polemizzare sulle dinamiche di asimmetria con cui il fenomeno mediatico è gestito.

**4.** Un altro articolo preso in considerazione è #MeToo, la campagna contro le molestie sessuali diventa virale. Scritto su La Repubblica da Valentina Barresi il 17 ottobre, ha lo scopo di portare alla luce il movimento e di passare in rassegna i momenti salienti che lo hanno reso virale.

### **Aggregazione**

*In tante hanno risposto al tweet di Alyssa, quasi 60mila, o accompagnato l'hashtag ad aneddoti su storie personali spesso vissute durante l'adolescenza. – Dato 18*

Con la tecnica dell'aggregazione il lettore ha la possibilità di razionalizzare la portata del fenomeno. Anche se le cifre non sono precise, i dati così approssimati favoriscono il coinvolgimento.

*Ben presto il mea culpa si è però trasformato nell'hashtag #ihave: due parole dal potenziale dirompente nell'universo maschile, in più occasioni sollecitato a esprimersi sull'argomento. – Dato 19*

In questo caso aggregare gli uomini nell'espressione universo maschile mira ad includerli nel problema, oltre che a invitarli a reagire alle accuse.

### **Individualizzazione vs Collettivizzazione**

*“Se tutte le donne molestate sessualmente o violentate scrivessero ‘Me Too’ come status,*

*potremmo dare alle persone un senso della vastità del problema”,  
ha scritto. – Dato 20*

Nel primo tweet di Alyssa Milano, che ha originato il movimento #MeToo per come lo conosciamo, è evidente il senso di comunità che muove la dichiarazione. Dunque è la stessa portavoce ad utilizzare la collettivizzazione per invitare quanta più gente possibile ad agire in merito alla questione sollevata.

**5.** Il 18 ottobre Davide Turrini pubblica su *Il Fatto Quotidiano: Asia Argento a CartaBianca*: “Vado via dall’Italia. Anni di visione berlusconiana hanno portato all’umiliazione della donna”. Nell’articolo parla di Asia Argento e della sua denuncia nei confronti di Weinstein.

### **Individualizzazione vs Collettivizzazione**

*“C’è qualcosa di identico in tutte le donne. Ci sentiamo in colpa di essere belle, di avere un vestito troppo scollato, di tirare fuori l’animale che è nell’uomo.” – Dato 21*

Attraverso questa citazione di Asia Argento emerge chiaramente una condizione generale che non riguarda solo le donne che sono coinvolte nel movimento ma anche tutte le altre.

*“Voglio che gli uomini si spaventino di noi, come quando noi avevamo paura di loro mentre entravamo in una stanza e ci facevano moine e carezzine sulle spalle.” – Dato 22*

Si tratta un’ulteriore citazione che collettivizza il comportamento degli uomini e il sentimento conseguente delle donne. La citazione di Asia Argento contribuisce a caricare di veridicità l’affermazione, che non è parafrasata ma riportata esattamente per come è stata pronunciata.

*Berlinguer che indossa i tacchi e sottoveste come se stesse in vestaglia e pantofolone –  
Dato 23*

Nominare la persona che si intende screditare è un modo per darle un volto e umanizzarla per caricarla delle sue responsabilità.

### **Oggettivazione**

*“Era sconvolgente: alto tre volte te, largo quattro, cosa potevo fare?”. – Dato 24*

Asia Argento parla di Weinstein senza nominarlo e utilizza le sue caratteristiche fisiche per descriverlo. Il lettore se ne fa un’immagine in mente e associa quei tratti al regista di cui, con tutta probabilità, si ricorda solo il volto.

### **Soppressione**

*“Sono fiera di far parte di questa rivoluzione femminile perché da oggi le donne non devono più avere paura degli uomini”. – Dato 25*

Il #MeToo non è mai nominato dall’attrice ma rimane riferimento implicito nelle sue parole. Lo scopo è denotarlo di ulteriori sfumature che ne evidenzino la portata.

**6.** Il 20 ottobre dello stesso anno Ivo Mej pubblica sul blog de Il Fatto Quotidiano l’articolo intitolato *Caso Weinstein, #MeToo(mani) dei social*. Scritto in chiave ironica, indaga la vicenda Weinstein dal punto di vista di un uomo.

### **Aggregazione**

*è per me molto meno interessante di quella che ha opposto migliaia di commenti in difesa di questa o quella posizione – Dato 26*

Parlare in termini aggregatori della portata del fenomeno mediatico contribuisce a definirne l’entità.

### **Individualizzazione vs Collettivizzazione**

*La diatriba sulle giovani (e meno giovani) donne che si ricordano dopo venti anni di denunciare l'aguzzino nel momento in cui questo è già caduto e morente – Dato 27*

Il commento del giornalista si riferisce alle donne come un gruppo omogeneo e indistinto che mette in atto comportamenti generalizzati su un individuo. Il fenomeno, descritto in questi termini, diventa fuorviante e viene screditato perché si riduce alla presunta guerra di un gruppo contro singoli individui indifesi.

### **Oggettivazione**

*Non voglio parlare della caratteriale attrice che vuole lasciare l'Italia (o almeno lo dice) o del celebre regista-attore che da lei così fermamente accusato ma col beneficio dell'incognito (tipo Diabolik). – Dato 28*

I due attori coinvolti nella vicenda, Asia Argento e Weinstein, sono identificati con delle caratteristiche con cui fino ad ora l'opinione pubblica li ha definiti. La scelta stilistica non fa che confermare l'idea dei lettori che si sono schierati contro l'attrice.

### **Soppressione**

*Cosa ci insegna invece questa 'bomba d'acqua' informativa sul piano della comunicazione e del rapporto virtuale con gli altri? – Dato 29*

Il movimento di denuncia non è menzionato direttamente ma connotato in termini negativi per indurre il lettore a fare inferenze sui suoi effetti.

7. Il Corriere della Sera l'11 novembre dedica un articolo a Fausto Brizzi dal titolo *Fausto Brizzi, dimagrito e disperato per le accuse di molestie – I sospetti – Asia Argento: <<Ci quereli pure, tutte>>*. L'autore del pezzo è Renato Franco il quale descrive la condizione del regista romano ultraquarantenne in seguito alle accuse di molestie e violenza da parte di diverse attrici.

## Individualizzazione vs Collettivizzazione

*La linea di condotta è ormai quella di eliminare le tracce degli accusati. Che sembra una forma di ipocrisia che non rende nemmeno giustizia alle vittime. – Dato 30*

Accusati e vittime sono descritti come gruppi omogenei di persone non meglio identificate.

## Soppressione

*È il ritratto di Fausto Brizzi che in poche settimane ha visto sgretolarsi il mondo all'apparenza perfetto in cui si muoveva dopo le allusioni e i sospetti che si sono fatti sempre più fitti intorno al suo nome. – Dato 31*

Non emerge con chiarezza cosa sia successo, l'ondata di denunce contro il regista non è esplicita per sottolineare la condizione patetica dello stesso rispetto alla vicenda.

**8.** L'articolo de Il Foglio, scritto in data 6 dicembre, si intitola *La guerra al maschio è la persona dell'anno*. Mattia Ferraresi conduce un'invettiva contro il Time e i personaggi scelti nel corso del tempo come "persona dell'anno".

## Aggregazione

*ma all'interno vengono celebrate decine, centinaia di donne famose e non – Dato 32*

L'aggregazione è qui usata per quantificare le donne che hanno aderito al movimento e che si sono guadagnate un posto nel numero del Time che celebra la "persona dell'anno".

*Gli autori dell'articolo di copertina si curano di informare il lettore che, secondo il National Center for Transgender Equality, il 47 per cento dei trans ha sporto denuncia per molestie almeno una volta. – Dato 33*

In questo caso, invece, sono riportati i numeri esatti per dare voce e credibilità alla comunità dei trans di solito messa da parte.

## **Oggettivazione**

*Non potevano dunque mancare le ‘silence breakers’, le donne che hanno spezzato il silenzio, le eroine che dopo anni di vergogne e traumi hanno deciso di denunciare i loro molestatori, dando inizio a una purga retroattiva che chiaramente non ha come vero obiettivo quella serie di orchi particolari là fuori che davvero meritano pene detentive, ma vuole incastrare il maschio oppressore in generale. – Dato 34*

Se le sostenitrici del movimento sono identificate per mezzo di aggettivi che ne definiscono azioni e intenzioni, in modo speculare i soggetti responsabili non sono direttamente menzionati ma sono descritti con aggettivi ed epiteti.

## **Soppressione**

*È la guerra al patriarcato interiorizzato della quarta ondata del femminismo – Dato 35*

Non si fa espresso riferimento al #MeToo, che viene soppresso per sottolineare, attraverso altri termini, l'intento di un movimento sociale di tale portata.

9. L'ultimo articolo scelto ai fini dell'analisi è *Nello specchio del Time*, scritto dalla penna di Ida Dominijanni l'8 dicembre. La giornalista approfitta dell'annuncio del Time che incorona le silence-breakers persona dell'anno per comparare la reazione americana a quella italiana.

## **Individualizzazione vs Collettivizzazione**

*Misoginia – maschile e femminile – a pioggia,  
contro qualunque evidenza – Dato 36*

L'autrice mostra un punto di vista sicuramente parziale ma obiettivo quando si tratta, come in questo caso, di tracciare un quadro esauriente della reazione al movimento in Italia. La collettivizzazione ha come scopo includere uomini e donne nel commento.

## **Soppressione**

*Indizio di un discorso pubblico che non teme il cambiamento ma lo incoraggia, non diffida delle donne ma vi si affida, esa che le due cose – donne e cambiamento – oggi come oggi vanno insieme o non vanno: no women no change, se non è spinto dalla libertà femminile. – Dato 37*

Il #MeToo non viene citato da ma è descritto attraverso le sue dinamiche e gli attori coinvolti. L'uso strategico della soppressione, in questo caso, è funzionale a conferire maggiore forza al movimento stesso.

## **ANALISI DELLE IMMAGINI**

In questa sezione le immagini allegate agli articoli selezionati sono state studiate per interpretare come il #MeToo è rappresentato visivamente, ma anche come sono rappresentate le sostenitrici del movimento attraverso le immagini.

### **1. Libero, *Prima la danno poi frignano e fingono di pentirsi***

#### **Posa e sguardo**

Nell'immagine utilizzata dalla testata giornalistica Libero è ritratta Asia Argento, l'attrice italiana che ha denunciato Weinstein e che ha sostenuto il movimento sin dagli inizi, anche in Italia. La donna non guarda direttamente lo spettatore poiché è immortalata su un palcoscenico, in compagnia di un cane, in atteggiamenti spinti. Il lettore è così indotto a focalizzarsi sugli atteggiamenti sessuali dell'attrice e a non creare una connessione emotiva con la stessa.

### **Ambientazione**

La fotografia è stata scattata in un luogo chiuso, probabilmente un club a luci rosse, il che veicola un'idea precisa degli atteggiamenti dell'attrice.

#### **2.** La Stampa, *Un milione di lavoratrici vittime di ricatti sessuali*

### **Posa e sguardo**

Nell'articolo pubblicato su La Stampa, invece, l'immagine mostra un gruppo di donne in protesta che reggono uno striscione recante la scritta Guai a chi ci tocca. Gli sguardi non sono rivolti alla fotocamera, il che lascia spazio all'osservatore di immaginare i pensieri del gruppo in protesta. La posa delle ragazze in piedi trasmette ribellione e rabbia nei confronti del sistema sociale ingiusto.

### **Ambientazione**

Si tratta di un luogo pubblico. L'ambientazione può suggerire come il movimento di protesta intenda abbattere le norme patriarcali dell'intera società, dunque si pone come obiettivo la fine di qualsiasi tipo di violenza.

#### **3.** Vice, *Il problema di scrivere "Me Too"*

### **Ambientazione**

Nel caso dell'articolo di Vice, le immagini non riguardano i soggetti coinvolti nel movimento bensì il tweet di Alyssa Milano che, in seguito all'inchiesta del New York Times, ha reso virale il problema dei ricatti e degli abusi sessuali sul posto di lavoro. Si tratta di uno screenshot.

#### **4.** La Repubblica, *#MeToo, la campagna contro le molestie sessuali diventa virale.*

### **Posa e sguardo**

Su LaRepubblica l'immagine immortalava Alyssa Milano, al centro della foto. Il suo sguardo è spostato a sinistra dando allo spettatore di osservar l'immagine. La posa dell'attrice sembra concentrata e allo stesso tempo coinvolta e in ascolto delle altre donne in protesta.

Interessante notare che tutti i soggetti della foto hanno in mano uno smartphone, dettaglio che allude alla notorietà che il #MeToo ha raggiunto grazie ai social media.

### **Ambientazione**

L'immagine è stata scattata all'aperto, ambientazione ricorrente per le proteste e le marce del movimento #MeToo. L'ambiente circostante sembra suggerire la transizione dai social media alla società in cui le donne cercano giustizia e cambiamento.

**5.** Il Fatto quotidiano, *Asia Argento a CartaBianca: "Vado via dall'Italia. Anni di visione berlusconiana hanno portato all'umiliazione della donna."*

### **Posa e sguardo**

Il Fatto Quotidiano correda il titolo del primo articolo scelto con una foto abbastanza grande di Asia Argento, la quale rivolge lo sguardo allo spettatore. Mentre sembra stabilire una connessione con il lettore grazie all'espressione del suo volto, appare rilassata e sorridente.

### **Ambientazione**

La foto sembra essere stata scattata in un ambiente chiuso ma non meglio definibile, probabilmente in occasione di qualche evento.

**6.** Il Fatto quotidiano, *Caso Weinstein, #MeToo(mani) dei social.*

### **Ambientazione**

La foto scelta per l'articolo de Il Fatto Quotidiano di Ivo Mej è ambientata di sicuro in un luogo chiuso poichè si tratta di una tastiera, che ben rappresenta la natura del movimento nato sui social.

**7.** Il Corriere della Sera, *Fausto Brizzi, dimagrito e disperato per le accuse di molestie – I sospetti – Asia Argento: <<Ci quereli pure, tutte>>.*

### Posa e sguardo

Per il pezzo del Corriere della Sera è stata scelta un'immagine di Fausto Brizzi, il quale guarda dritto nella fotocamera con uno sguardo triste. L'atteggiamento sconfortato si nota anche dalle spalle curve e dalla testa poggiata sulla mano. Nel complesso, il regista sembra chiedere l'empatia di chi guarda.

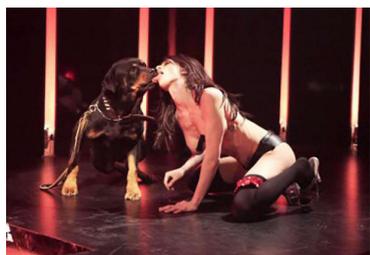
### Ambientazione

L'ambiente circostante non è ben definito perché sfocato, è il corpo dei Fausto Brizzi ad essere messo in risalto.

## 8. Il Foglio, *La guerra al maschio è la persona dell'anno*

### Posa e sguardo

Ne Il Foglio l'immagine scelta è uno screenshot del Time che mostra le donne cosiddette *silence breakers*. Sguardi seri, fissi e fieri, che invitano il lettore a guardare loro dritte negli occhi: non hanno paura.



**Fig. 1**



**Fig. 2**



Fig. 3



Fig. 4



Fig. 5



Fig. 6



Fig. 7



Fig. 8

Il tentativo di raccogliere dati attraverso l'Analisi Critica del Discorso Multimodale ha contribuito a dare un'idea delle rappresentazioni del movimento #MeToo. Inoltre, analizzare diverse testate giornalistiche è stato funzionale a fornire indicazioni circa le differenti reazioni all'emergere del fenomeno in Italia.

Nell'analisi degli articoli attraverso gli strumenti della CDA è emersa una forte prevalenza dell'uso di aggregazione e collettivizzazione. Gli attivisti e le vittime sono descritti in termini omogenei oppure raggruppati. Sebbene si possa pensare che sia un semplice modo di riportare le notizie, è altrettanto importante sottolineare che è possibile che sia fuorviante. Secondo Ashley e Olson (1998), i giornalisti contribuiscono a influenzare le percezioni dei lettori attraverso la scelta delle parole. Quando invece negli articoli è emersa la soppressione, questa è stata utilizzata per nascondere, inserire ambiguità nel testo e veicolare precise percezioni. L'oggettivazione, infine, è stata utilizzata perlopiù per identificare le donne come vittime e deboli, oggettivate dalla propria posizione lavorativa. D'altro canto, gli uomini sono dipinti come forti, potenti e di successo.

Per quanto riguarda l'analisi delle immagini, alcune fotografie ritraggono il movimento e le sue sostenitrici, altre invece sono riferimenti meno espliciti senza un'ambientazione precisa. Come sostengono Machin e Mayr (2012), quando lo sguardo di una persona è rivolto allo spettatore, si aspetta una reazione in cui questo la riconosce. Inoltre l'ambientazione in cui si trovano le femministe ritratte, o le attiviste, è sempre lontano dal contesto domestico oppure lavorativo in cui si svolge la loro quotidianità.

Il movimento #MeToo non è stato descritto in termini molto positivi in Italia. Infatti, identificando le donne come vittime e deboli è diventato una piattaforma in cui le donne non si sentono libere di condividere le proprie esperienze senza essere giudicate. Il movimento è stato descritto come una caccia agli uomini di potere rivelando, ancora una volta, la difficoltà a discostarsi da dinamiche di binarismo limitanti e fuorvianti.

## **Conclusione**

Il terzo capitolo, in linea con i precedenti, si è posto l'obiettivo di indagare in che modo le dinamiche del sessismo plasmano la costruzione culturale di genere. In particolare si è analizzato il rapporto tra genere e violenza, soprattutto per come emerge dalle produzioni medialità dell'industria culturale. Quindi si è tentato di inquadrare il movimento #MeToo

identificandolo come movimento sociale dalle molte sfaccettature. Inoltre dopo aver approfondito le dinamiche che l'hanno connotato in Italia, si è fornito un quadro dapprima generale, poi più puntuale, dell'Analisi Critica del Discorso e dei parametri da tenere in considerazione col fine di condurre uno studio quanto più oggettivo sulle strategie narrative e visive adottate dai media. Infine si è applicato il metodo ad alcuni articoli prodotti da autorevoli testate giornalistiche italiane per desumere dati in merito ad eventuali episodi di delegittimazione o legittimazione, stigmatizzazione, colpevolizzazione, deresponsabilizzazione. I risultati emersi dimostrano una tendenza generale a screditare il movimento e le sue sostenitrici che sembrano condurre una guerra che si sviluppa attorno ad un unico asse narrativo debole-forte, che non ammette eccezioni. Nella maggior parte dei casi gli espedienti testuali e visivi usati in Italia contribuiscono a creare rappresentazioni di donne che denunciano per attirare l'attenzione e di uomini vittime delle loro speculazioni, delegittimando un tema cruciale, rendendolo fenomeno di costume, argomento del momento.

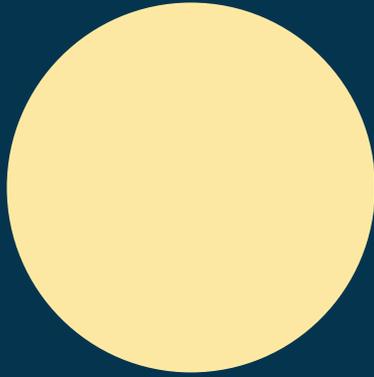
## Note

1. Hooks B. (2015). *Feminist theory: from margin to center*. New York: Routledge.
2. Hooks B. (2000). *Feminism is for everybody: passionate politics*. New York: South End Press.
3. ibidem
4. Giomi E., Maraggia S. (2017). *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*. Bologna: Il Mulino.
5. Il 2013 è anno miliare che vede la promulgazione del Decreto Legge anti-femminicidio (il n.93 del 14 agosto 2013), l'introduzione di questo neologismo da parte dell'Accademia della Crusca e un esponenziale incremento della visibilità del fenomeno nelle cronache giornalistiche.
6. Dati Eures 2014, p.22.
7. Shepherd, Laura J. (2013). *Gender, violence and popular culture: telling stories*. New York: Routledge.
8. Bennett, T. and Braham, P. (1977). *The media as definers of social reality*. Milton Keynes: Open University Press.
9. Giomi E., Maraggia S. (2017). *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*. Bologna: Il Mulino.
10. Della Porta D., Diani M. (2004). *Movimenti senza protesta?*. Bologna: Il Mulino.
11. Wodak R., Meyer M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londra: SAGE.
12. Jørgensen M. W., Phillips L.J. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londra: SAGE.
13. Fairclough N., Wodak R. (1997) *Critical Discourse Analysis*. London: SAGE.
14. Hall S., Evans J., Nixon S. (2013). *Representation. Cultural representations and signifying practices*. Londra: SAGE.
15. Fuchs C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE.
16. Fairclough N., Wodak R. (1997) *Critical Discourse Analysis*. London: SAGE.
17. Thompson J.B. (1990). *Ideology and modern culture*. Cambridge: Polity Press.
18. Wodak R., Meyer M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londra: SAGE.
19. Richardson T. (1978). *Science, ideology and commonsense: on Antonio Gramsci and Althu*. Londra: Lawrence and Wishart.
20. Jørgensen M. W., Phillips L.J. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. Londra: SAGE.
21. Millett K. (1971). *La politica del sesso*. Milano: Rizzoli.

22. Machin D., Mayr A. (2012). *How to do Critical Discourse Analysis. A Multimodal Introduction*. Londra: SAGE.
23. Van Leeuwen T. (2008). *Discourse and practice. New tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press.

# Appendice

TESTATA	TITOLO	DATA	LINK
Libero	<i>Prima la danno poi frignano e fingono di pentirsi</i>	13 ott 2017	<a href="https://www.liberoquotidiano.it/news/opinioni/13264032/harvey-weinstein-renato-farina-scandalo-sessuale-hollywood.html">https://www.liberoquotidiano.it/news/opinioni/13264032/harvey-weinstein-renato-farina-scandalo-sessuale-hollywood.html</a>
La stampa	<i>Un milione di lavoratrici vittime di ricatti sessuali</i>	14 ott 2017	<a href="https://www.lastampa.it/2017/10/14/italia/un-milione-di-lavoratrici-vittime-di-ricatti-sessuali-e71YiRgKqStxDagTw5LmK/pagina.html">https://www.lastampa.it/2017/10/14/italia/un-milione-di-lavoratrici-vittime-di-ricatti-sessuali-e71YiRgKqStxDagTw5LmK/pagina.html</a>
Vice	<i>Il problema di scrivere "Me Too"</i>	17 ott 2017	<a href="https://www.vice.com/it/article/d3yaxv/il-problema-di-scrivere-me-too">https://www.vice.com/it/article/d3yaxv/il-problema-di-scrivere-me-too</a>
La Repubblica	<i>#MeToo, la campagna contro le molestie sessuali diventa virale</i>	17 ott 2017	<a href="https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/17/news/metoo_la_campagna_che_squarcia_il_velo_sulle_molestie-178517375/">https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/17/news/metoo_la_campagna_che_squarcia_il_velo_sulle_molestie-178517375/</a>
Il Fatto Quotidiano	<i>Asia Argento a Carta Bianca: "Vado via dall'Italia. Anni di visione berlusconiana hanno portato all'umiliazione della donna"</i>	18 ott 2017	<a href="https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/10/18/asia-argento-cartabianca-vado-via-dallitalia-anni-di-visione-berlusconiana-hanno-portato-allumiliazione-della-donna/3920547/">https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/10/18/asia-argento-cartabianca-vado-via-dallitalia-anni-di-visione-berlusconiana-hanno-portato-allumiliazione-della-donna/3920547/</a>
Il Fatto Quotidiano	<i>Caso Weinstein, #MeToo(mani) dei social</i>	20 ott 2017	<a href="https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/10/20/caso-weinstein-metoomani-dei-social/3926087/">https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/10/20/caso-weinstein-metoomani-dei-social/3926087/</a>
Il Corriere della Sera	<i>Fausto Brizzi, dimagrito e disperato per le accuse di molestie – I sospetti – Asia Argento: "Ci quereli pure, tutte"</i>	11 nov 2017	<a href="https://www.corriere.it/cronache/17_novembre_12/fausto-brizzi-dimagrito-disperato-32ddf0d2-c70d-11e7-99d7-14600f2d5761.shtml?refresh_ce-cp">https://www.corriere.it/cronache/17_novembre_12/fausto-brizzi-dimagrito-disperato-32ddf0d2-c70d-11e7-99d7-14600f2d5761.shtml?refresh_ce-cp</a>
Il Foglio	<i>La guerra al maschio è la persona dell'anno</i>	06 dic 2017	<a href="https://www.ilfoglio.it/societa/2017/12/06/news/la-guerra-al-maschio-e-la-persona-dell-anno-167600/">https://www.ilfoglio.it/societa/2017/12/06/news/la-guerra-al-maschio-e-la-persona-dell-anno-167600/</a>
Internazionale	<i>Nello specchio del Time</i>	08 dic 2017	<a href="https://www.internazionale.it/opinione/ida-dominijanni/2017/12/08/specchio-time-copertina-donne">https://www.internazionale.it/opinione/ida-dominijanni/2017/12/08/specchio-time-copertina-donne</a>



## Capitolo 4

Si propone una possibile *narrazione transmediale* che contribuisca a dare maggiore respiro alla tematica di genere e che favorisca il concetto di migrazione fra vari media e aumenti la capacità interpretativa del significato.

## TRANSMEDIALITÀ PER L'EMPOWERMENT DI GENERE IL PROGETTO *SEDICI GENERE*

La proposta sicuramente ambiziosa di costruire **nuovi schemi di pensiero**, nasce dalla personale e già matura conoscenza in merito alla costruzione culturale del genere, ma soprattutto è figlia delle evidenze emerse dallo studio sulla *rappresentazione identitaria testuale e visiva*. Lo scopo dell'elaborazione progettuale non è neutralizzare il linguaggio, oppure crearne uno nuovo scevro di connotazioni di genere. Al contrario, partendo dalla consapevolezza che il modo in cui parliamo e rappresentiamo il mondo è speculare al modo in cui pensiamo, s'intende fornire gli strumenti cognitivi utili allo sviluppo di una coscienza critica che inneschi meccanismi di inclusione. A tal proposito, in questa sede si usa come riferimento la cornice teorica offerta da Henry Jenkins.

Il saggio *Cultura Convergente* offre una fotografia precisa dei flussi e delle tensioni che contribuiscono a modellare lo scenario mediale e sociale attuale, lasciando intendere, sullo sfondo, le pulsioni culturali che caratterizzano l'anima di un tale fermento. Ciò che il testo mostra bene, in concordanza con quanto studiato nell'intero elaborato, è che una delle figure emblematiche in cui l'intelligenza collettiva si declina nell'ambito delle piattaforme comunicative, è quella di un'*intelligenza emotiva* alla ricerca del piacere ludico ed estetico, figlia di logiche politiche e culturali.

Lo studio che ha preceduto questa sezione, svolto per mezzo dell'Analisi Critica del Discorso Multimodale, aveva l'intento dichiarato di vagliare l'ipotesi di rappresentazioni fuorvianti in uno specifico contesto storico, culturale, geografico e mediale. L'ulteriore scopo era sciogliere i nodi relativi alle modalità con cui lo schema di pensiero attuale contribuisce alla costruzione culturale del femminile e alle pratiche discorsive di movimenti sociali come il #MeToo. Se dunque in prima istanza l'analisi è stata animata dal tentativo di dare risposta alle domande di ricerca, ora la sfida si estende ad un secondo obiettivo: concretizzare le ipotesi suggerite attraverso un **racconto transmediale** funzionale a ribaltare, per quanto possibile, le logiche di pensiero e generare così empowerment.

Indagare la possibilità di logiche di potere sottese alla produzione di informazioni relative al #MeToo da parte delle principali testate giornalistiche in Italia, nel periodo in cui il movimento ha goduto di maggiore visibilità, è stato l'espedito utile per trovare

conferma a tali possibilità e suggerire come la complessità del tema di genere sia spesso impoverita dal mezzo e dai contenuti stessi.

In sintesi, considerando questi e altri aspetti emersi dal lavoro svolto fino a qui, si propone in questa sede una possibile narrazione transmediale che contribuisca a dare maggiore respiro alla tematica di genere e che, vicina al modo attuale di fruire i contenuti soprattutto da parte dei millennial, favorisca il concetto di *migrazione* fra vari media e aumenti la capacità interpretativa verso una più completa costruzione del significato.

La narrazione transmediale, così come la definisce Jenkins nel testo pubblicato per la prima volta nel 2006, è una forma narrativa che, muovendosi attraverso diversi tipi di media, contribuisce a perfezionare ed integrare l'esperienza dell'utente con nuove e distinte informazioni. Ogni medium veicolando nuove e distinte informazioni, contribuisce allo sviluppo della storia e alla comprensione del mondo narrato. In questo modo l'utente è chiamato a ricostruire il significato complessivo di un'opera integrando vari media. Quindi, secondo l'autore, una narrazione transmediale si sviluppa su una moltitudine di piattaforme medialì, dove ciascuna apporta un contributo diverso alla trama complessiva della narrazione. In *Convergence Culture* poi, Jenkins descrive questo tipo di narrazione come un fenomeno strettamente collegato alla *convergenza mediatica* iniziata nei primi anni 2000 (Jenkins, 2014). Inoltre considera l'evoluzione tecnologica e dei nuovi supporti medialì come mezzo che ha aperto inoltre a fruitori di contenuti la possibilità di partecipare alla loro co-creazione. Secondo Jenkins le narrazioni transmediali permettono quindi di passare da un consumo individuale e passivo a una *fruizione attiva e collettiva*. In aggiunta, l'autore propone sette principi fondanti.<sup>1</sup>

### **1. Spalmabilità vs penetrabilità**

La prima, a differenza della viralità, è dovuta alla capacità del pubblico di impegnarsi attivamente nella circolazione di contenuti multimediali attraverso la rete e nel processo di espansione del loro valore economico e culturale. La seconda è la capacità di un contenuto mediale di invogliare il pubblico ad approfondire la storia scavando nella sua complessità.

### **2. Continuità vs molteplicità**

La continuità è la coerenza dei contenuti che afferiscono ad uno stesso universo di

“

**Ogni medium veicolando nuove e distinte informazioni, contribuisce allo sviluppo della storia e alla comprensione del mondo narrato. In questo modo l'utente è chiamato a ricostruire il significato complessivo di un'opera integrando vari media.**

”

riferimento ma che circolano su media diversi. Molto spesso è l'unica caratteristica della narrazione riconosciuta come valore che può ripagare dell'investimento di tempo ed energie speso a raccogliere i pezzi per creare senso. La molteplicità, invece, crea racconti alternativi, per esempio nel caso dei contributi generati dagli utenti che si sentono liberi di entrare a far parte di queste forme di narrazione.

### **3. Immersione vs estraibilità**

Secondo il principio dell'immersione gli spettatori alimentano la loro sensazione di essere immersi nell'universo narrativo raccontato, inserendo elementi del racconto nel proprio mondo. L'estraibilità fa riferimento al fatto che le persone estrapolano dalle narrazioni elementi che introducono nella loro vita quotidiana.

### **4. Costruzione di mondi**

La creazione di un mondo non corrisponde alla costruzione di una trama unica. Al contrario, vi è la possibilità di sviluppare parallelamente trame diverse che fanno parte di uno stesso universo, il quale non può essere compreso nella sua interezza senza il passaggio da un media all'altro. Tuttavia, il senso principale della narrazione può essere appreso anche senza possedere la conoscenza di tutte le parti dell'opera.

### **5. Serialità**

La serialità crea pezzi di racconti sensati e disperde la storia complessiva sui diversi episodi facendo in modo che ogni puntata rimandi alla successiva. Nel caso del racconto transmediale i pezzi di storia non sono dispersi su diversi segmenti sullo stesso medium, quanto piuttosto su media diversi.

### **6. Soggettività**

La soggettività permette a una storia di essere raccontata da più punti di vista, individuali e paralleli. Cambiando punto di vista la storia si sviluppa e la comprensione del personaggio è più approfondita nel racconto.

### **7. Performance**

Le narrazioni transmediali hanno la capacità di chiamare il pubblico a produrre propri

contenuti da un universo di finzione costruito. Attorno a tale universo, i fan possono trovare autonomamente un loro spazio per esprimersi con le proprie performance creative.

Si ipotizza inoltre che la narrazione transmediale possa divenire anche uno strumento pedagogico adatto a molteplici contesti educativi. Infatti, il livello di coinvolgimento offerto da un tale tipo di narrazione può dimostrarsi particolarmente utile per quelle generazioni abituate a soddisfare la loro curiosità facendo interagire più media. Se da un lato, l'espedito di affidare la narrazione a più mezzi consente di sviluppare una pluralità di punti di vista e un'intelligenza collettiva grazie alla partecipazione attiva di chi riceve i contenuti, dall'altro chi li confeziona ha la possibilità di condurre il pubblico a pensare in modo critico, ad acquisire così nuove conoscenze.

La proposta, che si sostanzia nei racconti di tre personae, attraverso personalità e stili discorsivi diversi, si fonda su questi paletti teorici e sulle premesse fatte in merito al linguaggio di genere. Le tre persone ideali intraprendono un percorso distinto per comunicare il complesso tema di genere, e nonostante ciascuna sia mossa da obiettivi e peculiarità differenti, riusciranno a far convergere i propri stili in un unico esempio virtuoso, dimostrazione di nuovi possibili scenari comunicativi integrati. Il lavoro si conclude con prototipi e mockup esemplificativi di quanto descritto in questa sede.

## **Obiettivi e propositi**

La tecnologia dei media si pone oggi come strumento utile a congiungere soggettività sociali attorno a vibrazioni emotive, a piaceri legati all'informazione, all'estetica e a pulsioni ludiche. Scrivere storie, nel senso di raccontare, a partire da questi presupposti equivale a fare della realtà virtuale terreno fertile per un immaginario collettivo che rende potenzialmente virtuosa una realtà invisibile. Nella storia recente del femminismo, aldilà dal volerla categorizzare temporalmente in questa o quell'ondata, si è sviluppata la tendenza a voler affermare diritti di varia natura. Le rivendicazioni femministe però non sono mai state solo la conseguenza di problemi contingenti e isolati, al contrario si sono integrate tra loro sedimentandosi in terreni culturali variegati, mostrandosi in tutto il loro impeto rivoluzionario oppure insinuandosi

silenziosamente nelle fibre della società e degli individui. La *natura ibrida e inclusiva* del movimento è senz'altro uno dei motivi per cui il prodotto editoriale e digitale presentato di seguito ha assunto la conformazione di una racconto transmediale, capace di evolversi in altro e di ampliarsi libero da costrizioni. È una storia che è possibile leggere nei suoi elementi narrativi singoli oppure nella sua totalità.

Attualmente il femminismo si è evoluto nel cosiddetto *xenofemminismo*.<sup>2</sup> Helen Hester, docente di teoria dei media e della comunicazione alla University of West London, ha fornito il maggiore contributo al manifesto in cui ci si chiede in che modo sia possibile riconfigurare le politiche di genere in un mondo trasformato da automazione, globalizzazione e rivoluzione digitale. Il post femminismo dunque cambia volto per trasformarsi in un movimento a proprio agio con l'informatica, in cui è coltivato l'esercizio della libertà positiva – libertà di piuttosto che libertà da<sup>3</sup> – e in cui le femministe siano sollecitate a dotarsi delle abilità per re-impiegare le tecnologie esistenti e inventare nuovi strumenti cognitivi e materiali al servizio di fini comuni. Certamente i toni sono quelli incisivi, parziali e parrebbe esclusivi del collettivo femminista Laboria Kubonik che ha partorito il manifesto, tuttavia alcuni punti affrontano con lucidità tematiche care a molte sensibilità contemporanee indipendentemente dal grado di coinvolgimento nel movimento. Infatti, asserendo che gli strumenti digitali non sono mai stati più ampiamente disponibili o suscettibili di appropriazione di quanto non siano oggi, lo xenofemminismo denuncia come queste piattaforme preziose per il collegamento, l'organizzazione e la condivisione di abilità vengano intasate da ostacoli al dibattito produttivo camuffati di dibattito. Inoltre occorre tenere in conto che il compito di progettare piattaforme per l'emancipazione e l'organizzazione sociale non può ignorare le mutazioni culturali e semiotiche che queste piattaforme rendono possibili. Promuovendo l'abolizionismo emancipatorio di genere della popolazione umana si riconosce altresì che l'idea di genere abbia assunto un'accezione femminile in modo sproporzionato: si suggerisce l'idea di costruire una società in cui i tratti riuniti sotto la rubrica del genere non possano più fornire una griglia per il funzionamento asimmetrico del potere. L'universalismo che riconosce il maschile come neutro, il bianco per la norma, il cisgender come vero e così via è ammonito in toni perentori.

Effettivamente in principio la cultura di internet aveva potenzialmente un potere sovversivo perché avrebbe potuto produrre solidarietà per aprire nuovi spazi di

sperimentazione e inclusione. Le nuove interfacce, al contrario, sembrano vigilare la costruzione di *precise identità*, le *relazioni di potere* e le *norme di genere* nella rappresentazione di sé. Ci si domanda così: è possibile creare davvero una comunità emancipatoria ed egualitaria sostenuta da nuove forme di solidarietà disinteressata e padronanza di sé collettiva?

Lo xenofemminismo, a cui il mio lavoro riconosce una utile e critica presa di coscienza, ha il desiderio di costruire un *nuovo linguaggio* delle politiche sessuali che si infiltri gradualmente nella società e anche attraverso i media. La proposta avanzata, seppure contributo modesto nell'immenso panorama delle ridefinizioni di genere, si allinea parecchio col punto di vista descritto fino a qui e si pone tre obiettivi principali:

1. rendere possibile l'uso di un **linguaggio inclusivo** che rispecchi il tema della complessità di genere utilizzando, come accaduto per il #MeToo, la leva dell'empatia;
2. incrementare la **consapevolezza** di uomini e donne in merito all'influenza della cultura sessista sui nostri schemi di pensiero;
3. stimolare la **coscienza critica** del pubblico, estendendo la realtà virtuale alla vita offline per renderla esempio virtuoso e concreto.

## Il linguaggio inclusivo

*Una lingua è il luogo da cui si vede il mondo e in cui si tracciano i confini del nostro pensare e sentire. Dalla mia lingua si vede il mare. Dalla mia lingua se ne sente il rumore, come da quella di altri si sentirà il rumore della foresta o il silenzio del deserto.*

Aveva ragione lo scrittore portoghese Vergílio Ferreira a sostenere che la lingua che parliamo traccia i confini della nostra identità. L'uso del linguaggio è talmente naturale che molto spesso non ci si interroga veramente sull'uso delle parole, a meno che queste non siano considerate offensive oppure se ne creino di nuove. La lingua parlata però si evolve e i cambiamenti vengono accettati e accolti all'interno della società senza rifletterci troppo. Eppure, quando di recente si è iniziato a discutere di grammatica e scrittura inclusiva, le resistenze sono state granitiche. La proposta di una lingua più inclusiva dal punto di vista del genere è nata di recente in Francia, la prima nazione che ha portato

“

**Le nuove interfacce sembrano  
vigilare la costruzione di precise  
identità, le relazioni di potere  
e le norme di genere nella  
rappresentazione di sé.**

”

alla luce la necessità di nuove regole. In francese, così come in italiano e in altre lingue, la regola grammaticale è che *il maschile ha la meglio sul femminile*. Vale a dire che quando in una frase un aggettivo qualifica due o più nomi si seguono due regole: se i nomi sono tutti maschili o tutti femminili, l'aggettivo mantiene il loro genere e si declina al plurale; se i nomi sono di genere diverso, l'aggettivo si declina al maschile plurale. Non importa se si parla di mille donne e un solo uomo. Tuttavia, questa regola è piuttosto recente perché fino al Diciassettesimo secolo prevaleva la concordanza per prossimità, valida in latino e altre lingue romanze: l'aggettivo prendeva il genere dal sostantivo più vicino a cui si riferiva. Spesso ci si rapporta alla lingua come se fosse qualcosa di statico ignorando, appunto, che fintanto che è viva, parlata, può cambiare, evolvere nel tempo, nello spazio e nelle relazioni sociali. Il linguaggio che usiamo, le parole che scegliamo, costruiscono la nostra identità di parlanti, i concetti culturali che ci definiscono, ruoli e modelli inconsci che vengono superati con fatica. Di conseguenza un *mutamento linguistico* se accettato dall'intera comunità di parlanti provoca anche un *mutamento d'identità*.

Il problema dell'esclusione del femminile dalla lingua, italiana in particolare, è un problema reale poiché crea nella mente specifiche rappresentazioni dell'identità femminile e di quella maschile. Infatti, il maschile universale nasconde le donne dalla narrazione comune ed è complice degli stereotipi di genere che relegano la donna e l'uomo a ruoli ben determinati. La ripetizione continua di queste formule grammaticali ai bambini e alle bambine, in quegli stessi luoghi in cui si impara e che sono il simbolo dell'emancipazione attraverso la conoscenza, induce rappresentazioni mentali che portano le donne e gli uomini ad accettare il dominio di un sesso sull'altro, così come tutte le forme di minorazione sociale e politica delle donne. L'apprendimento della lingua avviene naturalmente e in maniera inconscia, per questo risulta importante fin dall'infanzia scardinare stereotipi e ruoli di genere prestabiliti usandola in modo corretto e inclusivo. Questo può essere fatto con semplici accorgimenti nel linguaggio quotidiano e prestando particolare attenzione agli stereotipi di genere in contesti neutrali dove potrebbero facilmente essere evitati: per esempio negli esercizi di matematica che parlano di un padre lavoratore e di una 'madre che cucina, che fa la spesa' oppure della maestra e del sindaco, dell'infermiera e del ministro. È necessario rendere manifesta la presenza delle donne, nominando ad esempio entrambi i sessi quando si parla di *essere umani* in generale. Il cambiamento che ha portato al sovrapporsi del

termine ‘uomo’ con il significato di ‘essere umano’ quando si parla in termini generali di umanità, ha eliminato totalmente il femminile dalle narrazioni complessive, dai documenti ufficiali, dai regolamenti, dai formulari. Rivolgersi a ‘bambini e bambine’, ‘ragazzi e ragazze’, ‘cittadini e cittadine’ è un modo semplice per sovvertire questo meccanismo. Il cambiamento di documenti ufficiali, formulari in questo senso è a costo zero, potrà essere un procedimento lento ma è del tutto possibile. Dunque le misure utili suggerite per esprimere una maggiore uguaglianza nella lingua e per sovvertire la subordinazione del femminile al maschile sono:

- **la regola della prossimità:** l’aggettivo prende il genere del sostantivo più vicino;
- **la concordanza di maggioranza:** la concordanza di genere con il sostantivo che esprime il numero maggiore;
- **declinare al femminile le professioni:** riconoscere quando è una donna a ricoprire un ruolo;
- **usare formule davvero universali:** ad esempio ‘diritti umani’ invece che ‘diritti dell’uomo’.

L’esclusione del femminile è chiara e manifesta, ma non è che una parte del problema. Il punto non è solo la grammatica ma come la grammatica sia esemplare di cose più grandi: quando le donne sono rese invisibili nella lingua, da un presunto neutro maschile, lo sono anche nella mente e nella vita vera. Qualcuno ha asserito che utilizzare un linguaggio inclusivo sia uno stravolgimento troppo grande ma secondo uno studio realizzato dallo psicolinguista Pascal Gygax e dalla psicologa Noelia Gesto nel 2007, intitolato *Femminilizzazione e pesantezza del testo*<sup>4</sup>, “La difficoltà di lettura sparisce già dalla seconda riga”. Inoltre Gérard Biard, che scrive per Charlie Hebdo, ha spiegato che “la lingua dice che cos’è una società. Non vedo alcuna logica nel fatto che il maschile prevalga. Penso che si debba fare attenzione al fatto che le parole che si usano siano il più possibile vicine alla società che si intende promuovere”. “Mi sembra normale nel 2017 far comparire l’altra metà dell’umanità nella lingua”, ha detto Tiphaine Martin, insegnante e ricercatrice all’università di Toulon. “La grammatica non è astratta, le parole sono performative: non solo descrivono, ma ordinano”. E Jacqueline Costa-Lascoux, ricercatrice al CNRS: “La regola grammaticale

che instaura la dominazione del maschile sul femminile è storicamente datata [...] Siamo nel XXI secolo: adottiamo quindi la regola di prossimità che è più semplice e più estetica. Suona meglio, offre più libertà nella scrittura e soprattutto è più egualitaria”.

### **Consapevolezza della cultura sessista**

Il secondo obiettivo, dopo aver sperabilmente messo a disposizione gli strumenti per un uso più consapevole e critico della lingua, è portare la gente alla consapevolezza che le *rappresentazioni medialì visive e testuali* creano precisi schemi di pensiero in merito alle identità femminili e maschili. Si tenta dunque di sovvertire questa logica introducendo un altro punto di vista.

Le soglie di tolleranza sono evidentemente molto elevate sia che si tratti dei social network, della pubblicità o di produzioni cinematografiche. “Perché sedurla se puoi sedarla?” è la domanda retorica di un post che, corredato dalla raffigurazione di una bottiglietta di cloroformio, appare su una pagina Facebook tutta intenta a denigrare le “cagne” colpevoli di “darla via come se non fosse la loro”. La misoginia feroce si mescola spesso a omo/transfobia, razzismo e incitamenti alla pedofilia. Chiudere questi gruppi che raccolgono migliaia di seguaci è praticamente impossibile perché secondo il social network non violano gli standard della comunità. La logica della subordinazione, a cui tutti siamo abituati, è lampante anche nella pubblicità di un negozio di scarpe italiano che ha deciso di promuovere il marchio attraverso l’immagine di una donna gettata sul ciglio di un marciapiede, jeans abbassati e maglia alzata a suggerire un rapporto sessuale. Nel film *The stalker* invece il protagonista stupra una prostituta e ricorre al cloroformio per ben due volte per abusare della moglie. Anche la musica non è esclusa da questo circolo vizioso: Emis Killa nel brano del 2016 intitolato *3 messaggi in segreteria*, si prepara ad uccidere l’ex fidanzata che definisce stronza perché “ha detto no”. Il discorso si estende anche ai quotidiani che ogni giorno riportano titoli che parlano di donne bruciate vive o fatte a pezzi per gelosia o rabbia. In sostanza la violenza, fisica, verbale, visiva è parte del tessuto culturale in cui siamo immersi e a cui attingiamo nel momento in cui ci rivolgiamo agli altri. Però, oltre alla violenza visibile ce n’è un’altra velata che si insinua anche più insistentemente nella mente della gente comune che non sempre ha a disposizione gli strumenti critici per porsi delle domande e che, probabilmente, ha una visione parziale delle possibilità. Pensiamo per esempio alla *pubblicità* sulle

reti nazionali: per ogni spot dedicato alla potenza, all'intelligenza e alle capacità maschili, ce n'è uno dedicato alle donne anziane che non vogliono sentirsi vecchie e per questo usano la crema anti-età, uno per gli assorbenti che aiutano scrupolosamente a nascondere il problema increscioso delle perdite, un altro dedicato alla sensualità che solo un profumo garantisce e così via. Perché ci mostrano Carlo Cracco, Alex Del Piero, Gigi Buffon e tanti altri uomini meno famosi come delle persone che volitivamente e grazie alle loro capacità hanno scelto attivamente chi essere, mentre Jane Fonda, Charlize Theron e tante altre vengono presentate come donne il cui unico obiettivo imposto è quello di essere belle e giovani? Come se le donne non avessero altra scelta che curare l'aspetto, che dedicarsi a piacere agli altri, aldilà di capacità e l'intelligenza.

Le immagini e le parole sono confezionate secondo modelli culturali sedimentati nel tempo, prendono spunto da qualsiasi prodotto di comunicazione che colpisce in sordina e tocca corde profonde, senza che noi ne siamo troppo consapevoli. Lungi dal criticare la comunicazione in toto, l'intento dell'elaborato è perlopiù dimostrare che non si tratta di una critica fine a se stessa ma il punto di partenza per un discorso più ampio che coinvolge il pensiero comune, il linguaggio e le azioni. Poiché dire, e fare, è sempre anche pensare la proposta è un **prodotto editoriale** che abbraccia diversi strumenti comunicativi intesi come acceleratori della riflessione critica. Il discorso si frammenta in tre prodotti che sono in realtà figli della logica reticolare del web e che quindi si riconoscono nelle sette caratteristiche delle narrazioni transmediali di Jenkins. Oltre a poter essere fruiti singolarmente, sono pezzi di un puzzle ben più grande e complesso. Infatti, se i singoli temi utilizzano strumenti differenti per essere diffusi, afferiscono in realtà ad un'unica tematica: il genere e il tentativo di ribaltamento delle logiche in esso radicate. Gli argomenti trattati e i relativi mezzi di comunicazione sono:

- femminismo e logiche sessiste: **blog**;
- sessualità: **instagram**;
- violenza: **manifesti/guerrilla**.

Se il blog viene utilizzato per denunciare dinamiche e logiche sessiste, serve anche per proporre, più o meno esplicitamente, un'alternativa alla realtà contingente. Di conseguenza, la personas pensata per questo prodotto è una giovane ragazza femminista

che sperimenta nuovi tipi di scrittura per coinvolgere il suo pubblico. Poi, siccome la narrazione non intende fermarsi alla parola scritta, il secondo espediente scelto per comunicare il delicato tema della sessualità è la costruzione delle immagini. Una giovane ragazza che non vede l'ora di esprimersi sul tema si informa e poi confeziona delle illustrazioni funzionali a raggiungere quante più sensibilità possibili. La ragazza non ha paura di esprimere quello che pensa con le sue immagini, che con delicatezza ma con fermezza rispecchiano appieno la realtà e le sue storture. Infine vi è una terza persona non meglio riconosciuta, probabilmente si tratta di un collettivo, che unisce parole e immagini per sovvertire schemi di pensiero maschili e femminili relativi alla violenza. Stampa dei manifesti che sparge abusivamente di notte nella città per creare un alone di mistero e non legare quei precisi messaggi visivi e testuali ad un'identità sessuale definita. L'autore, l'autrice, o gli autori e le autrici della campagna di guerriglia non hanno genere. I manifesti e i relativi messaggi hanno il potenziale di ottenere notevole risonanza.

### **Dal virtuale al virtuoso**

Tenendo bene a mente i sette caratteri tipici della una narrazione transmediale, si intende esportare i singoli prodotti anche nella vita reale. L'idea è quella sfruttare le logiche di *spalmabilità*, cioè la capacità del pubblico di impegnarsi attivamente nella circolazione di contenuti e nel processo di espansione del loro valore economico e culturale, per diffondere esempi virtuosi di inclusività. La *genzine* (crasi di *gender* e *magazine*) è un prodotto editoriale stampato in un sedicesimo e che si chiama, appunto, **Sedici Genere**. Si tratta di un *notebook* corredato in principio con i contributi delle tre persone sopracitate, ma che poi può riempirsi di qualsiasi altra immagine, pensiero, o forma di sensibilità.

### **Metodologia e fasi**

L'elaborato non pretende di esaurire in questa sede lo sfaccettato tema di genere. Il lavoro, seppur parziale, tenta nell'esecuzione pratica di diventare lo specchio in cui si riflettono almeno alcune delle numerose facce della questione. Per dare una direzione a quanto appreso teoricamente sui linguaggi, sul femminismo, sugli effetti della comunicazione in generale e in particolare, è stato necessario servirsi di una metodologia che supportasse e giustificasse l'uso dei mezzi e dei relativi argomenti

trattati. Il prodotto di editoria digitale, diffondibile poi come prodotto editoriale cartaceo aperto alle contaminazioni di altri, fa da finale alle riflessioni svolte e da principio sperabile di nuove pratiche per quella che sarebbe bello poter definire *inclusività diffusa*. La progettazione può essere divisa in due macro momenti:

- l'ideazione di tre personas e l'assegnazione del mezzo e del discorso di genere a ciascuno dei tre profili;
- la riflessione strategica in merito alla diffusione della genzine e la sua progettazione grafica.

### **Le personas**

Per dare voce ad un racconto così trasversale, era impensabile affidare la narrazione ad una singola identità, quindi ad un unico punto di vista. Di seguito le descrizioni delle persone ideali a cui affidare gli specifici discorsi.

#### **GIULIA**

Ha ventisette anni ma in fondo è già una donna entrata nel mondo degli adulti. Dopo aver conseguito la laurea in Lettere e Filosofia alla Statale di Milano, è stata assunta come correttrice di bozze in una casa editrice e ora vive finalmente da sola. Come è ovvio, ama scrivere, leggere o semplicemente essere curiosa. Parla tanto e a volte è polemica ma sa anche ascoltare. Per questi e tanti altri motivi legati alla sua formazione, alle persone che ha incontrato nella sua vita reale o anche solo nei libri, si è accorta di condividere molto del femminismo. Ha deciso che anche lei è femminista e così ha aperto un blog in cui racconta le sue esperienze e quelle delle altre donne. Non vuole rivolgersi solo alle donne ma anche agli uomini e per questo cerca di sperimentare nuovi tipi di scrittura: ora è il momento di introdurre la scrittura inclusiva.

#### **CARLOTTA**

Ha diciotto anni e come quasi tutte le ragazze della sua età ha le idee molto chiare. La sua la chiamano generazione zeta. Ha Facebook ma praticamente non lo usa, naviga e posta

invece quasi tutti i giorni su Instagram. Legge molto e a volte le prende un non-so-che dentro che vuole esprimersi a tutti i costi e allora accende la musica e inizia a disegnare, è uno dei pochi modi che conosce per liberare energia. Non a caso ha scelto di frequentare il liceo artistico e vuole proseguire i suoi studi all'Accademia di Belle Arti di Firenze. Vive a Bologna e lavora spesso per un'organizzazione no profit che si occupa di dare conforto e accoglienza ai senzatetto. È una ribelle cronica, non vuole smettere di credere in un mondo migliore. Di recente ha imparato ad usare illustratore in estate andrà in Africa come volontaria. Lo scorso febbraio, in occasione della “giornata internazionale della tolleranza zero alle mutilazioni genitali femminili (MGF)”, ha iniziato ad approfondire il tema e ha deciso che utilizzerà il suo canale Instagram per parlare di sessualità. Vuole creare una rubrica informativa sul tema e ispirata per caso da un blog post di Giulia, che neanche conosce direttamente, raccontato con l'espedito della scrittura inclusiva, l'è venuto in mente il nome perfetto che riassume il concept della sua rubrica: #illustrarel'inclusività.

X\*

Si tratta presumibilmente di una persona, una donna o un uomo, forse un ragazzo o una ragazza, probabilmente è un collettivo. L'identità non conta quando si tratta di violenza, oppure è più importante di quello che pensiamo. Siamo abituati a tollerare delle immagini violente come se non lo fossero. E se al posto di quelle figure, di quelle immagini, ci fosse altro? Riusciremmo a dedicarci la giusta attenzione e a renderci conto che quello che ci passa ogni giorno sotto gli occhi non lo vediamo? Il mezzo scelto sono dei manifesti affissi nel cuore della notte in una cittadina del sud, una vera e propria campagna di guerriglia: si parte da Bari. Inclusività manifesta.

## **La genzine**

### IL CONCEPT

Come già ampiamente anticipato, i tre racconti mediali confluiscono in un prodotto editoriale, naturale prosecuzione di un lavoro di costruzione critica sui discorsi di genere. La genzine contribuisce al concetto di inclusività diffusa, funzionale al raggiungimento degli obiettivi prefissati. Inoltre mutua la nozione di fanzine, com'è evidente dal naming.

*Una fanzine è una pubblicazione non professionale e non ufficiale, prodotta da entusiasti di un particolare fenomeno culturale per il piacere di condividere i propri interessi con altri. Il termine inglese fanzine - una parola macedonia nata dalla contrazione delle parole fan (da fanatic, appassionato) e magazine (rivista) - fu coniato in una rivista amatoriale di fantascienza da Russ Chauvenet nell'ottobre 1940, divenne popolare all'interno di quel fandom e venne in seguito adottato da altre comunità.<sup>5</sup>*

Altre caratteristiche delle fanzine sono:

- possono essere realizzate da una persona sola o da collettivi in maniera indipendente;
- gli editori, i curatori, i redattori degli articoli e gli autori delle illustrazioni non ricevono alcun compenso perchè tali pubblicazioni circolano gratuitamente o a un prezzo nominale al fine di ammortizzare le spese di spedizione o di produzione;
- le copie distribuite vengono spesso scambiate con altre di pubblicazioni analoghe, o date in cambio di contributi artistici, articoli o lettere di commento, pubblicati poi sulle stesse riviste;
- alcune fanzine trattano di musica, altre raccontano storie divertenti; alcune sono incentrate su una subcultura, elencano collezioni personali, presentano foto/collage e illustrazioni, altre ancora sono fumetti autoprodotti;
- sono tipi di pubblicazioni tra i più vari al mondo: spesso hanno l'aspetto di mini riviste, ma possono assumere migliaia di forme e formati diversi: A4, mezza pagina, arrotolate, un quarto di foglio, un biglietto del treno o del tram, a fisarmonica o rilegate a mano.

Il prodotto editoriale progettato a seguito del lavoro di ricerca, prende in prestito i punti di cui sopra per ipotizzare un concept riassumibile nel termine **genzine**. Si tratta di:

- un notebook stampato in un sedicesimo;
- circola gratuitamente;
- le copie sono distribuite in cambio del contributo creativo dei riceventi;
- il tema principale è il genere, raccontato attraverso le parole, le immagini, le illustrazioni;
- il primo contributo è quello delle tre personas;
- con la leva dell'empatia le persone si sentono incluse: 'ascoltano' e 'parlano'.

Il processo di diffusione è il seguente:

- 1.** il quadernetto viene imbucato, non necessariamente spedito, anonimamente nella cassetta delle lettere di una persona scelta dal mittente. Il prodotto è imbustato e contiene al suo interno le indicazioni per proseguire la catena di inclusività diffusa;
- 2.** il ricevente ha a disposizione il notebook per un periodo di tempo limitato e può decidere liberamente se apportare il suo contributo oppure no. Qualsiasi forma di partecipazione è ammessa: foto, collage, fumetti, parole chiave, pensieri, racconti, ecc. Trascorsi i giorni stabiliti, sarà tenuto a consegnarlo, sempre anonimamente, a qualcuno con cui desidera condividerlo;
- 3.** quando le pagine vuote del notebook terminano occorre imbucarlo nella cassetta delle lettere dell'indirizzo indicato sulle istruzioni.

L'ipotesi è che si inneschi una *rete virtuosa* di gente davvero connessa che si sente parte di un progetto ed empatizza con altre persone, pur non conoscendole. Più sensibilità saranno messe in connessione a prescindere dall'identità sessuale delle stesse.

## IL NAMING

La scelta del nome è strategica e ha duplice valenza. Infatti, il naming *Sedici Genere* se da un lato rimanda al formato della pubblicazione, dall'altro comprende in sé il rimando all'atto di dire che implica avere la possibilità di esprimersi, dunque di sentirsi parte del discorso in merito al tema. Inoltre la scelta del secondo termine implica un rimando al genere nel suo complesso, non esclusivamente alle donne.

## IL TARGET

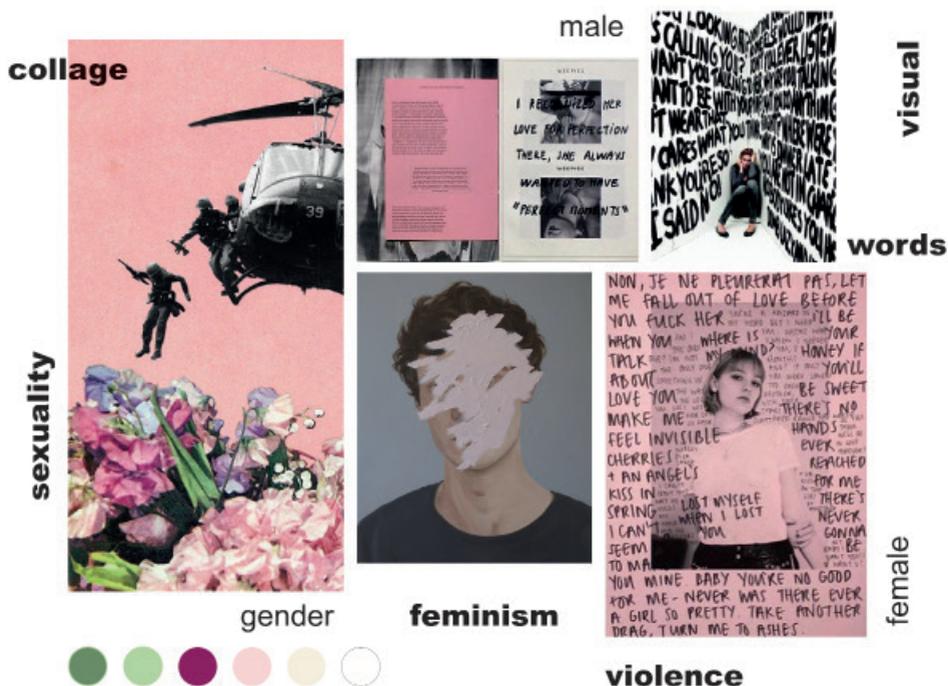
Il prodotto editoriale, come suggerito dal nome, non si rivolge esclusivamente ad un pubblico femminile. Poiché molto spesso si incorre nell'errore di identificare le tematiche di genere come problemi che gravano perlopiù sulle donne, in questo caso l'intento è anche quello di ristabilire un equilibrio e puntare ad includere anche l'altra metà coinvolta.

La genzine è concepita come un notebook all'interno del quale il ricevente, che sia uomo o che sia donna, che sia un ragazzo o una ragazza, che sia anziano o anziana, può apportare

il suo contributo e cooperare affinché si origini un nuovo linguaggio inclusivo. La modalità di diffusione è stata scelta proprio per la semplicità del gesto: la gente adulta vi è abituata, i più giovani invece apprezzano il ritorno alla semplicità analogica. L'idea di mantenere l'anonimato, inoltre, è una strategia che intriga e coinvolge a prescindere dall'età del ricevente e del mittente.

LA GRAFICA

La progettazione grafica del prodotto non può prescindere dalle considerazioni sopra esposte, ne è in verità la summa. Se ne illustrano di seguito il processo e le considerazioni.



La ricerca, caratterizzata da cornici teoriche variegata, il femminismo, il concetto di sesso e di genere, l'identità, l'uomo, la donna, la comunicazione, la cultura, il pensiero, la sessualità, la violenza, si comportano come se fossero unità singole ma allo stesso tempo

si intrecciano indissolubilmente a suggerire l'immagine di un collage, in cui le parti formano il tutto. Immagini, parole, fotografie, illustrazioni, stile calligrafico e disegni si fondono in una produzione ibrida che si apre al contributo di chiunque abbia voglia di esprimersi. La palette colori invece consiste in una rivisitazione dei colori utilizzati nella bandiera delle suffragette che si battevano per il diritto di voto: verde, bianco e viola. I toni, seppure meno accesi di quelli originali, assumono tinte pastello più rilassanti e gradevoli per l'occhio, in linea con l'estetica degli ultimi anni.

## Aspetti critici

Un progetto così strutturato può evidenziare alcune criticità soprattutto nel processo di diffusione, online e offline. Infatti, nonostante la progettazione del prodotto non manchi di complessità, le principali difficoltà possono trovarsi a valle della creazione. Sicuramente nella fase di ideazione e realizzazione occorre introdurre molti elementi indispensabili ai fini della decodificazione del messaggio, ma quello che può risultare di difficile comprensione è l'invito a cooperare col proprio contributo.

Le complicazioni maggiori potrebbero essere le seguenti:

- le personas non si rivelano in grado di abbracciare i molteplici aspetti di cui è costituito il tema;
- la genzine, nonostante sia un prodotto, rivolto ad un target non specifico, appare come cosa-da-donne;
- la gente non comprende lo spirito dell'iniziativa e interrompe la catena;
- il ricevente non rispetta la scadenza indicata nelle istruzioni;
- il ricevente trasmette messaggi non in linea con il proposito iniziale;

Le difficoltà potrebbero essere molteplici, tuttavia le valutazioni fatte a monte della progettazione sembrano suggerire la possibilità di aggirare il problema con eventuali espedienti per confezionare il prodotto in modo che l'intento appaia chiaro e immediato. Si presuppone, con tutta evidenza, che una pubblicazione editoriale indipendente come quella proposta possa mostrarsi acerba nelle modalità ma si ipotizza anche che possa essere considerato un esperimento dal quale desumere punti di forza e di debolezza da migliorare.

## Conclusione

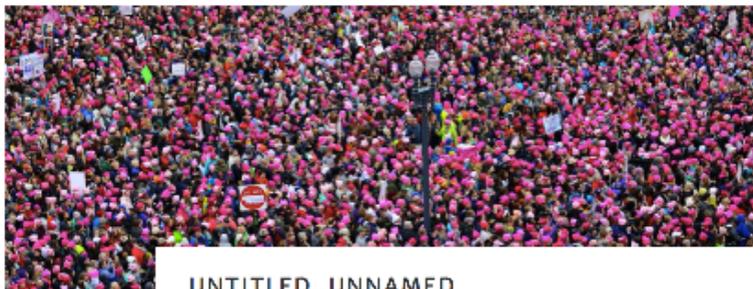
Il capitolo si è aperto delineando l'altra cornice teorica utile a dare una forma al progetto, a giustificarlo: il concetto di transmedialità di H. Jenkins. Grazie al contributo di Cultura Convergente è stato possibile tracciare le caratteristiche principali del progetto. Inoltre le idee suggerite dal manifesto xenofemminista hanno coadiuvato la concettualizzazione degli obiettivi e della metodologia a supporto per concretizzare l'idea. Il capitolo dunque, come in un funnel, è la logica prosecuzione dei precedenti e al tempo stesso aggiunge nuovi elementi funzionali all'evoluzione dell'elaborato stesso. Il prodotto editoriale, in parte virtuale e in parte pubblicazione cartacea, nel tentativo di estendere le rappresentazioni comuni a nuovi linguaggi inclusivi, sembra suggerire che la possibilità concreta di un cambio di prospettiva.

### Note

1. Jenkins, H. (2014). *Cultura convergente*. Santarcangelo di Romagna: Maggioli.
2. Hester, H. (2018). *Xenofeminism*. Cambridge: Polity Press.
3. Laboria Cuboniks. (2015). *The xenofeminism manifesto*.
4. Gygax P., Gesto N. (2007). *Féminisation et lourdeur de texte*.
5. <https://it.wikipedia.org/wiki/Fanzine>



# Appendice



## UNTITLED, UNNAMED

gennaio 27, 2019

Modifica

"Da quanto tempo lei è femminista?"

Non credo ci sia stato un momento in particolare in cui ho iniziato a pensare che le donne vatero rispettate e che siano ben capaci di guadagnarsi i propri diritti. Però devo ammettere che ho preso da poco la decisione di chiamarmi femminista. Ci vuole coraggio siamo così le cose, sa?

"Stando così le cose..."

Sì, certo. Stando così le cose. Mi sembra ci voglia ancora tanta energia nel diffondere l'idea di un femminismo che combatte il sessismo in tutte le sue forme. Spero di averne a sufficienza. Non si tratta di essere così per gli uomini, perché anche le donne sanno bene come discriminare la



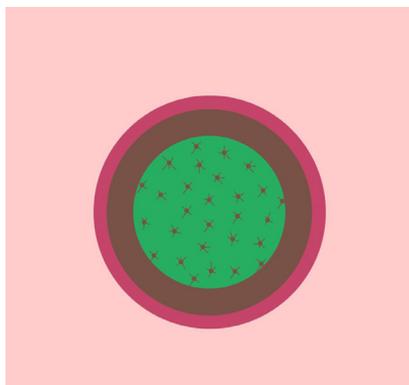
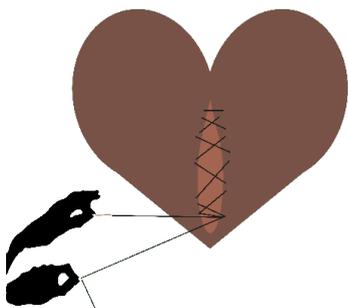
## FIGLI DI MAD MEN

febbraio 13, 2019

Modifica

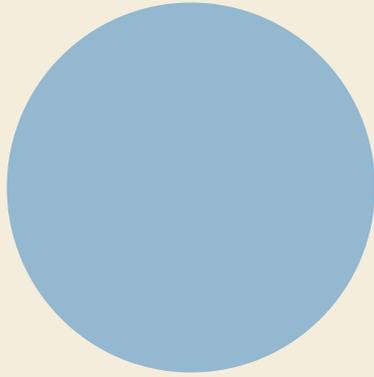
Non guardo molta televisione, come la maggior parte dei ragazzi della mia età, perché sono più tipo da puntate di serie televisive (monti e fuggi). Come quel periodo in cui vedevo Mad Men, una serie ambientata negli anni Sessanta a New York in un'agenzia pubblicitaria. La storia si sviluppa attorno ai principali mutamenti sociali di quegli anni (misoginie comprese). Consigliate a tutti quelli che lavorano nel settore della comunicazione o ne sono affascinati.

Tornando alla tv, non me è mai sentito l'esigenza, tant'è che fino a poco tempo fa mi bastava il computer e neanche ce l'avevo in casa. A differenza mia però c'è ancora chi, un po' per abitudine e un po' per rispetto, lascia che le voci della tv riempiano alcune ore della giornata. Sto parlando di quelle madri, di quei padri, di quei nonni e di quelle nonne che la televisione (hanno visto nascere e crescere e che quindi sono affezionati) alla sua presenza si prescrivono. Succede anche a casa mia, di solito è pranzato e cena, ed è più che altro un modo per discutere di questo o di



BOZZE E RIFERIMENTI





## **Conclusioni**

La proposta di includere e diffondere linguaggi non esclusivi appannaggio delle donne ma inclusivi di qualsiasi altra identità, implica il tentativo di promuovere un *clima comunicativo* fra le diverse appartenenze culturali.

L'elaborato si è posto dal principio propositi ambiziosi, apparentemente quasi astratti e ideali, con l'intento dichiarato di condurre un'analisi lucida e quanto più critica nei confronti dell'ecosistema culturale nel quale viviamo.

Partendo dal generale si è tentato di condurre il lettore verso il particolare, per suggerirgli una direzione e per fornire strumenti sempre più concreti per rispondere ai numerosi quesiti posti. L'obiettivo cardine attorno a cui si è imbastito il progetto di ricerca e produzione, e che ha fatto da sfondo alle ipotesi e alle congetture messe in discussione dal primo all'ultimo capitolo, era dimostrare come la cultura digitale possa essere messa a servizio di una connessione autentica tra gli individui. Ulteriore tentativo, nell'ottica di raggiungere l'obiettivo di cui sopra, era trovare risposta ai due quesiti di ricerca. Per rispondere alla prima domanda relativa al modo in cui lo schema di pensiero attuale contribuisce alla costruzione culturale del femminile e quale sia la conseguente restituzione mediale degli attori e delle dinamiche, si è delineato dapprima un quadro generale sulle principali teorie di comunicazione per sottolineare l'importanza assunta dalla componente umana e tecnologica nel corso dell'evoluzione degli scambi comunicativi. In seguito, la scelta di introdurre una breve rassegna delle principali tappe e idee del femminismo per restituire un punto di vista femminile alla storia, si è rivelato un ottimo mezzo funzionale ad approfondire e scoprire l'importanza di nuove prospettive. Introdurre nuove lenti di analisi contribuisce al diffondersi di quel multiculturalismo basato non più sulla distanza delle categorie sociali ma sulla comunicazione. Analizzare il rapporto tra i sessi e il genere è il solo mezzo per dimostrare la complessità dei processi sociali attuali, con tutti gli aspetti positivi e negativi che implicano.

Ci si è domandati in seguito se nelle pratiche discorsive di movimenti sociali come il #MeToo, esistono logiche di potere che influenzano il linguaggio e producono legittimazione, colpevolizzazione, deresponsabilizzazione, o stigmatizzazione. Studiando il rapporto tra genere e violenza nelle produzioni medialie figlie dell'industria culturale, e attraverso l'Analisi Critica del Discorso come metodologia atta ad indagare eventuali prese di posizione sbilanciate a sfavore di una parte o dell'altra, è emerso che le donne risentono ancora del giudizio patriarcale latente in molti modi di pensare e rappresentare.

La cultura delle immagini e delle parole è impregnata di stereotipi e storture, anche se pare evidente una presa di coscienza da parte di alcuni operatori e alcune operatrici del settore.

Dopo aver proposto stimoli di riflessione e risposte alle ipotesi di ricerca, ci si è misurati con la possibilità di mettere a sistema i numerosi input seminati nella prima fase di elaborazione teorica, col fine di rendere concreti i propositi dapprima presentati come ideali. Il concetto di transmedialità di Jenkins suggerisce la possibilità di un prodotto editoriale ibrido che, in linea con il complesso tema affrontato, si estende dal virtuale al reale attraverso espedienti e metodologie strategiche, col fine di influenzare positivamente la dimensione linguistico-discorsiva fatta di immagini e parole, quindi le inferenze culturali della gente comune.

Come già più volte sottolineato, lungi dalla pretesa di esaustività, il progetto intende identificare in positivo i compiti di ciascuno di noi, dandogli contenuti propositivi e non solo oppositivi ed emancipativi. Infatti, la proposta di includere e diffondere linguaggi non esclusivi appannaggio delle donne ma inclusivi di qualsiasi altra identità, implica il tentativo di promuovere un clima comunicativo fra le diverse appartenenze culturali, constatando che tutti gli uomini e tutte le donne si riconoscano soggetti al pari di altri proprio perché impegnati nello stesso compito e nella stessa fatica.

## **Fonti e Bibliografia**

## A

Anolli, L. (2000). *Psicologia della comunicazione*. Bologna: Il mulino.

Austin, J. (1962). *How to do things with words*. London: Oxford University Press.

## B

B.Bassi (1993). *Brainframes: mente, tecnologia, mercato*. Bologna: Baskerville.

Baldini M., Balestrini N. (2005). *La parola nella galassia elettronica*. Roma: Armando Editore.

Beauvoir, S. (1994). *Il secondo sesso*. Milano: Il saggiatore.

Bennett, T. and Braham, P. (1977). *The media as definers of social reality*. Milton Keynes: Open University Press.

Berger P. and Luckmann, T. (1966). *La realtà come costruzione sociale*.

Brumberg E. (1986). *Save you money. Save your face*. New York: Perennial Library.

## C

Castells M. (2002). *La nascita della società in rete*. Milano: Università Bocconi Editore.

Clark A., Chalmers D.J. (1998). *The Extended Mind*. New York.

## D

Davies K., Dickey J., Stratford T. (1987). *Writings on women and the media*. Londra: The Women's Press

Della Porta D., Diani M. (2004). *Movimenti senza protesta?*. Bologna: Il Mulino.

Duby G., Perrot M. (2011). *Storia delle donne. Il Novecento*. Bari: Laterza.

Dumas A. (1872). *L'Homme-femme: réponse à Henri d'Ideville*. Parigi: Michel Levy frères.

**E**

Eco, U. (1979). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.

Edward Sapir - Benjamin Lee Whorf. (1956) *Linguaggio e Relatività*. A cura di Marco Carassai ed Enrico Crucianelli. Roma: Castelvecechi, 2017

**F**

Fairclough N., Wodak R. (1997) *Critical Discourse Analysis*. Londra: SAGE.

Finn E. (2018). *Che cosa vogliono gli algoritmi. L'immaginazione nell'era dei computer*. Torino: Giulio Einaudi Editore.

Firestone S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. New York: William Morrow and Company.

Forcina M. (2003). *Una cittadinanza di altro genere. Discorso su un'idea politica e la sua storia*. Milano: Franco Angeli.

Friedan B. (1964). *La mistica della femminilità*. Milano: Edizioni di Comunità.

Fuchs C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction*. London: SAGE.

**G**

Giomi E., Maraggia S. (2017). *Relazioni brutali. Genere e violenza nella cultura mediale*. Bologna: Il Mulino.

Golumbia D. (2009). *The cultural logic of computation*. Cambridge: Harvard University Press.

Gygax P., Gesto N. (2007). *Féminisation et lourdeur de texte*.

**H**

Hall S., Evans J., Nixon S. (2013). *Representation. Cultural representations and*

*signifying practices*. Londra: SAGE.

Hester, H. (2018). *Xenofeminism*. Cambridge: Polity Press.

Hooks B. (2000). *Feminism is for everybody: passionate politics*. New York: South End Press.

Hooks B. (2015). *Feminist theory: from margin to center*. New York: Routledge.

## I

Innis H. (1982). *Le tendenze della comunicazione*. Milano: Sugarco.

Irigaray L. (1990). *Etica della differenza sessuale*. Milano: Feltrinelli.

## J

Jenkins, H. (2014). *Cultura convergente*. Santarcangelo di Romagna: Maggioli.

Jørgensen M. W., Phillips L.J. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*.  
Londra: SAGE Publishing

## L

Laboria Cuboniks (2015). *The xenofeminism manifesto*.

## M

Machin D., Mayr A. (2012). *How to do Critical Discourse Analysis. A Multimodal Introduction*. Londra: SAGE.

McLuhan M., Fiore Q. (1967). *Il medium è il messaggio*. Milano: Feltrinelli.

Melucci A. (2000). *La società sorvegliata. Tecnologie di controllo della vita quotidiana*.  
Milano: Feltrinelli.

Michel Foucault. (1966) *Les Mots et les Choses. Une archéologie des sciences humaines*.

Paris: Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines ».

Millett K. (1971). *La politica del sesso*. Milano: Rizzoli.

Morcellini M., Fatelli G. (1994). *Le scienze della comunicazione. Modelli e percorsi disciplinari*. Roma: Carrocci.

## O

Ong W.J. (1986). *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*. Bologna: Il Mulino.

## P

Paccagnella, L. (2018). *Sociologia della comunicazione*. Bologna: il Mulino.

Pasquale F. (2015). *The Black Box Society. The secret algorithms that control money and information*. Cambridge: Harvard University Press.

## R

Restaino F., Cavarero A. (2002). *Le filosofie femministe*. Milano: Bruno Mondadori.

Rich A. (1985). *Eterosessualità obbligatoria ed esistenza lesbica*.

Richardson T. (1978). *Science, ideology and commonsense: on Antonio Gramsci and Althu*. Londra: Lawrence and Wishart.

## S

Saussure, F. and De Mauro, T. (2011). *Corso di linguistica generale*. Bari: Laterza.

Scott J. (1986). *Genere: un'utile categoria nell'analisi storica*.

Shannon, C. and Weaver, W. (1983). *La teoria matematica delle comunicazioni*. Milano: Etas libri.

Shepherd, Laura J. (2013). *Gender, violence and popular culture: telling stories*. New York: Routledge.

## T

Thompson J.B. (1990). *Ideology and modern culture*. Cambridge: Polity Press.

Touraine A. (2002). *Libertà, uguaglianza, diversità*. Milano: Il saggiatore.

## V

Van Leeuwen T. (2008). *Discourse and practice. New tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press.

## W

Watzlawick, P., Beavin, J.H., Jackson, D.D. (1967). *Pragmatica della comunicazione umana*. Roma: Astrolabio, 1971.

Wodak R., Meyer M. (2009). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Londra: SAGE Publishing.

Wollstonecraft M.(1992). *A vindication of the rights of Woman*. Londra: Penguin.

Wollstonecraft, M. and Cantarella, E. (2010). *Sui diritti delle donne*. Milano: RCS Quotidiani.

<http://feministing.com>

<http://www.ilgiornale.it/news/politica/time-sbaglia-copertina-persona-dellanno-caccia-streghe-1471439.html>

<http://www.laboriacuboniks.net/it/index.html#interrupt>

<http://www.msmagazine.com>

<http://www.ultimora.news/metoo-cosa-vuol-dire-moda-social-facebook>

<https://beyond-beauty.co/story/true-version-of-yourself/>

<https://cafebabel.com/it/article/scrittura-inclusiva-il-digitale-al-servizio-della-lingua-5ae00c10f723b35a145e836f/>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Me\\_Too\\_movement](https://en.wikipedia.org/wiki/Me_Too_movement)

<https://it.dplay.com/nove/fratelli-di-crozza/stagione-1-ep-17-maurizio-crozza-weinstein-asia-argento-e-le-molestie-in-italia/>

[https://it.wikipedia.org/wiki/Narrazione\\_transmediale](https://it.wikipedia.org/wiki/Narrazione_transmediale)

<https://magazinedelledonne.it/faq/50106-me-too-alyssa-milano-da-voce-alle-vittime-di-molestie-sessuali>

<https://thevision.com/attualita/manifesto-femminista/>

[https://www.corriere.it/cronache/17\\_novembre\\_12/fausto-brizzi-dimagrito-disperato-32ddf0d2-c70d-11e7-99d7-14600f2d5761.shtml?refresh\\_ce-cp](https://www.corriere.it/cronache/17_novembre_12/fausto-brizzi-dimagrito-disperato-32ddf0d2-c70d-11e7-99d7-14600f2d5761.shtml?refresh_ce-cp)

<https://www.foxlife.it/2017/10/09/harvey-weinstein-il-mogul-di-hollywood-accusato-di-molestie-sessuali-da-numerose-attrici/>

<https://www.globalproject.info/it/produzioni/linguaggio-e-genere-appunti-per-una-narrazione-inclusiva/20461>

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/10/18/asia-argento-cartabianca-vado-via-dallitalia-anni-di-visione-berlusconiana-hanno-portato-allumiliazione-della-donna/3920547/>

<https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/10/20/caso-weinstein-metoomani-dei-social/3926087/>

<https://www.ilfoglio.it/societa/2017/12/06/news/la-guerra-al-maschio-e-la-persona-dell-anno-167600/>

<https://www.internazionale.it/notizie/2017/03/08/manifesto-di-rivolta-femminile>

<https://www.internazionale.it/notizie/adrienne-lafrance/2016/10/07/siri-cortana-alexa-assistenti-digitali>

<https://www.internazionale.it/opinione/ida-dominijanni/2017/12/08/specchio-time-copertina-donne>

<https://www.lastampa.it/2017/10/14/italia/un-milione-di-lavoratrici-vittime-di-ricatti-sessuali-e71YiRgKqStxDagTwt5LmK/pagina.html>

<https://www.liberoquotidiano.it/news/opinioni/13264032/harvey-weinstein-renato-farina-scandalo-sessuale-hollywood.html>

<https://www.ninjamarketing.it/2017/11/16/weinstein-brizzi-social-media-molestie/>

[https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html?\\_r=0](https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html?_r=0)

[https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/17/news/metoo\\_la\\_campagna\\_che\\_squarcia\\_il\\_velo\\_sulle\\_molestie-178517375/](https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/17/news/metoo_la_campagna_che_squarcia_il_velo_sulle_molestie-178517375/)

<https://www.rsi.ch/cultura/idee/Lo-tsunami-metoo-9688366.html>

<https://www.valigiablu.it/molestie-sessuali-time-brignano/>

<https://www.vice.com/it/article/d3yaxv/il-problema-di-scrivere-me-too>

