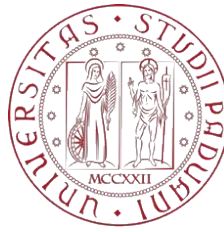


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, GIURIDICHE E  
STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in

SCIENZE POLITICHE, RELAZIONI INTERNAZIONALI,  
DIRITTI UMANI



COMUNICAZIONE POLITICA: MELONI E BOLDRINI  
SOTTO LALENTE DI INGRANDIMENTO DELLA  
STAMPA ITALIANA

*Relatore:* Prof: MARCO ALMAGISTI

*Laureando/a:* BENEDETTA CARTA  
*Matricola:* 1228226

A.A 2022/2023

DEDICA o frase

## **Indice**

### INTRODUZIONE

### 1 COMUNICAZIONE POLITICA E L'EVOLUZIONE DELLE CAMPAGNE ELETTORALI

1.1 Comunicazione politica: di cosa si tratta e quali sono i soggetti

1.2 Origini e fasi storiche

1.3 Campagne elettorali e consulenza politica

### 2 LEADERSHIP POLITICA FEMMINILE IN ITALIA

2.1 Leadership, leadership politica, leadership politica femminile

2.2 Gender gap in politica: di cosa si tratta e perché esiste

2.3 Donne che hanno fatto la storia della politica italiana

*Lina Merlin*

*Nilde Iotti*

*Tina Anselmi*

### 3 MELONI E BOLDRINI AGLI OCCHI DELLA STAMPA ITALIANA

3.1 Giorgia Meloni e Laura Boldrini: due politiche a confronto

3.2 Giornali e stereotipi di genere

3.3 Casi specifici: oggettività o ovvietà?

### CONCLUSIONI

### BIBLIOGRAFIA

## INTRODUZIONE

La tesi proposta si pone come obiettivo quello di approfondire come la stampa italiana metta in atto la comunicazione politica, come descrive e affronta la stesura dei titoli sulla leadership femminile, in questo caso, in Italia.

L'elaborato si concentra principalmente sull'attuale Presidente del Consiglio Giorgia Meloni e sull'ex Presidente della Camera Laura Boldrini: due donne appartenenti a due schieramenti politici opposti, che hanno avuto e rivestono un ruolo fondamentale all'interno della politica italiana, svolgendo il loro lavoro e tenendo come punti di riferimento problemi sociali diversi.

Partendo dalle origini della comunicazione politica, nel primo capitolo viene ripercorso il suo sviluppo storico attraverso le classificazioni emerse dagli studi compiuti, con le rispettive fasi che rispecchiano il corso degli anni, fino ad arrivare ad oggi e cosa hanno apportato. Interessante sarà comparare e allo stesso tempo mettere in risalto le differenze che emergeranno, figlie di cambiamenti inevitabili. Sicuramente, gli strumenti che venivano utilizzati cinquanta anni fa, non sono quelli più utili ad oggi, o meglio, potrebbero essere gli stessi, ma con un'evoluzione ben precisa.

In un secondo momento, ci si soffermerà ad approfondire in particolar modo l'evoluzione avvenuta delle campagne elettorali. Non solo, si scopre, inoltre, con il tempo, l'esigenza e la rivelazione di un vero e proprio ruolo attribuito ad una persona che possiede determinate competenze e conoscenze in più campi, il consulente politico.

Nel secondo capitolo si vuole mettere in risalto la leadership accennando alle caratteristiche necessarie per essere considerato leader e, allo stesso tempo, facendo dei cenni storici per comprendere effettivamente di cosa si stia parlando e come si è arrivati a poter parlare di questi concetti. Il passo successivo sarà approfondire, più specificamente, quella politica evidenziando l'aspetto di leadership politica femminile in Italia effettuando una riflessione su come la concezione della donna come leader è stata vista in passato e come viene vista ad oggi, a distanza di anni;

tutte le caratteristiche che la contraddistinguono e gli ostacoli, tutt'ora presenti, da superare per riuscire nell'impresa. Si scoprirà quanto le donne riscontrino molte più difficoltà, rispetto agli uomini, nell'essere considerate leader a tutti gli effetti e alla pari. Proprio per questo si tratterà anche del gender gap, di cosa significa, e dei dati che portano a certificare la sua esistenza. Nell'ultima parte di questo capitolo, si è ritenuto opportuno menzionare tre donne che hanno fatto la storia della politica italiana e alle quali, ad oggi, si devono alcune tra le leggi fondamentali per l'emancipazione femminile e il raggiungimento della piena parità di genere.

Infine, nel terzo capitolo verranno presentate le donne della politica italiana del presente, tali Giorgia Meloni e Laura Boldrini, con annesse caratteristiche che le hanno rese e le rendono tutt'ora, a loro modo, rilevanti.

Successivamente, lo scopo è quello di far emergere le differenze che risaltano dopo aver analizzato le tecniche adottate e il linguaggio utilizzato dai giornali nel descrivere le donne come protagoniste di un articolo e insieme all'analisi dei dati, si scoprirà l'esistenza di molteplici stereotipi di genere e cosa si vuole intendere quando si parla di sessismo sui giornali. Giunti alla fine del capitolo, si provvederà ad analizzare due casi specifici di articoli di giornale aventi come soggetto: uno Giorgia Meloni e l'altro Laura Boldrini, con delle differenze. Curioso sarà scoprire come viene descritto un medesimo fatto da più giornali che appartengono a schieramenti politici opposti. Lo scopo è comprendere come l'orientamento politico e il sesso dell'individuo influisca nella comunicazione messa in atto dai giornali.

## COMUNICAZIONE POLITICA: MELONI E BOLDRINI SOTTO LALENTE DI INGRANDIMENTO DELLA STAMPA ITALIANA

### 1. COMUNICAZIONE POLITICA E L'EVOLUZIONE DELLE CAMPAGNE ELETTORALI

#### 1.1 Comunicazione politica: di cosa si tratta e quali sono i soggetti

La comunicazione è un'attività umana considerata così banale e comune che si dà quasi per scontato. Il termine *comunicazione* può avere più accezioni: è sinonimo di trasmissione, divulgazione e diffusione di informazioni. Per comunicare con qualcuno si intende relazionarsi con un individuo, intrattenere una conversazione, esprimere il proprio pensiero all'altro e viceversa, comunicazione reciproca: scambio di informazioni. Infine, se analizziamo questa parola nella sua etimologia scopriamo che deriva da *com-munis* che in latino vuol dire condivisione, comune e a sua volta la parte della parola *munis* e significa obbligo.

La comunicazione è importante per la costruzione della personalità, dell'identità e serve per capire cosa fare. Come affermato dal sociologo Pizzorno è importante avere un'identità, ovvero sapere chi siamo per avere una scala di valori e conoscere i nostri interessi. In politica se non si ha un'identità e non si sa chi si è, non si sarà mai capaci di comunicare dove si vuole andare e cosa si vuol fare, il risultato è la comunicazione che crea solo confusione. Così come la società esiste perché formata da persone che comunicano e si mandano messaggi tra di loro, esiste anche la comunicazione politica per il medesimo motivo; interessante sarà approfondire origini e maggiori caratteristiche che la contraddistinguono.

Si può pensare che la comunicazione politica debba per forza essere ritenuta tale quando viene messa in atto un'esplicita campagna elettorale da un leader, e in parte lo è. Quello che non tutti sanno però è che può essere considerata in egual modo anche quando il leader utilizza come mezzo per comunicare una banale diretta su una piattaforma come Facebook o Instagram dove argomenta *vita, morte e miracoli*

del suo partito; allo stesso modo il capo del governo che si rivolge alla nazione o il parlamentare che discute in aula. Con i vari cambiamenti ed evoluzioni nel tempo si è arrivati a considerare comunicazione politica anche quando i politici intervengono e discutono nei talk show televisivi (Mazzoleni, 2021).

Altro esempio di comunicazione politica sono i cittadini che partecipano attivamente alla vita politica, tifando il loro beniamino, scendendo in prima linea per protestare contro qualcosa che va contro i loro valori e principi, o di cui non sono d'accordo, che mettono like o decidono di condividere un post per sostenere qualcosa in cui credono.

L'obiettivo che accomuna tutte queste attività è proprio quello di affermare la propria posizione, raccogliere consensi e, nel caso dei politici, informare il popolo sul motivo per il quale vengono prese determinate decisioni (Ibidem).

«Comunicazione politica è un fenomeno di rilevanza sociale che caratterizza il passaggio dall'eterna competizione per il potere alle regole imposte dalla modernità, in un contesto di libertà e democrazia. Comunicazione politica applicata diversa dalla disciplina di studio e di ricerca» (Mazzoleni, 2021, p.22).

Come già anticipato, i soggetti che rientrano a far parte di questo meccanismo che porta ad una comunicazione politica sono i cosiddetti attori: politici, media e cittadini. Ma come interagiscono tra loro?

Innanzitutto, per attori politici si intende il vero e proprio sistema politico, il quale al suo interno comprende l'insieme delle istituzioni politiche e non solo. Le prime, come già lo fa intuire la parola istituzione, tra loro mettono in atto un tipo di comunicazione istituzionale dove quest'ultima è espressione delle istituzioni. La seconda componente invece è quella non istituzionale che si compone dei partiti, leader, gruppi di pressione che si relazionano attraverso una comunicazione politico partitica: considerata come «il prodotto della libertà di manifestazione del pensiero, di associazione e di competizione per la rappresentanza e la difesa degli interessi» (Mazzoleni, 2021, p.30). Oltre alla componente politica, si parla di sistema dei media ovvero di tutti i mezzi comunicativi che *mediano* e distribuiscono

informazioni come la televisione, la radio, la stampa, il cinema e la musica registrata.

Cambiamenti importanti si possono dedurre dalle piccole cose. In primis i giornali si sono adattati al cambiamento avvenuto grazie all'avanzamento della tecnologia e quindi ai passi in avanti fatti fino ad oggi. Se prima per potersi aggiornare e leggere un articolo di giornale bisognava necessariamente andare a comprarlo in edicola in quanto veniva solamente stampato, oggi con una semplice ricerca in internet si può trovare tutto quello che si desidera, ci si ritrova immersi in un mondo dove si è bombardati dalle notizie costantemente aggiornate del proprio paese, ma non solo: tutto questo è possibile grazie all'evoluzione che c'è stata del mondo online. Per non parlare delle molteplici piattaforme utilizzate ad oggi per poter ascoltare la radio, la musica, e altrettante che fanno concorrenza alla televisione per quanto riguarda la visione dei programmi e quindi talk show dove prendono parte anche i politici (Mazzoleni, 2021).

L'obiettivo è quello di poter catturare l'attenzione pubblica a livello globale, cosa che prima di tutto questo era impossibile fare. Infatti, con l'introduzione e successivo utilizzo smisurato dei social network i politici sono i primi ad usufruirne e sfruttarne l'occasione.

Possiamo dunque riassumere tutto questo dicendo che oggi ciò che vengono chiamati media sono i social network, le piattaforme e le applicazioni mobili che hanno lo scopo di mediare la produzione, il consumo dei contenuti, ma soprattutto producono dati.

Come ci propongono un sociologo politico spagnolo naturalizzato statunitense e un ricercatore di comunicazione politica britannico, tali Manuel Castells e Andrew Chadwick, i quali hanno rispettivamente apportato una loro riflessione su questo argomento, questo grande sistema dei media si può definire auto-comunicazione di massa e sistema ibrido (Mazzoleni, 2021).

Autocomunicazione di massa ha un duplice significato: come dice la parola stessa la differenza sta nella produzione che in questo caso è autogenerata, la destinazione



dei messaggi autodiretta e la ricerca di specifici messaggi nel web è auto selezionata; di massa per la sua capacità di raggiungere un vasto pubblico globale. Chadwick con il termine *ibrido* associato al sistema, invece, fa notare come con i cambiamenti avvenuti i media siano diventati parte integrante del sistema della politica, come per esempio una qualsiasi notizia possa influire sul lavoro politico, arrivando questi ad essere oggetto di controllo di misure legislative e amministrative al fine di regolamentarne le attività nella società (Ibidem).

Ultimo attore, ma non per importanza, si tratta del cittadino-elettore. I cittadini sono il demos, il popolo: coloro che possono far sentire la propria voce creando gruppi e associazioni all'interno di una comunità politica nazionale. Diventano opinione pubblica nel momento in cui rispondono ai sondaggi mentre durante il periodo delle elezioni ne diventano parte fondamentale, l'elettorato che andrà a votare e quindi eleggere. Viene considerato il *producer* con duplice funzione in quanto produttore di contenuti politici e allo stesso tempo fruitore. (Mazzoleni, 2021) Questo vasto mondo dei cittadini comuni, singoli o organizzati in gruppi informali sono coloro che fanno attività politica, andando a votare, scendendo in piazza per una protesta o tifando il proprio politico preferito, mettendo like ad un post, condividendo un meme irridente. Inoltre, è un complesso ecosistema in cui individui, istituzioni, tecnologie, culture e pratiche interagiscono introducendo le risorse per la conquista o per l'esercizio del potere (Ibidem).

## 1.2 Origini e fasi storiche

Per comprendere meglio le origini storiche di questa pratica comunicativa avente come soggetti sistema politico, mass media e cittadini, si risale al periodo dell'Antica Grecia con la nascita della filosofia greca, la quale prese in considerazione come soggetto di riflessione il potere, l'autorità e la democrazia. Nonostante non utilizzassero il termine *comunicazione* si può affermare con esattezza che i primi a parlarne come un vero e proprio problema sono stati Platone ed Aristotele, per la prima volta nel mondo Occidentale. In questo caso si trattava di comunicazione tra gli stessi membri e tra i vari stati sociali che componevano la polis. L'obiettivo era il medesimo del quale si parla ad oggi trattando la

comunicazione politica: effetto del discorso persuasivo sui cittadini. Si può dunque sottolineare che ciò che precedeva quella che ad oggi viene considerata come comunicazione politica è proprio l'arte della retorica, dialettica e sofistica, che al tempo era l'arte della persuasione, attività insegnata nelle scuole; la più significativa praticata nelle polis. Grazie ad essa, i cittadini potevano fare politica scontrandosi, discutendo, imponendo la propria posizione, ma allo stesso tempo collaborando (Mazzoleni, 2021).

Risalgono invece al periodo romano le testimonianze sulle prime forme di tecniche di comunicazione delle campagne elettorali: scritte, graffiti elettorali, prime forme di manifesti e slogan il cui obiettivo era di far votare un candidato piuttosto che un altro. Si diffuse per la prima volta la figura del candidato: pretendente che durante la campagna elettorale si vestiva con una toga bianca come segno di riconoscimento. Iniziarono a diffondersi e svolgersi anche i primi comizi, dove c'era un oratore e il popolo che lo ascoltava mentre esponeva le proprie posizioni. Si passa dunque dalla lettera del fratello di Cicerone indirizzata a quest'ultimo, contenente le cosiddette tecniche di marketing utilizzate al tempo, alla democrazia elettorale con la nascita dell'impero, che ha resistito per ben diciotto secoli.

Esempi celebri di comunicazione politica, dove regnava la manipolazione, utilizzati nel corso della storia sono molteplici. Uno dei più rilevanti è il saggio critico *Il Principe* di Niccolò Machiavelli nel quale proprio quest'ultimo consiglia ai potenti di tenere sotto controllo la cultura e l'informazione, considerata merce preziosa per soli privilegiati (Ibidem).

Con l'inizio della Rivoluzione francese, e successivamente americana, si conclude questo periodo e si apre il periodo delle Gazzette, dove a regnare stavolta è il cosiddetto *giornalismo libero*.

Inoltre, nel diciannovesimo secolo la democrazia di massa, nonostante le costanti difficoltà che ritrovava nel consolidarsi, riesce a stabilirsi grazie alle *libere elezioni* (Ibidem).

Successivamente a ciò, vengono messe in atto le prime campagne elettorali che insieme ai rituali comunicativi, gli scontri fra i partiti nei parlamenti d'Europa, il

sorgere di grandi leader politici e la creazione di nuove testate giornalistiche, segnano la nascita della moderna comunicazione politica, in altre parole, prodotto dell'evoluzione del processo di democratizzazione e di comunicazione (Ibidem).

Accennando brevemente alla storia della comunicazione politica negli Stati Uniti si può ben vedere come gli vengano riconosciuti dei meriti per aver contribuito tra i primi allo sviluppo della comunicazione stessa; questo grazie alla notevole stabilità delle istituzioni democratiche, all'ampia libertà che nasce dal sistema di informazione e comunicazione. Da qui, dunque, ha origine la dialettica tra potere politico e potere dei media che ha rappresentato un vero e proprio ideale e punto di riferimento per i paesi nei quali stava nascendo la democrazia. Sicuramente ciò che ha fatto la differenza è la modernizzazione di questo paese, caratterizzato al tempo da un connubio di pubblicità, marketing, informazione, sondaggi d'opinione, nel gioco della politica e nelle campagne elettorali, in confronto all'arretratezza del vecchio continente caratterizzato dal fascismo e dallo stalinismo (Ibidem).

Giunti al XX secolo, rilevante per le numerose scoperte che hanno contribuito al processo di trasformazione, in particolar modo grazie ai mezzi di comunicazione di massa quali cinema, radio si può iniziare a parlare in senso pieno di comunicazione politica. Negli anni Cinquanta e Sessanta inizia a diffondersi la televisione, la quale ha contribuito al rapido sviluppo della comunicazione politica che a sua volta ha influenzato in modo palese i modelli di relazione tra sistemi dei media e sistemi della politica dei paesi democratici del mondo occidentale. Da questi anni in poi il teorico americano della comunicazione Blumler e l'analista politico britannico Kavanagh hanno individuato tre grandi fasi, e successivamente una quarta, che caratterizzano l'evoluzione della comunicazione politica grazie alle trasformazioni avvenute in tre quarti di secolo (Ibidem).

La prima fase parte dal periodo del dopoguerra fino agli anni Cinquanta anni in cui la comunicazione politica era subordinata a un sistema di istituzioni e di fedi politiche molto salde e i partiti svolgevano azioni di trasmissione tra sistema politico e cittadini. In questo periodo i leader utilizzavano messaggi politici senza

attribuire particolare importanza alle tecniche e alle immagini, i cittadini dal canto loro rispondevano con una certa adesione e appartenenza. Questi ultimi erano di base meno interessati alla politica e quando arrivava il momento di votare tendevano a far riferimento all'identificazioni di gruppo in quanto la maggior parte non era capace di comprendere a pieno i temi dell'agenda politica (Ibidem).

La seconda fase, che va dagli anni Sessanta agli anni Ottanta, è quella in cui aumenta sempre di più l'utilizzo di quello che a tutti gli effetti è uno dei mezzi che più fa la differenza nello sviluppo della comunicazione politica: la televisione. L'utilizzo di essa, dà la possibilità a tutti i leader politici di apparire al pubblico generale e catturarne l'attenzione; una delle caratteristiche della televisione è la persuasione, la quale rende possibile raggiungere vecchi elettorati che si sottraevano alla comunicazione dei partiti; l'informazione televisiva insieme ai suoi formati e al linguaggio hanno effetto sui tempi della politica, linguaggi e modi di presentazione. Grazie a tutto ciò avviene il cambio di prospettive: si passa da quelle ispirate alle ideologie a quelle di una comunicazione più attenta ai vari climi di opinione. Inoltre, i candidati prima di esprimere il proprio pensiero iniziano a farsi aiutare da esperti per verificarne l'efficacia comunicativa (Ibidem).

Per quanto riguarda la terza fase, che comprende il periodo che va dagli anni Novanta agli anni Duemila, si può affermare che la sua maggior caratteristica è l'abbondanza di mezzi di comunicazione e gli effetti che comportano. Oltre alla televisione, diventata già nella seconda fase uno strumento decisivo per la campagna elettorale dei leader politici, vengono utilizzati in maniera rilevante internet e le attività possibili grazie ad esso. A proposito di ciò, Blumler e Kavanagh parlano di un mutamento della comunicazione politica. Innanzitutto, diventa ormai all'ordine del giorno per i politici richiedere l'aiuto dei professionisti per comunicare a rischio zero con i media. La seconda novità è che in questi anni si ha un notevole aumento della competizione tra contenuti di media e informazione politica a causa della vasta scelta di canali proposta e che a sua volta produce altrettanti programmi con finalità di intrattenimento. I giornali in primis iniziano a trattare di altri argomenti oltre alla politica, a causa della commercializzazione dei

sistemi di comunicazione che comporta l'introduzione della comunicazione politica all'interno dei talk show, cronaca rosa, tabloid. Viene messo in atto il populismo, la politica che viene fatta con l'obiettivo di conformarsi alle mode e gusti del momento. Come altra conseguenza si parla di comunicazione centrifuga: i politici cercano di rivolgersi e indirizzare i propri messaggi ad una determinata fascia di pubblico. Infine, grazie all'abbondanza di media, i cittadini hanno la possibilità di aggiornarsi sui messaggi dei politici online, in televisione e non più solo attraverso tradizionali mezzi di comunicazione (Ibidem).

Con la quarta fase, recentemente aggiunta dagli studiosi, si intensifica la comunicazione centrifuga, anche a causa della nascita di nuovi movimenti di protesta chiamati think tanks che costituiscono un vero e proprio nuovo attore della comunicazione politica.

Come tutti sappiamo il ventunesimo secolo è caratterizzato principalmente dall'avvento dei social network, di conseguenza anche i politici ne usufruiscono e ciò comporta una trasformazione della comunicazione interpersonale che passa dall'essere molto ristretta a diventare globale, comportando anche effetti collaterali quali la maggior concentrazione nella gestione multidimensionale da parte di essi. Come altro effetto collaterale si parla ad oggi di polarizzazione della politica ovvero una maggiore focalizzazione in una determinata direzione della politica rispetto ad un'altra. Dunque, possiamo dedurre che in quest'ultima fase l'introduzione dei social network abbia apportato effetti sia positivi che negativi. È doveroso sottolineare il cambiamento di modello avvenuto dal secondo dopoguerra ad oggi: dal modello verticale *top down* dove i politici grazie ai media comunicano con i cittadini, al modello orizzontale *bottom up*, i cittadini prendono parte attivamente senza nessun tipo di mediazione per far sì che ciò accada (Ibidem).

Prima di passare all'approfondimento dell'evoluzione storica delle campagne elettorali, trattandosi di comunicazione politica non si può non concentrarsi sul concetto di sfera pubblica. Protagonisti di questo scenario politico sono la filosofa tedesca Hanna Arendt e il teorico sociale tedesco Habermas i quali hanno elaborato rispettivamente due propri modelli la cui fonte di ispirazione risale alla Antica

Grecia e classica. Per spazio pubblico della Arendt e sfera pubblica borghese di Habermas si intende «modelli che vedono nel pubblico dei cittadini il depositario delle strutture e dei processi della democrazia, del controllo e della gestione del potere, della rappresentanza della volontà popolare, della discussione e dell'opinione pubblica, della pubblicità» (Mazzoleni, 2021, p.26).

I primi luoghi di condivisione, chiamati appunto spazio pubblico, risalgono proprio alle polis greche e ai mercati della Grecia antica, che qualche secolo dopo vengono sostituiti dai caffè, salotti e circoli, con lo stesso fine. In questi luoghi i cittadini si ritrovano per scambio di parole, opinioni, di idee. Proprio da qui nasce il mercato delle idee, un concetto angloamericano di stampo liberale successivamente elaborato: il cittadino grazie all'evoluzione degli strumenti possibili a disposizione per informarsi si costruisce delle idee proprie con lo scopo di partecipare attivamente alla vita politica. Con l'introduzione dei mass media e social media c'è stata una sostituzione e perdita di valore dal punto di vista della discussione e scambio di opinioni in quanto questi danno la possibilità di farlo senza dover per forza recarsi nei salotti, caffè, stampa.

### 1.3 Campagne elettorali e consulenza politica

Il fenomeno delle campagne elettorali, ad oggi diventata ordinaria amministrazione all'interno dell'ambito politico, ha preso vita negli Stati Uniti negli anni Settanta per poi essere diffuso nel resto dei paesi dove a dominare era la democrazia. «Le campagne elettorali rappresentano un momento simbolico forte, in grado di rafforzare i valori su cui si regge il processo democratico» (Mazzoleni, 2021, p. 170). Infatti, le campagne cosiddette permanenti prendono vita con lo scopo di ricercare e ottenere il consenso del popolo e dell'opinione pubblica in ogni momento della carica politica; comincia il giorno dopo dell'inizio delle elezioni e termina il giorno che precede le nuove votazioni. Anno dopo anno la campagna elettorale si è trasformata grazie soprattutto all'introduzione dei nuovi mezzi di comunicazione e dei media. A questo proposito, oltre alla riclassificazione storica di Blumler e Kavanagh precedentemente spiegata, troviamo altre classificazioni che riguardano l'evoluzione delle campagne elettorali. Lo studioso Norris classifica le

campagne elettorali e le distingue in premoderne, moderne e post-moderne. Quelle premoderne consistevano in forme dirette di interazione tra candidati ed elettori a livello locale, si parlava dunque ancora di identificazione e adesione dei partiti. Le campagne moderne si diffusero dagli anni Sessanta agli anni Ottanta caratterizzati dall'introduzione e particolare utilizzo della televisione che diventa lo scenario principale per i dibattiti politici e non solo, tra un programma e l'altro venivano mandati in onda spot pubblicitari nei quali potevi ritrovare il tuo leader politico preferito che si esponeva nella sua campagna elettorale. Giunti ad oggi possiamo parlare di campagne elettorali post-moderne nel quale sono state professionalizzate tutti i tipi di attività che vengono seguite dagli esperti.

Una terza classificazione è stata effettuata dagli studiosi Plasser e Plasser, i quali sostanzialmente approfondiscono la classificazione di Norris (Mazzoleni, 2021).

L'evoluzione e continua trasformazione delle campagne elettorali post-moderne hanno favorito la creazione di nuove figure professionali chiamate consulenti politici ossia degli esperti che affiancano i leader politici utilizzando strumenti ben specifici nel settore: il profiling per identificare l'elettore, microtargeting per raggiungerlo, storytelling per sedurlo e convincerlo (Cacciotto, 2019; Mazzoleni, 2021).

Così come la politica in generale, anche la consulenza politica è un fenomeno senza tempo, antico in quanto la sua origine risale ai tempi di Quinto Tullio Cicerone e Niccolò Machiavelli i cui testi trattavano proprio di quella che ad oggi viene chiamata *consulenza politica*.

Con l'introduzione dei media ed in particolar modo della televisione si ha una trasformazione nel tempo dalla figura antica a quella moderna, e ancora, grazie alla tecnologia e ai social network ad oggi ulteriori cambiamenti sono in atto. Una descrizione precisa di questa figura moderna, arriva proprio dal pioniere per eccellenza Joe Napolitan: il consulente politico è colui che, come indica la parola stessa, viene consultato durante le tre fasi di cui si compone la campagna elettorale: Il politico innanzitutto ha bisogno dell'aiuto di questa figura all'inizio per decidere insieme il messaggio che vuole far arrivare ai propri elettori, fase chiamata

definizione del messaggio, successivamente sceglierà i mezzi adatti e più efficaci per fare ciò. Ultimo step della campagna elettorale è quello di comunicare grazie ai mezzi scelti il messaggio più preciso e coerente con i propri principi e ideali. Proprio per questo motivo l'importante figura del consulente politico dev'essere, ed è, un esperto cosiddetto *multitasking*: specializzato in scienza politica, sociologia, marketing e psicologia sociale deve intendersi di istituzioni, strutture, procedure e persone. Gli studiosi hanno classificato queste figure in tre categorie come Dennis Johnson, in particolare, ha classificato questi ruoli sia dal punto di vista del ruolo svolto, sia dal punto di vista della classificazione temporale (Ibidem).

Un leader politico che chiede consulenza per mettere in atto un'efficace campagna elettorale si trova ad interfacciarsi con gli strategist, specialists, vendors. Gli strategist sono un'agenzia che si occupa di consulenza strategica e assistenza in qualsiasi momento richiesta dai politici e che si occupa dell'elaborazione del messaggio, il quale viene poi comunicato agli elettori. Differente è il ruolo degli specialist e dei vendors, importanti più dal punto di vista pratico in quanto sono coloro che si occupano di fornire servizi e prodotti utili alla campagna elettorale. Più specificamente il ruolo degli specialists è quello di fornire servizi quali aiuto durante la stesura dei discorsi, per organizzare raccolte fondi, analisi dei big data e molto importanti anche per la ricerca e approfondimento dell'avversario politico, per concentrarsi sui punti più deboli sui quali poterlo cogliere alla sprovvista ottenendo e ricavandone quindi un vantaggio da sfruttare in seguito (Cacciotto, 2019; Mazzoleni, 2021).

Nonostante il consulente politico si pensa sia stato e sia tutt'ora a tutti gli effetti un aiuto positivo per i politici per rendere più efficace e produttiva la propria campagna elettorale, nel corso degli anni proprio quest'ultimo è stato oggetto di discussione da parte di alcuni studiosi. C'è chi lo considerava una figura negativa che ha causato danneggiamenti alle campagne elettorali, ed anche alla democrazia americana in quanto era molto dispendioso e dava priorità all'immagine piuttosto che alla sostanza arrivando addirittura ad additarli come dei veri e propri mercenari (Cacciotto, 2019; Mazzoleni, 2021).



Ad oggi però, è appurato che il consulente politico sia una figura positiva che affianca il politico durante la campagna elettorale con l'obiettivo di migliorarla grazie alle competenze che possiede acquisite grazie all'esperienza che riguardano le attività politiche.

Dal punto di vista storico si parla di evoluzione negli anni dovuta a numerosi fattori che hanno portato alla classica suddivisione nelle solite tre fasi. Dagli anni Trenta agli anni Cinquanta le prime figure esperte nel settore, già approfondite sopra, erano i pionieri che si occupavano di relazioni pubbliche. Uno dei pionieri, lo statunitense Edward Bernays oltre che fondatore delle relazioni pubbliche, nel suo testo trattò dell'opportunità che si ha quando si riesce ad ottenere consenso dall'opinione pubblica. Sempre negli Stati Uniti, nel 1933, nasce la prima società di consulenza politica.

Con l'introduzione del mezzo che ha segnato la svolta negli anni Cinquanta, la televisione, si nota un cambiamento dal punto di vista della comunicazione dei messaggi destinati agli elettori in quanto grazie al nuovo mezzo la campagna elettorale si fondava sugli spot televisivi dei politici e sugli slogan: frasi brevi ad effetto utilizzate per colpire e catturare l'attenzione del cittadino elettore. Anche in Italia, qualche anno successivo, avviene questa modernizzazione della campagna elettorale, oltre alla diffusione degli spot pubblicitari, nascono trasmissioni televisive grazie alle quali, per la prima volta, vengono mostrati i volti dei leader dei partiti oppositori; contemporaneamente nascono i campaign managers, «professionisti che passavano da una campagna all'altra e che erano scelti dal candidato» (Cacciotto, 2019, p. 20).

La seconda fase, che parte subito dopo, dunque, dagli anni Sessanta e termina con gli anni Ottanta, è considerata il periodo in cui i Paesi si trovano a dover fronteggiare questo cambiamento e innovazione tecnologica sempre più dominante e allo stesso modo la perdita di altri strumenti che venivano utilizzati precedentemente. Di conseguenza questo è anche il periodo per eccellenza di espansione, crescita e aumento della richiesta di aiuto da parte dei presidenti nei

confronti dei consulenti politici a causa della complessità di questi nuovi mezzi di comunicazione.

Secondo la classificazione di D. Johnson le fasi sono tre, in realtà però più avanti scopriremo che è stata introdotta una quarta fase. Quindi, la terza ed ultima fase secondo la classica suddivisione, va dagli anni Novanta fino al primo decennio del Ventunesimo secolo, dove si concretizza la trasformazione della professione avvenuta grazie all'evoluzione nella tecnologia e nel sociale, considerata il punto cruciale per il passaggio dallo spin alla fast politics (Cacciotto, 2019).

In questa terza era si colloca sicuramente come protagonista durante le campagne elettorali, e non solo, la televisione che viene successivamente affiancata dal crescente uso della rete. Per quanto riguarda le fasi che compongono la campagna elettorale inoltre viene sempre più applicato il metodo di microtargeting: passaggio dai messaggi indirizzati ad una vasta categoria di persone ad una vera e propria segmentazione ossia ricerca accurata di quelli che possono essere i target adatti.

Come esempio lampante che descrive a pieno il cambiamento avvenuto in questa fase, prendiamo in considerazione la campagna elettorale del presidente statunitense Bill Clinton del 1992 e 1996 il quale si è affiancato di consulenti globali precedentemente chiamati strategists e rinominati *media stars* che seguivano i politici durante le campagne in tutti i continenti. Questa nuova figura di consulenti mette in evidenza come l'utilizzo degli strumenti cosiddetti antichi unito all'uso della televisione e poi della rete, sia la soluzione più efficace per rendere vincente una campagna elettorale.

Sempre negli anni Novanta nasce una delle figure portanti nella comunicazione politica e in particolar modo nel fenomeno delle campagne elettorali: lo spin doctor. Coniato nel 1984 se si analizza questo termine si scopre che *spin* significa colpo ad effetto e *doctor* esperto. Come dice la parola stessa essa rappresenta la categoria di esperti in comunicazione politica che fungono da portavoce, consulente d'immagine, sondaggista, social media manager ed allo stesso tempo si occupa della percezione degli elettori e delle notizie dei giornali che vanno ad incidere, positivamente o negativamente, sul risultato finale considerandosi infine un esperto di strategie elettorali (Ibidem).

L'aumento di utilizzo della rete come mezzo da sfruttare per le campagne elettorali svolte avviene nei primi anni del Duemila: intorno al 2008 inizia a diffondersi un nuovo portale web come YouTube che si rivela molto valido in quanto dà la possibilità ai cittadini di poter cercare video, scaricarli e condividerli in ogni momento, anche per chiarirsi meglio le idee; dal punto di vista dei politici invece, aumenta loro la possibilità di ottenere sempre di più maggior visibilità (Ibidem).

Ricapitolando, se da questa terza fase risulta tutto più tecnologico grazie agli innumerevoli passi in avanti compiuti, possiamo tranquillamente affermare che la quarta fase esista per il medesimo motivo. La campagna elettorale messa in atto per la rielezione del presidente statunitense Barack Obama nel 2012 si pensa segni l'inizio di questa quarta ed ultima fase, tutt'ora in atto.

Fase caratterizzata dall'introduzione di un nuovo approccio alla gestione e organizzazione delle campagne influenzate particolarmente dai media digitali e dai big data tanto da mettere in luce e parlare di una cosiddetta triade strategica: microtargeting, social media e big data. In poche parole, come già era stato detto nella terza fase, la possibilità di utilizzare più strumenti diversi insieme conduce ad ottenere un risultato vincente. Allo stesso modo risulta efficace l'uso degli smartphone e tablet che portano ad avvantaggiare chi li sa utilizzare meglio sfruttandoli per la propria campagna elettorale, per analizzare dati e focalizzarsi su quali possano essere gli elettori maggiormente influenzabili per poi andare a sviluppare i messaggi più adatti (Cacciotto, 2019; Mazzoleni, 2021).

## 2. LEADERSHIP POLITICA FEMMINILE IN ITALIA

Dopo aver trattato e ripercorso la storia della comunicazione politica e in un secondo momento delle campagne elettorali, prima di poter affrontare il tema principale dell'elaborato ossia come vengono descritte nei giornali due delle donne in politica più importanti in Italia, è necessario dedicare un capitolo a ciò che

effettivamente vuol dire leadership femminile politica. Prima ancora di fare ciò partiamo dagli albori della leadership e di quella politica generale.

## 2.1 Leadership, leadership politica, leadership politica femminile

Al giorno d'oggi si sente parlare spesso di leadership così come della parola leader, sia in ambito lavorativo come, per esempio, all'interno di una attività, una azienda e sicuramente in ambito politico, considerando la leadership politica prevalentemente maschile rispetto a quella femminile. Ma andiamo per gradi.

Innanzitutto, il termine *leadership* deriva dal termine inglese *to lead* che significa guidare, dirigere. Leader è la persona che ha il compito di guidare un gruppo il quale, come è stato precedentemente accennato, può considerarsi come un gruppo qualsiasi, e soprattutto, uno schieramento politico o culturale di cui si è responsabili.

Un dibattito che esiste tutt'ora riguarda il concetto di leader: da una parte c'è chi ha affermato che le caratteristiche per essere considerato come tale fossero presenti dalla nascita e dall'altra c'è chi afferma ad oggi che per diventare un leader bisogna imparare, acquisire le competenze e conoscenze adatte e che in poche parole *leader non si nasce, ma si diventa*.

Uno dei primi fautori della corrente di pensiero secondo cui leader si nasce, è stato proprio il sociologo tedesco Max Weber, il quale ha proposto e sviluppato la nozione di *autorità carismatica*, facente parte di un pensiero più elaborato nel quale classifica le autorità dal punto di vista della burocrazia, insieme a quella razionale-legale e quella tradizionale. Secondo Weber, dunque, un individuo dotato di carisma viene considerato un'entità soprannaturale, dotato di poteri sovrumani ed è una qualità che non viene attribuita alle persone normali, bensì ad individui speciali considerati leader (De Blasio et al., 2012; Regalia, 2012).

Un punto cruciale della tesi proposta da Weber, e qualche anno più tardi riproposto, è il rapporto che si viene a creare tra il leader e i suoi seguaci: egli ritiene che il capo possa essere considerato legittimo, non tanto perché seguito dai propri

seguaci, ma perché sono proprio quest'ultimi a decidere di fidarsi, in maniera assolutamente autonoma, di lui. (De Blasio et al, 2012)

Gli autori degli anni successivi hanno rielaborato il pensiero secondo cui il capo, leader è un individuo che non gode di nessun privilegio, ma che lo diventa a seguito di un lavoro costituito da esperienza e che si può imparare attraverso diverse circostanze. Negli anni Ottanta a seguito di alcuni studi sono state individuate delle caratteristiche richieste ai leader per considerarsi come tale: un grande leader principalmente deve essere dotato di *carisma* e deve essere in grado di creare delle strategie e farle proprie. Allo stesso modo per rendere migliore e più produttivo il rapporto con i propri seguaci deve l'ispirare loro rispetto e dare fiducia, in particolar modo attribuendo responsabilità che lo confermino. Un'altra importante caratteristica è *l'ispirazione*, vista con una percezione diversa da quella precedente, intesa come la capacità di motivare il proprio gruppo di lavoro, con lo scopo di migliorare giorno dopo giorno, aspirando e raggiungendo sempre di più gli obiettivi prefissati, puntando in alto, utilizzando il giusto comportamento e approccio e quando serve mettendosi in gioco in tutto e per tutto. (De Blasio et al., 2012)

Per quanto concerne la leadership politica femminile in Italia ripercorriamo delle fasi storiche per capire il ruolo che hanno rivestito le donne nelle istituzioni politiche italiane nel corso del tempo e come ci sono arrivate.

Si è sempre pensato nella storia e si è sempre considerata la donna come un essere inferiore all'uomo, che possedeva delle doti morali ed intellettuali inferiori e ciò ha portato ad escluderla da vari settori della vita sociale e politica, vedendola solamente come un essere vivente con il dovere di essere moglie e madre e non potersi dedicare a nessun altro interesse. Anche secondo la religione, la donna veniva ritenuta incapace di esprimere una propria idea razionale che avesse un senso compiuto, oltre che incapace di potersi interessare agli affari pubblici. Proprio per tutti questi motivi la donna, a differenza dell'uomo, ha dovuto combattere per ottenere il diritto di voto, e ancor di più per riuscire a rivestire un ruolo nella politica (Falchi, 2021).

I primi movimenti di emancipazione femminile in Italia risalgono al periodo del Rinascimento, intorno al XIII secolo, quando alcune scrittrici italiane tali Christine de Pizan, Moderata Fonte e Lucrezia Marinella in prima linea, iniziarono a sviluppare dei propri pensieri circa l'uguaglianza di genere e il voler migliorare le proprie condizioni sociali ([L'analisi] Ecco la storia delle donne in politica, dal diritto di voto al successo di Meloni).

Qualche secolo più tardi, durante il periodo del risorgimento Anna Maria Mozzoni, giornalista, attivista italiana e pioniera di uno dei più importanti movimenti femminili che portò poi quasi mezzo secolo dopo all'emancipazione femminile in ambito di diritti civili e politici, attraverso la pubblicazione di alcuni libri trattava e criticava proprio la visione della donna, analizzandola sotto differenti aspetti (Falchi, 2021).

Da lì in poi, passarono circa 50 anni prima di raggiungere un traguardo storico per il cambiamento della visione della donna e quindi dei suoi diritti, in questo caso civili e politici. Grazie al decreto legislativo n.74 del 10 marzo 1946 approvato dalla Consulta Nazionale, il 23 febbraio 1946 venne attribuito e ufficializzato, per la prima volta, il diritto di voto alle donne e il diritto di essere elette. (Wikipedia)

Ci fu così una svolta, la visione della donna stava iniziando a cambiare, non venivano più viste solo come madri e mogli che dovevano sottostare ai poteri e alle decisioni dei propri mariti e degli uomini, e poterono finalmente iniziare a mettersi in gioco anche loro partecipando attivamente all'attività politica come vere cittadine, e non più solamente doversi adattare ed essere *spettatrici fuori campo*.

A livello mondiale, un evento storico che ha segnato un passo importante verso la parità di genere è stato la IV Conferenza mondiale sulle donne convocata dalle Nazioni Unite e tenutasi a Beijing nel 1995, in Cina che ha portato alla *cancellazione di tutte le forme di discriminazione contro le donne* e inoltre rappresenta, tutt'ora, il principale testo che vincola giuridicamente i diritti delle donne. Veniva affermato ufficialmente che «i diritti delle donne sono diritti umani» (Aidos). Le parole che più spiccano da questa conferenza e che sono entrate a far parte del dibattito

femminista e, successivamente, dei governi, sono: *punto di vista di genere*, *empowerment*, *mainstreaming* (Ibidem).

Questi tre concetti, emblema di questa Conferenza, vogliono significare e dimostrare quanto sia fondamentale trattare in politica, come tematica, le pari opportunità e la reale e differente condizione di vita delle donne e degli uomini; allo stesso modo con il termine *empowerment* viene riconosciuto a tutti gli effetti il potere delle donne in termini di promozioni, decisioni in società e non solo, ma anche poter migliorare le proprie abilità, conoscenze e metterle in campo in ambito lavorativo, economico, politico. Infine, con il termine *mainstreaming* si prende in considerazione e si sottolinea l'importanza che assume il punto di vista di una donna intesa come genere, che dà la possibilità di apportare il proprio parere personale e la propria idea, differente da quella dell'uomo ([https://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServeFile.php/f/master0809/01\\_donne\\_tesi.pdf](https://www.unite.it/UniTE/Engine/RAServeFile.php/f/master0809/01_donne_tesi.pdf)).

## 2.2 Gender gap in politica: di cosa si tratta e perché esiste

La questione del *gender gap*, termine inglese che significa divario di genere, in questo caso in ambito politico, tratta delle evidenti differenze e disuguaglianze che sussistono tra uomini e donne.

Tenendo conto delle disparità di genere nell'ambito politico, economico, dell'istruzione e della salute secondo l'analisi annuale del World Economic forum sul Global gender, risalente ad un documento ufficiale pubblicato dalla Camera dei deputati, effettuato nel 2021, l'Italia si trova al 63esimo posto su 156 paesi. Nel settore della politica si colloca al quarantunesimo posto (<https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2020/01/09/donne-politica-rilevanza/>).

Questo ci porta ad affermare che, nonostante i passi in avanti compiuti dalle pioniere e seguaci dei movimenti di emancipazione nel corso della storia italiana,

ancora ad oggi per le donne non sia così semplice, diversamente dagli uomini, raggiungere posizioni di leadership in politica.

Basti pensare che in Italia, paese che conta circa 60 milioni di persone, le donne rappresentano più della metà della popolazione e occupano solamente un terzo delle cariche politiche nazionali.

Analizzando i dati, dal 2013 si è verificata un'inversione di tendenza circa la presenza femminile nel Parlamento italiano, passando da una soglia storica al di sotto del 30% ossia 19,5 per cento dei parlamentari eletti, al 30,1. Dato consolidatosi e migliorato con le elezioni del 2018 quando circa il 35 per cento, pari a 334 donne sono state elette in Parlamento. Miglioramento dovuto alla prima applicazione della legge elettorale n.165/17 che promuove la tutela della parità di genere (Ibidem).

Prendendo in considerazione i dati degli ultimi 25 anni, senza ombra di dubbio si denota un cambiamento, ma ancora non basta per parlare a tutti gli effetti di parità di genere.

Facendo un passo indietro, apprendiamo che nel 1993 sono state introdotte, a livello locale e nazionale, le prime quote di genere, ad oggi comunemente chiamate anche quote rosa: una percentuale minima di donne presenti nelle liste elettorali.

Gli approcci adottati ad oggi per migliorare questi dati sono molteplici: uno tra questi è la possibilità dei partiti di aggiungere quote rosa, volontarie e non obbligatorie, ma che in Italia molto spesso non vengono utilizzate.

In questi ultimi anni, però, la politologa inglese Rainbow Murray ha introdotto il problema secondo la chiave di lettura dell'eccessiva rappresentanza maschile, trasformando le quote di genere, usate fino ad ora per favorire la rappresentanza femminile, in vere e proprie limitazioni per la rappresentanza maschile (Ibidem).

Nonostante sia stato superato lo stereotipo di genere secondo cui la donna non poteva occuparsi di altri interessi che non fossero figli e marito, rimane comunque il fatto che di donne come leader se ne vedano poche e se ne parli poco. Molto



spesso «le donne sono giudicate come leader potenzialmente meno efficienti, e in molte situazioni sono loro richiesti livelli di prestazioni superiori a quelli degli uomini» (Stevens, 2007, 172).

«Le donne ai vertici della politica hanno, rispetto ai colleghi maschi, un'estrazione sociale più alta e hanno occupato posti più prestigiosi nella loro carriera professionale. In molti paesi essere titolari di una posizione elettiva è prerequisito per la nomina a cariche governative e questo limita la possibilità della categoria di donne che vincono le elezioni» (Ibidem).

Trattando del problema di genere e delle proprie radici si può risalire agli anni Novanta, quando il sociologo francese Pierre Bourdieu, nel suo libro "Il dominio maschile" aveva analizzato i motivi che stanno alla base del dominio maschile, facente parte della rappresentanza di genere, approfondendone la strutturazione dello spazio, organizzazione del tempo, oltre che in ambito lavorativo, anche in quello politico. Ne emerge una visione naturale implicita "nell'ordine delle cose" che comporta una duplice visione della rappresentanza: esiste dunque una rappresentanza, esempio quella generale e politica, che viene considerata vera; d'altra parte, esiste una rappresentanza considerata "falsa" ossia un sostituto di quella vera (De Blasio et al., 2012).

Nonostante il ruolo della donna nell'istituzione politica non sia il soggetto cardine della sua opera, la sua riflessione verte sul ruolo che assume nel matrimonio, famiglia e società, e la conseguenza è che vengano inevitabilmente sottorappresentate. Uno dei tanti, ma tra i più importanti, pregiudizi è l'immagine della donna leader che emerge dalla diversa attribuzione di competenze che le è stata associata rispetto all'uomo, retorica secondo cui alla donna vengono affidate le cosiddette responsabilità di cura così da far emergere una donna più emotiva e delicata, rispetto all'uomo considerato, quasi sempre, più deciso e razionale. Secondo questo ragionamento e per l'immagine considerata, difficilmente le saranno affidate questioni prettamente maschili, come la politica di difesa, sicurezza, politica estera e anche scelte economiche (Ibidem).

Un effetto che viene ritenuto propriamente un ostacolo per la risoluzione degli stereotipi di genere in campo politico è il *double bind*, tradotto in doppio vincolo, che si potrebbe riassumere in una sola frase: troppo femminile e allo stesso tempo non troppo maschile.

In poche parole, si innesca un meccanismo secondo il quale la donna, per poter essere considerata il più possibile “al pari” con gli uomini, cerca di far emergere il suo cosiddetto lato maschile, che talvolta la porta ad essere considerata aggressiva. Proprio per quest’ultimo motivo, secondo questo effetto le donne dovrebbero preservare, mostrare e mantenere le proprie caratteristiche femminili che però le svantaggerebbero nel caso in cui le venissero attribuite responsabilità che richiedono un certo tipo di approccio. Dunque, si è giunti alla conclusione secondo cui la donna, per riuscire a mantenere stabile una propria leadership politica, dovrebbe cercare di crearsene una personale e propria, che allo stesso modo, proprio per questo effetto, potrebbe rivelarsi controproducente (Ibidem).

Un altro elemento di ostacolo che si trova a dover fronteggiare la donna che aspira a una posizione importante in politica, e non solo, è la sua vita privata. In questo caso, spesso, si ritiene che la donna leader finirebbe per spostare la sua concentrazione e ridurre il suo tempo da dedicare ai cosiddetti obblighi domestici; una conseguenza è la visione dei media e la descrizione che le verrà attribuita. Infatti, le donne si sentono in dovere di rappresentare sempre di più dei modelli maschili per poter mantenere una leadership in quanto si fanno influenzare dai media arrivando a pensare loro stesse in primis, che altrimenti non ce la potrebbero fare (Ibidem).

### 2.3 Donne che hanno fatto la storia della politica italiana

Al fine di analizzare nel capitolo successivo, il ruolo e la posizione in carica delle donne del presente della politica italiana tali Giorgia Meloni e Laura Boldrini, ritengo opportuno fare un breve cenno storico sulle donne che, invece, vengono ricordate per aver costituito la storia passata della politica italiana.

Sono parecchie le donne che sicuramente vanno ricordate nel corso della storia per aver apportato il proprio contributo per poter migliorare, modernizzare la politica in Italia, sempre secondo i valori e principi che al tempo sussistevano e che probabilmente ad oggi vengono considerati come anormali. Tra coloro che sono frequentemente menzionate e ricordate, spiccano i nomi di Lina Merlin, Nilde Iotti e infine Tina Anselmi.

### *Lina Merlin*

«Coei che ha imparato a dire no per dire si, costruire qualcosa di diverso è stato un grande patrimonio» (Doc in Tour Rassegna Documentari in Emilia-Romagna, 2009).

Questa frase può essere quella che più caratterizza il percorso nella storia della politica italiana effettuato dalla prima donna italiana importante che va ricordata e viene considerata come un simbolo per il suo contributo nella Resistenza, nell'affermazione di alcuni diritti fondamentali per le donne e, non solo, anche per i più deboli, divenendo emblema della buona politica in Italia.

La Senatrice Angelina Merlin, successivamente soprannominata Lina, nasce in provincia di Padova; infatti, viene considerato anche un orgoglio patavino oltre che italiano.

Sono molti i titoli che le vengono attribuiti «la costituente che liberò le donne» (Mezzalana, 2021), «una minuta gigantessa politica» (Cortelazzo, 2018).

Nel 1919 si tessera al Partito socialista italiano (PSI), il suo scopo era quello di battersi per la creazione di una sezione che avesse come oggetto di diritti e tutela, la donna; contemporaneamente si impegnò nell'attività pubblicitaria, scrivendo per il settimanale padovano *L'eco dei Lavoratori* e, di notevole importanza, dedicandosi alla stesura di articoli che avessero come oggetto la condizione delle donne, il diritto di voto, il lavoro e, infine, un problema a cui diede particolare importanza, e successivamente capiremo perché: la prostituzione (Sircana, 2009).

Donna dal carattere molto forte, autorevole e consapevole di sé, Lina Merlin vanta una rilevante ed immemorabile esperienza politica, che inizia nel 1946 quando viene eletta nell'Assemblea costituente (Fondazione Nilde Iotti, 2022).

A lei si deve un cambiamento importante che riguarda l'art.3 della Costituzione. Infatti, Merlin, è stata la prima donna a richiedere che venisse inserito esplicitamente il riferimento al sesso e considerarlo, dunque, una causa di possibile discriminazione e un reale ostacolo per il principio di uguaglianza (Ibidem).

Come affermato dalla ex Presidente del Senato Elisabetta Alberti Casellati durante un discorso tenutosi a Palazzo Madama di cui si parlerà in un successivo momento, questo passo in avanti viene ritenuto “la pietra angolare” delle politiche di parità.

L'obiettivo di Merlin è sempre stato quello di modificare, nel possibile, la visione della donna e di conseguenza migliorare a tutti gli effetti la questione femminile ponendola al centro come titolare di diritti quali salute, istruzione, lavoro.

La nomina “Madre della Repubblica” che le è stata attribuita non è per nulla casuale: era sempre pronta a mettere al primo posto i suoi ideali difendendoli concretamente, nonostante sapesse a cosa sarebbe andata incontro. Infatti, negli anni antecedenti al suo impegno all'Assemblea costituente, nel 1926, periodo in cui in Italia dominava il fascismo, ci furono anche dei risvolti negativi nella sua vita: Merlin si rifiutò di prestare giuramento al fascismo e ciò le costò un periodo di confino in Sardegna (Senato Italiano, 2021).

Prima donna a essere eletta nel Senato della Repubblica nel 1948, qualche anno dopo, la senatrice ha portato vari ordini del giorno. Come affermato precedentemente, si occupò in prima linea dei diritti sociali delle donne e non solo: oggetto dei suoi ordini del giorno sono stati la tutela delle donne incinte in carcere, disposizioni previdenziali in favore dei braccianti e in particolare, grazie a lei, veniva abolita la norma secondo cui una donna sposata non potesse lavorare, la cosiddetta clausola del nubilato (Fondazione Nilde Iotti, 2022).

Il suo contributo e successo più importante, però, è la legge che esiste ancora oggi e porta il suo nome, tale Legge Merlin emanata per l'abolizione delle case chiuse e

che si opponeva allo sfruttamento della prostituzione da parte dello Stato (Cortelazzo, 2018).

Straordinariamente, l'11 maggio 2021 a palazzo Madama, sede del Senato, le è stato dedicato un busto bronzeo, scolpito dal padovano Ettore Greco, collocato all'ingresso dell'aula parlamentare, luogo dove si è resa «protagonista di tante battaglie politiche ed istituzionali, per cambiare il ruolo delle donne nella società e per la giustizia sociale» e momento in cui è stata ricordata e celebrata.

(Senato Italiano, 2021)

Di recente, è stata ricordata pubblicamente anche nel discorso pronunciato dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella per la cerimonia della Festa della Repubblica, il 2 giugno del 2021, il quale trattando il tema della condizione femminile definisce Lina Merlin come *pioniera della dignità femminile*. (Ibidem)

### *Nilde Iotti*

Quando si vogliono ricordare le donne che costituiscono la storia della politica in Italia sicuramente non si può non menzionare colei che è stata la prima donna ad essere eletta come Presidente della Camera dei deputati.

Nilde Iotti, all'anagrafe Leonilde, è stata una donna che grazie al suo coraggio è riuscita a “rompere le regole”. Nata negli anni '20 a Reggio Emilia, cresciuta in una famiglia in condizioni povere, ha comunque avuto il privilegio di poter studiare e addirittura laurearsi, realtà che a quel tempo non era una possibilità per tutti.

Iotti è stata, inoltre, una donna che si è sempre battuta per le donne, così come Lina Merlin; ha partecipato, durante il periodo della Resistenza, a dei gruppi cosiddetti clandestini denominati “gruppi di difesa della donna”. Prese parte all'attività politica nel periodo in cui saliva al potere del partito comunista Togliatti<sup>1</sup>, il quale

---

<sup>1</sup> Politico, giornalista ed economista; ex Vicepresidente del consiglio dei ministri della Repubblica Italiana

diventa uno dei personaggi più potenti della politica italiana. L'attività di Iotti alla tutela e difesa di diritti delle donne prosegue nel Dopoguerra nel quale, in realtà, si ha una svolta proprio grazie al comando Togliatti: nonostante si continuasse a pensare che le donne fossero condannate ad essere considerate madri e mogli, è la prima volta che qualcuno inizia a pensare che la collaborazione tra donne e uomini potesse portare solamente a qualcosa di nient'altro che positivo (Barbero, 2021).

Il 21 agosto del '45 Iotti scrive il primo articolo per la rivista *Noi donne* ossia un giornale creato apposta per la difesa dei diritti delle donne, da un'organizzazione vicina al partito comunista composta da donne che esplicitamente domandavano di essere «riconosciute alla pari con gli uomini per essere spiritualmente e materialmente libere» (Ibidem).

Politicamente parlando, si inizia a passare dalle parole ai fatti quando nella primavera del '46, momento storico in cui si tenevano le elezioni amministrative per il consiglio comunale a Reggio Emilia, il partito comunista inizia a voler introdurre più donne al consiglio comunale, tra cui Iotti, alla quale viene chiesto di parlare pubblicamente in una piazza di sole donne appartenenti a qualsiasi partito, ed anche non partecipi in politica: ciò avvenne l'8 marzo, il giorno della festa della donna (Ibidem).

L'apice della sua importanza nella politica Iotti lo raggiunge quando viene eletta all'Assemblea Costituente, aderendo al partito comunista e diventando una dei 75 componenti, di cui 5 donne, le quali hanno contribuito alla stesura della Costituzione. Il contributo della deputata Iotti è stato rilevante principalmente per la stesura di un testo che implicasse libertà e uguaglianza senza delle "trappole" vale a dire senza riferimenti a casi particolari che facessero decadere il senso pieno del principio di uguaglianza e libertà. Questo perché il pensiero maggiormente diffuso e comune a quel tempo era che ai vertici servisse una capacità di ragionamento astratto e che dunque fossero più portati gli uomini. Allo stesso tempo le donne erano convinte di non doversi porre dei limiti e che quindi avrebbero dovuto avere la possibilità di accedere ai maggiori livelli della

magistratura e non dover perennemente essere considerate inferiori e incapaci di sostenere e valorizzare un ruolo così importante (Ibidem).

Prima di passare all'ultima carica non per importanza, ottenuta da Iotti a livello di politica, è doveroso ricordare e sottolineare una parte del suo privato che ha inevitabilmente avuto delle ripercussioni nella sua partecipazione.

Nilde Iotti e Palmiro Togliatti si innamorarono e ciò suscitò grande scalpore principalmente perché quest'ultimo in realtà era già sposato, altro motivo era la notevole differenza di età e come ultima questione, si trattava di una relazione tra due collaboratori (Ibidem).

Solo successivamente alla morte di Togliatti, Nilde Iotti è potuta diventare uno dei dirigenti del partito e continuare la sua battaglia a favore delle donne, per valorizzare la famiglia, per migliorare le leggi che riguardavano il divorzio e per portare al centro dei problemi le leggi concernenti l'aborto, tanto da essere poi chiamata a ricoprire, come preannunciato all'inizio del paragrafo, il ruolo di prima donna eletta come Presidente della Camera dei deputati nella storia della politica italiana: per 13 anni consecutivi, dal 1979 al 1992, nonché la donna rimasta deputata ininterrottamente dalla prima alla tredicesima legislatura (Ibidem).

Solamente la malattia causata da un tumore impose a Nilde Iotti, nel '99, di dimettersi dalla camera e dal suo ruolo di difensore dei diritti delle donne con annessa attività politica e sociale (Ibidem).

### *Tina Anselmi*

Termine che più le si addice "partigiana della democrazia", Tina Anselmi ha dedicato la sua vita alla democrazia ed è considerata la terza donna tra le tante che si sono battute *con le unghie e con i denti* per la difesa dei diritti delle donne, emancipazione femminile: a cui oggi si devono tutti i diritti per i quali si può affermare che esista, forse quasi, una parità di genere (TVL, 2021).

Autorevolezza, coraggio, determinazione, volontà di cambiare il futuro che poteva sembrare già scritto: sono molteplici le doti attribuite per il quale si può dire fermamente che la accomunino a Lina Merlin e Nilde Iotti, e che allo stesso tempo la contraddistinguano (Ibidem).

Ha ricevuto numerosi incarichi: Anselmi è stata la prima donna in Italia ad essere eletta come ministro nel 1976, inizialmente del Lavoro e della Previdenza Sociale dove ha introdotto l'estensione alla parificazione dei sessi alla reversibilità delle pensioni di vecchiaia ed invalidità; successivamente ha ricoperto il ruolo di ministro della Sanità.

Nel 1977 è stata tra i primi firmatari della legge italiana che prevedeva uno spiraglio verso la parità salariale e di trattamento nei luoghi di lavoro, con l'obiettivo di abolire le discriminazioni di genere.

Proprio lei in prima persona, nel rispondere a diverse interviste si soffermò sull'importanza che aveva al tempo, come ad oggi, il lavoro dei giovani e delle donne che, però, in quegli anni facevano parte della maggioranza che costituiva il lavoro a nero. Per quanto riguarda il lavoro compiuto quale ministro della sanità, a lei si deve l'impronta rispetto al principio della laicità; infatti, firma nel 1978 la legge 194 che prevede, ancora oggi, l'interruzione di gravidanza (Prima Repubblica, 2021).

Sempre a difesa delle donne, Anselmi è stata tra le prime a parlare di assegni familiari destinati non più solo alle donne, bensì anche agli uomini; inizia a diffondersi il pensiero secondo cui entrambi dovevano essere partecipi alla vita familiare e dovevano prendersi cura dei figli (Ibidem).

Grazie al suo impegno nella liberazione del fascismo, nell'opera di ricostruzione politica e sociale italiana, per i preziosi risultati ottenuti in termini di diritti e leggi, per aver ricordato il ruolo della donna nella politica e nella società attraverso il suo esempio e il suo lavoro svolto e «perché scegliere una donna al Quirinale è forte segnale di apertura e cambiamento» (Romeo, 2021), nel corso degli anni Anselmi è stata presa in considerazione per diventare Presidente della Repubblica, anche se non lo è mai diventata.



Nel 2009 riceve il premio Articolo 3 per il 2008, riconoscimento per aver dedicato la sua vita al servizio della libertà, dei valori quali uguaglianza sanciti dall'art.3 della Costituzione (Ibidem).

«*La Tina vagante*, così soprannominata da alcuni compagni di partito per la sua indipendenza e imprevedibilità, Tina Anselmi è una delle tante donne che hanno cambiato, con fatica e determinazione, la storia del nostro Paese» (Ibidem).

### 3. MELONI E BOLDRINI AGLI OCCHI DELLA STAMPA ITALIANA

Giunti al terzo capitolo, nonché ultimo, è tempo di analizzare in primis il ruolo che coprono effettivamente Giorgia Meloni e Laura Boldrini, andando a comprendere, dunque, l'importanza che hanno nella politica italiana; in secondo luogo, come preannunciato, lo scopo di questo elaborato è analizzare come vengono descritte queste due donne dalla stampa italiana, quali differenze sussistono e per quale motivo ciò avviene.

#### 3.1 Giorgia Meloni e Laura Boldrini: due politiche a confronto

«Io sono Giorgia, sono una donna, sono una madre, sono italiana, sono cristiana» (Meloni, 2019).

Così Giorgia Meloni può tranquillamente essere presentata, con le parole, diventate successivamente virali, che hanno suscitato scalpore durante il comizio tenutosi il 20 ottobre 2010 a San Giovanni nel quale ha affermato la sua posizione ferma e ben precisa.

Giorgia Meloni è la prima donna nella storia italiana eletta come Presidente del Consiglio.

Facendo un passo indietro, a quando nei capitoli precedenti è stato affrontato inizialmente l'evoluzione, ma soprattutto l'efficacia delle campagne elettorali, possiamo andare ad analizzare quanto avvenuto nel suo caso.

Meloni si è contraddistinta per la sua determinazione, il suo coraggio, il suo carattere forte dovuto in particolar modo a delle difficoltà superate in passato, ma che ad oggi possono ritenersi parte del suo successo (Fanpage, 2022).

Nata a Roma, precisamente nel quartiere Garbatella di cui lei stessa parla come un luogo forte e che l'ha segnata, come durante un'intervista dove ha affermato «abitare in un determinato luogo fa imparare come stare al mondo», Meloni inizia la sua attività politica nel 1992, aderendo all'organizzazione giovanile del movimento sociale italiano, Fronte della Gioventù. In quel periodo l'Italia non stava affrontando un periodo semplice, tutt'altro, era scoppiato il caso Tangentopoli<sup>2</sup>, e per di più c'era appena stato l'attentato che aveva portato alla morte di Falcone e Borsellino<sup>3</sup> (Ibidem).

Successivamente a questo periodo di partecipazione, Meloni nel 1995 diventa coordinatrice nazionale dell'Azione Studentesca<sup>4</sup>, ex Fronte della Gioventù; tre anni più tardi, nel 1998 viene chiamata a ricoprire il ruolo di Consigliere della provincia di Roma fino al 2002 (Ibidem).

Nel 2006 Meloni entra a far parte delle liste di Alleanza Nazionale<sup>5</sup> per poi arrivare a diventare anche vicepresidente della Camera: all'età di 29 anni detiene il primato di donna più giovane ad essere eletta come parlamentare nella XV legislatura (Ibidem).

---

<sup>2</sup> Termine utilizzato dal 1992 per definire un sistema diffuso di corruzione politica

<sup>3</sup> Giovanni Falcone e Paolo Borsellino sono stati due magistrati palermitani uccisi nell'attentato per mano di Cosa Nostra

<sup>4</sup> Movimento italiano di quegli anni che viene associato all'estrema destra

<sup>5</sup> Partito di destra fondato nel 1994

Dopo altri due anni torna a ricoprire il ruolo di ministra della gioventù nel governo Berlusconi e nello stesso anno si ha la fine del partito di cui lei faceva parte ossia Alleanza nazionale.

Nel 2011 cade il governo e subentra Mario Monti<sup>6</sup> che viene sostenuto da Berlusconi e ciò porta la Meloni ad allontanarsi dal suo partito, per poi ritornarci. Il 21 dicembre 2012 Meloni, insieme a Ignazio La Russa e Guido Crosetto, fonda il partito Fratelli d'Italia, il quale si contraddistingue per il suo nome che ha un chiaro riferimento alle prime parole con cui inizia l'inno italiano; come il simbolo che porta nel logo, una fiamma tricolore richiamo dell'ormai defunto movimento sociale italiano. (Fanpage, 2022)

L'escalation di questo partito è molto singolare: sempre rimasto all'opposizione, nel 2013 conta solo il 2% di voti e nel 2018 il 4%. Solamente con le elezioni avvenute a settembre del 2022 raggiunge il 26% e Giorgia Meloni si aggiudica il primato di prima donna eletta come Presidente del Consiglio (Ibidem).

Coerentemente con il suo pensiero nazionalista, analizzando le tecniche adottate da Meloni nelle campagne elettorali, spicca alla vista come abbia optato per una campagna diversa da quelle utilizzate fino ad ora: lo scopo era quello di puntare soprattutto sull'orgoglio italiano, azione efficace per un paese che veniva da un periodo di crisi dovuto alla pandemia da cui è stata attraversata, dal punto vista internazionale e crisi dal punto di vista economica causata soprattutto da un aumento esponenziale del costo delle materie prime (Cosenza, 2022).

Si può dunque affermare che gran parte della sua vittoria Meloni la deve alla sua campagna elettorale considerata da molti come vincente, pensata; è stata definita come colei che ha "comunicato meglio", utilizzando un linguaggio coerente, dove l'obiettivo era pesare era ogni singola parola, usando toni definiti moderati e cercando di non sminuire gli altri partiti, talvolta difficile da mettere in atto;

---

<sup>6</sup> Attuale Senatore a vita, ex Presidente del Consiglio dal 2011 al 2013

valorizzando i punti di forza, differente da quanto era stato fatto dalla destra fino a quel momento (Ibidem).

Così come, messo già in atto da Barack Obama nella sua campagna elettorale, proprio questa si ritiene sia stata la cosiddetta carta vincente: l'orgoglio del proprio Paese, in questo caso, orgoglio di essere italiani ha letteralmente conquistato una grande parte della popolazione (Ibidem).

Meloni, durante un comizio tenutosi a Milano circa dieci giorni prima del giorno delle elezioni, ha rafforzato il suo pensiero e ha voluto paragonare il suo rapporto con la Nazione ad una madre che si prende cura di un figlio affermando testualmente «Questa Nazione ha bisogno di essere governata con amore. Con lo stesso sentimento con cui si cresce un figlio.»

Nonostante si possa pensare, e probabilmente sia da scontato, che una donna al potere possa ritenersi una vittoria per le donne, in questo caso è tutt'ora in atto un dibattito. Proprio un articolo dell'Avvenire riguardante la premier viene intitolato «Femminile ma non femminista».

Di fatto, Giorgia Meloni impersona la leader femminile e non femminista per svariati motivi: si dice ostile alle quote rosa in quanto ritiene che le donne debbano essere valorizzate con ruoli di rango più alto, in questo caso, per le loro potenzialità e non per una obbligatoria rappresentanza femminile nelle liste elettorali e quindi perché lo “si debba” fare. Allo stesso modo, Meloni, a differenza delle politiche che hanno fatto la storia come Iotti e Anselmi, che nei loro anni di attività hanno preferito non mostrare la propria femminilità, non nasconde la sua femminilità tanto da ironizzare su di essa anche attraverso contenuti e video pubblicati su una piattaforma prettamente utilizzata dai giovani quale Tik tok, operazione effettuata anche, forse soprattutto, con l'intento di riuscire a captare l'attenzione di un target più giovane.

«Porta per la prima volta il femminile al vertice del potere della Repubblica, ma senza il bagaglio del femminismo, vale a dire l'elaborazione della libertà delle

donne per cambiare l'assetto della società» (Mariani, 2022). Punto di vista che non per forza dev'essere considerato negativo, perché rispecchia l'idea comune a tante donne, le quali considerano il femminismo come un esame da superare, un bagaglio ingombrante.

«In un mondo in cui tutti puntano a diventare qualcuno, la sfida che ho imposto alla mia vita è riuscire a rimanere me stessa, costi quel che costi» una frase celebre contenuta nel suo libro autobiografico scritto e che vuole significare il suo modus operandi che l'ha portata a diventare la prima donna Presidente del consiglio.

Un'altra figura importante, allo stesso tempo antagonista di Meloni, diventata terza Presidente della Camera donna, dopo Iotti e Pivetti, è proprio l'attuale deputata Laura Boldrini.

Boldrini è stata per un lungo periodo funzionaria dell'ONU fino al 2013, quando decide di mettere da parte la sua carriera internazionale per entrare nella politica italiana, precisamente viene eletta come deputata con Sinistra ecologia libertà, e dare il suo contributo secondo i suoi ideali ben precisi; scelta, come da lei affermato, di responsabilità perché se si vuole cambiare le cose bisogna agire e non lamentarsi. Il 16 marzo 2013 viene chiamata a ricoprire la carica di Presidente della Camera dei deputati, terza donna dopo Iotti e Pivetti<sup>7</sup>(Wikipedia).

Principalmente si è sempre occupata, come in ambito internazionale, delle immigrazioni e, successivamente, delle crisi umanitarie, della convivenza civile, dei diritti con cui si sarebbe dovuta scontrare l'Italia, problemi reali a tutti gli effetti. Contrariamente a quanto affermato precedentemente sull'attuale Presidente del Consiglio, la quale non fa dei diritti delle donne il suo problema principale, Boldrini si è battuta, e lo fa tutt'ora, affrontando il tema delle disuguaglianze di genere, della poca presenza delle donne nella vita sociale, economica e politica.

Proprio in uno dei suoi tanti comizi effettuati ha ricordato la situazione in Italia che concerne le donne nel lavoro, definendola come un'emergenza occupazionale.

---

<sup>7</sup> Politica italiana che ha ricoperto il ruolo di Presidente della Camera dei deputati dal 1994

Secondo alcuni dati risalenti al 2020, meno del 50% delle donne avevano accesso al lavoro in confronto alla media europea del 62%; sempre in riferimento ai diritti della donna ha affrontato l'argomento del gender pay gap e delle molestie sul posto di lavoro (Partito Democratico, 2020).

Inoltre, tra le numerose azioni concrete effettuate, si ricorda quando il 25 novembre 2017, giornata mondiale contro la violenza sulle donne, lei stessa ha convocato circa 1400 donne per presenziare all'evento, da lei organizzato, "In quanto donna", che ha avuto luogo nell'aula della Camera, il cui scopo era dare voce a coloro che sono vittime di violenza, o che lo sono state e ne sono uscite a testa alta (Wikipedia).

Ancora, ha introdotto il linguaggio di genere negli atti e nei lavori della camera, ed è fondatrice del gruppo delle deputate per le Donne, i Diritti e la Pari opportunità; ha creato uno spazio dove poter onorare le prime donne delle istituzioni intitolato "Sala delle donne" (Ibidem).

Con la fine della sua carica come Presidente della Camera, avvenuta nel 2018 nello stesso anno viene eletta nel partito in Liberi e Uguali dove svolge la sua attività fino all'anno successivo, in cui abbandona il partito ed entra a far parte, da indipendente, nel Partito democratico, dove continua a svolgere la propria attività come fatto fino a quel momento (Ibidem).

In conclusione, si può ben notare il divario presente tra queste due donne tali Giorgia Meloni e Laura Boldrini che rivestono, la prima, ed hanno rivestito una carica importante ma che hanno dato priorità diverse ai problemi sociali.

Un ulteriore dibattito si è aperto in seguito alla decisione presa da entrambe le politiche di essere definite in maniera totalmente opposta: quando Boldrini è stata eletta come presidente della Camera dei deputati ha esplicitamente richiesto di utilizzare come titolo la presidente, usufruendo della forma femminile, presente, grazie al processo storico di emancipazione femminile effettuato dalle donne politiche che l'hanno preceduta; Meloni, invece, ad oggi firma gli atti come il presidente, preferendo, dunque, la forma tradizionale maschile. Secondo l'Accademia della Crusca entrambe le scelte vengono ritenute legittime; le due

politiche hanno effettuato questa scelta coerentemente con la loro visione che concerne il femminismo (Skytg24, 2022).

Sempre a proposito di questo fenomeno, anche la visione da parte loro della donna è diversa: mentre per la Boldrini era, e lo è tutt'ora, fondamentale mettere al centro dei problemi la parità di genere, diritti delle donne oltre che alla transizione ecologica, diritto del lavoro e ulteriori diritti che non per forza devono riguardare la donna, secondo Meloni, la donna viene considerata più come colei che fa figli e a quel punto riesce ad ottenere sussidi ed esenzioni da tasse: una visione certamente più tradizionalista della società e della famiglia (Fanpage, 2022).

### 3.2 Giornali e stereotipi di genere

Quelli che ad oggi comunemente chiamiamo giornali non sono altro che una forma più evoluta rispetto a quando durante il periodo della Preistoria, per esempio, gli uomini annotavano gli eventi memorabili in costruzioni megalitiche, e ancora, gli egiziani che utilizzavano muri delle cattedrali e obelischi per scolpire i cosiddetti giornali (Capek, 1999).

«I giornali servono a comunicare fatti nuovi, ma anche già accaduti e noti. “quasi ogni cosa attuale è perpetua» (Capek, 1999, p.7).

In seguito ad un confronto avvenuto tra due esperti nel settore, sono emerse alcune tra le ragioni più valide e plausibili per cui si è iniziato a diffondere l'uso di questi strumenti. Più specificamente, i giornali moderni italiani sono nati circa 130 anni fa per ragioni politiche in quanto era il mezzo più utilizzato per poter esprimere il proprio pensiero, usufruendo della bramata libertà di pensiero, e successivamente di stampa; il Corriere, per esempio, nasce come concorrenza di un giornale di sinistra, e allo stesso modo il Messaggero nasce per fare concorrenza ad un giornale di destra (Agostini, 2003). Dunque, la politica parrebbe essere il motivo principale, tanto da essere onnipresente.

Secondo un'iniziativa che ha preso vita a ridosso della Conferenza di Pechino del 1995, il progetto Global Media Monitoring Project (Gmmp) con lo scopo di rilevare la presenza di donne e uomini come soggetti protagonisti di una notizia, è stato dimostrato che si è lontani dagli obiettivi condivisi su scala internazionale da 20 anni circa (Azzalini, 2016).

Esistono aspetti problematici relativi al gender mainstreaming nel mondo dell'informazione, in Italia a fare notizia sono soprattutto gli uomini, sia nei vecchi che nei nuovi media. La presenza femminile è aumentata del 7% del 1995 al 21% del 2015, anche l'Italia rimane al di sotto della media europea del 25% e di quella globale del 24%. Nel 2016 si poteva dunque affermare che, probabilmente, per raggiungere una vera e propria rappresentanza femminile paritaria, sarebbero dovuti passati circa quarant'anni. Principalmente, le donne diventano marginali in particolar modo nelle hard news, notizie concernenti politica ed economia. Questo perché, di fatto, la politica, secondo una grande parte di persone, presenta una connotazione maschile; in Italia, sempre secondo ai dati che risalgono al 2016, l'incidenza femminile nelle notizie politiche è del 15%, rispetto al livello europeo del 19% e a livello globale del 16%. Rispetto ad una donna famosa, la donna politica gode di una minore visibilità, anche se allo stesso tempo quest'ultima fa parte della categoria sociale più esposta a livello mediatico. A proposito di ciò, in tutto il mondo la categoria professionale con più visibilità mediatica è proprio quella politica, nonostante rimanga comunque un presidio maschile. (Ibidem)

Le donne si dice abbiano una visione mediatica anonima, nel quale non fa differenza il proprio ruolo ricoperto o le competenze possedute: vengono trascurate come fonti di sapere e marginalizzate come rappresentanti di istituzioni ed enti. Allo stesso modo, viene data loro minor importanza e minor autorevolezza, talvolta dovuta al loro status ritenuto inferiore rispetto a quello degli uomini, finendo con il privilegiarli nelle pratiche giornalistiche. «Le donne hanno molta più possibilità di fare notizia come vittime alimentando così un'immagine di debolezza» (Azzalini, 2016, p.281).



Con il termine “sessismo” si vuole intendere la messa in atto di una vera e propria discriminazione di genere, valutando la capacità o l’attività proposta in quel momento in base al sesso dell’individuo, si parla prettamente di inferiorità femminile rispetto a quella maschile. Quest’atteggiamento viene spesso utilizzato in diversi ambiti, in questo caso viene menzionato il sessismo nei giornali.

Alla base di ciò, oltre alla poca rilevanza che viene attribuita alle donne come protagoniste di articoli e notizie, si trova la differenza di linguaggio per comunicare utilizzato per le donne rispetto agli uomini. Secondo un articolo proposto, le parole che vengono scelte per narrare, che si tratti di cronaca nera o di una notizia qualsiasi, sono colme di pregiudizi che di fatto stanno alla base della società in cui viviamo ogni giorno. Quando si tratta di avere come soggetto del proprio scritto una donna, i giornalisti tendono a mettere in atto preconcetti cosiddetti patriarcali, utilizzando talvolta un linguaggio discriminatorio, in particolar modo quando si parla di violenza di genere (<https://www.leggiscomodo.org/decostruzione-sessismo-media/>).

La celebre scrittrice Michela Murgia, famosa in particolare per la sua volontà e determinazione nel dare importanza alla disuguaglianza di genere, introducendo piccole battaglie per far sì che avvengano dei cambiamenti, ha scritto proprio dei passaggi riguardanti le modalità adottate ai giornalisti nel descrivere il genere femminile. Le donne che occupano una posizione sociale di potere, per esempio, scatenano il bisogno di essere ricondotte a un ambito che richiami la famiglia e la conseguenza di non darle la giusta importanza, rubandole del tempo.

Allo stesso modo, si tratta di sessismo sui giornali quando alle donne viene attribuito il titolo di “signorina”, anche quando si sta parlando di una dottoressa o avvocata, per esempio. Basti pensare alle donne sportive conosciute per i loro risultati raggiunti attraverso gli sforzi fatti, il duro allenamento, ma che quando se ne parla vengono essere considerate prima di tutto come madri.

Altra forma di sessismo, molto presente nei giornali, è la decisione di chiamare con solo il nome proprio la donna soggetto dell’articolo, senza menzionare il suo cognome, o addirittura non chiamarla proprio (Ibidem).

Ma quale significato si cela dietro questa scelta?

Insieme alla scelta di presentare l'individuo, in questo caso donna, in relazione al suo ruolo che ricopre nella famiglia, viene definito come «il prodotto di un sistema ordinato capace di riprodursi e conscio di quanto i meccanismi comunicativi possano influenzare la percezione del gruppo umano a cui quell'individuo appartiene» e ancora «si parla di donne, sempre raccontate, mai rappresentate» (Miccichè, 2022).

Accade ciò, anche quando si tratta di una donna di potere che ricopre cariche nell'amministrazione dello Stato o del governo, sempre ricordando e riconducendola al suo essere, qualora lo fosse, madre. Inconsapevolmente, o forse no, ciò che ne emerge è uno sminuimento del ruolo che copre la donna, descrivendola come non abbastanza capace di svolgere questo ruolo e di assumersi la responsabilità che le sono state date per aver conquistato una certa carica.

*«Le donne, nella narrazione spersonalizzata, sono sempre e comunque considerate oggetto sui cui qualcuno esercita un diritto di proprietà»* (Miccichè, 2022). Il termine spersonalizzare implica non far comprendere, al lettore in questo caso, e addirittura negare il motivo per il quale la persona viene citata, intervistata o raccontata nell'articolo.

Esempi pratici, non solo italiani, che dimostrano che anche le donne di potere sono oggetto di discriminazione, sono l'uso di termini non propriamente gentili attribuiti alla moglie dell'ex Presidente Melania Trump definita "escort" dal giornalista statunitense naturalizzato italiano Alan Friedman; o ancora all'ex cancelliera tedesca Angela Merkel, definita "culona inchiavabile" dal politico italiano Silvio Berlusconi, basandosi sul suo aspetto fisico.

[\(https://www.leggiscomodo.org/decostruzione-sessismo-media/\)](https://www.leggiscomodo.org/decostruzione-sessismo-media/)

È emerso in seguito a studi di casi sulle donne leader politiche, il fenomeno di personalizzazione e spettacolarizzazione che non fa altro che svantaggiare le donne in questo ambito. Viene esaminata la vita privata della donna e utilizzata come

elemento di qualifica per l'esercizio della politica: se una donna ha figli dà un'immagine di sé rassicurante, e allo stesso tempo, come anzidetto, questa caratteristica viene considerata come un limite alla sua azione politica. Spettacolarizzare, invece, significa che la donna, numerose volte, viene presa in considerazione solo per il suo corpo, a sua volta oggettivato e giudicato, così come l'abbigliamento scelto (Ibidem).

Si può riassumere quanto detto, affermando che anche nell'ambito politico sussiste una notevole diffusione di stereotipi di genere e frame di genere.

La risoluzione di questo fenomeno, se così si può definire, è la possibilità di prendere due strade, da parte delle donne politiche: non rilasciare interviste sull'ambito privato e optare per un abbigliamento sobrio che non dia loro modo di essere giudicate, strategia denominata minimizzazione, che è stata adottata, a livello globale, da Merkel. Una seconda strategia efficace è quella di adeguarsi decidendo, quindi, di valorizzare la propria bellezza dal punto di vista materno o asessuato, così come è stata messa in atto, per esempio, dalla politica francese Ségolène Royal durante una sua campagna elettorale, traendone vantaggio da una parte e penalizzandola nei risultati ottenuti. Più precisamente Royal si è voluta mostrare per quella che lei stessa è, rivendicando e affermando di non dover essere sempre definita come l'ex moglie dell'ex Presidente Francois Hollande, piuttosto evidenziando il suo essere madre per riuscire conquistare il cuore dei cittadini francesi affermando «Come madre, voglio per tutti i bambini che nascono e crescono in Francia quel che ho voluto per i miei figli.»

Si può concludere questa parte, con un altro esempio di sessismo, ossia, come menzionato dalla scrittrice nigeriana Chimimanda Ngozi Adichie, il problema culturale riscontrato nell'utilizzo di termini diversi a seconda del sesso. Adichie fa un esempio ben preciso: «un uomo è sicuro di sé, una donna arrogante. Un uomo potente, una donna prepotente.» Discorso che si può tranquillamente collegare all'ultimo punto che viene preso in considerazione, ossia ciò che viene denominato

*tone policing*, il tono utilizzato in pubblico, in questo caso dalle donne le quali, spesso, vengono criticate per non essere in accordo dimostrandolo con determinati metodi (Ibidem).

Un pensiero che può essere ritenuto un motivo abbastanza valido per scoprire cosa si nasconde dietro questo metodo utilizzato dai giornalisti che finisce per sminuire la donna è il fatto che «Le donne con nome e cognome sui titoli di giornali potrebbero essere riconosciute e conosciute nelle loro caratteristiche personali distintive e identitarie. Potrebbero insegnare la definizione individuale autonoma e non relativizzata a una controparte a cui spetta per principio di attribuzione a priori il potere» (Miccichè, 2022).

### 3.3 Casi specifici: oggettività o ovvietà?

Dopo aver fatto un recap generale delle tecniche adottate dai giornali per descrivere le donne, non solo politiche, talvolta utilizzando linguaggi prettamente maschili andiamo ad analizzare un caso specifico. Verrà preso in considerazione un articolo avente come protagonista il Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, e in un secondo momento l'ex Presidente della Camera Laura Boldrini, pubblicato da due giornali che appartengono a due schieramenti politici opposti.

Un esempio che rappresenta molto bene gli stereotipi di genere che talvolta possono essere utilizzati dai giornalisti nella stesura di un articolo di giornale, spiegati nel paragrafo precedente, risulta essere un articolo che risale al 26 luglio 2022. In questo caso, però, non verrà analizzato il linguaggio utilizzato per descrivere l'attuale Presidente.

L'oggetto principale della ricerca e che salta all'occhio è l'immagine, collocata in bella vista in prima pagina, che è stata scelta dal giornale *La Repubblica* per descrivere Giorgia Meloni, del trafiletto "Il Diktat".

Innanzitutto, è opportuno sottolineare la provenienza di questa testata giornalistica: il quotidiano *la Repubblica* viene fondato il 14 gennaio 1976 da Eugenio Scalfari, giornalista e politico italiano. Considerato particolarmente rilevante in quanto «apre una nuova pagina del giornalismo italiano», rimane per diversi anni il principale giornale italiano e si è occupato fin dall'inizio principalmente di economia e politica, ispirato politicamente al socialismo liberale, azionista e radicale (Wikipedia).

Dunque, nell'analisi bisogna tenere conto di come, quasi sicuramente, il giornale *la Repubblica* non prenda particolarmente in simpatia Meloni, in quanto quest'ultima esponente del partito opposto rispetto a quello che ispira ciò che abbiamo preso in considerazione.

L'immagine presente nell'articolo di giornale fondamentale ritrae Giorgia Meloni, che al tempo era ancora solo leader del partito Fratelli d'Italia, che ipoteticamente stava tenendo un discorso in maniera particolarmente animata vista la sua espressione, nel quale si può notare la presenza del microfono in corrispondenza della bocca; la critica alla scelta di questo scatto riguarda la tempistica e la scelta.

È curioso analizzare come è stata considerata e giudicata, da ulteriori importanti giornali, la scelta compiuta dal quotidiano precedentemente descritto, tra cui quelli appartenenti a schieramenti politici diversi. Infatti, a proposito di ciò si è aperto un dibattito tra chi ritiene che questa foto sia sessista e dall'altra parte, invece, c'è chi ritiene sia stata un'esagerazione considerarla come tale e che, quindi, sia stato solo un tentativo di FDI di far partire una polemica per far aumentare i consensi del partito (Laino, 2022).

Prendiamo come esempio il quotidiano *Libero*, fondato nel 2000 da Vittorio Feltri, giornalista e politico italiano e che si colloca come schieramento politico nell'area del centro-destra; il giorno dopo la pubblicazione dell'articolo sopracitato, pubblica anch'esso un articolo nel quale condanna l'accaduto come un'allusione sessuale. Lo considera con «retrogusto molto malizioso e decisamente volgare» che va al di

là della politica, e ancora, «stomachevole», parole pronunciate dalla deputata Meloniana Carolina Varchi, la quale ha esplicitamente chiesto alle donne in generale, comprese quelle di sinistra, di ribellarsi a questa forma di sessismo. (@libero\_official, 2022).

Un altro esempio che si può portare di come i giornali oltre all'utilizzo di forme di sessismo, inevitabilmente prendano posizioni ben definite influenzati dallo schieramento politico, riguardo a ciò che accade, è la scrittura di un altro articolo sempre concernente il fatto preso in considerazione fino ad ora. *Il Giornale* è un terzo quotidiano a diffusione nazionale, che è stato fondato nel 1974 da Indro Montanelli<sup>8</sup>, giornalista e scrittore italiano il quale «imprese alla testata un orientamento liberale e conservatore ma fortemente indipendente dalle linee dei partiti politici». Dal 1994 in poi, anno in cui abbandona la direzione Montanelli, *Il Giornale* diventa uno tra i quotidiani principali di schieramento centro- destra (Wikipedia).

Quindi, *Il Giornale* per quanto riguarda l'accaduto nel suo articolo *calca la mano* sull'adozione della «solita politica dei due pesi e delle due misure» in quanto la foto di Giorgia Meloni è stata condannata solamente dal suo partito, ricevendo come risposta dal direttore della Repubblica Maurizio Molinari «la malizia sarebbe negli occhi di chi ha visto il sessismo in quello scatto».

Un'altra opinione arriva dalla senatrice di Fratelli d'Italia Isabella Rauti<sup>9</sup> la quale afferma che la foto scelta dal quotidiano fa parte di una campagna volta a denigrare la figura di Giorgia Meloni in quanto leader del partito. Aggiunge inoltre che qualora la protagonista “vittima” della questione fosse stata una donna di sinistra si sarebbe parlato di solidarietà femminile; altro aspetto da non sottovalutare è la volontà di sottolineare il periodo scelto, ossia l'inizio della campagna elettorale, lasciando presagire che dunque il partito potesse risultare svantaggiato (Galici, 2022).

---

<sup>8</sup> Ad oggi ricordato come uomo- simbolo del Corriere della Sera

<sup>9</sup> Responsabile del dipartimento Pari opportunità, famiglia e valori non negoziabili

Continuando l'analisi che si vuole fare, in questo caso viene presa in considerazione come protagonista di un articolo l'ex presidente della Camera Laura Boldrini, risultata oggetto di insulti sessisti dal politico Matteo Salvini.

Più precisamente, circa sette anni fa, Matteo Salvini durante un comizio tenutosi a Cremona ha indicato una bambola gonfiabile reputandola sosia di Boldrini. Questo fatto ha suscitato scalpore per diverso tempo, diventando contenuto discusso particolarmente da numerosi quotidiani nazionali. Esaminiamo adesso come è stato considerato da due diversi giornali, appartenenti rispettivamente a due schieramenti politici opposti.

Da una parte abbiamo *il Manifesto*, un quotidiano comunista del 1971 che si rifà alla omonima rivista fondata nel 1969 da Lucio Magri e Rossana Rossanda<sup>10</sup>, entrambi giornalisti e politici italiani. Ebbene, analizziamo come viene descritto il fatto preso in questione dal giornale sopracitato. Innanzitutto, il titolo che è stato scelto per questo articolo è “Salvini paragona Laura Boldrini a una bambola gonfiabile”. Comparando con il prossimo giornale che verrà esaminato il quale ha intitolato l'articolo “Salvini: “La bambola gonfiabile è la sosia della Boldrini” già possiamo notare una differenza di scrittura: il primo descrive il fatto come accaduto oggettivamente, il secondo pone anch'esso come protagonista della vicenda Salvini, decidendo di riportare testualmente le parole da lui affermate.

In un secondo momento, leggendo l'articolo scritto dal Manifesto, ci si può soffermare come esso lo condanni come un gesto sessista, deplorabile; il Giornale, invece, opta per il voler mettere al centro dell'attenzione Salvini, iniziando l'articolo con «fa discutere l'ultima boutade» ritenendola dunque una battuta e non un gesto sessista, fatto per sminuire e screditare l'allora Presidente della Camera. Inoltre, Salvini ha rincarato la dose riempiendo di insulti Boldrini «Ipocrita, buonista, razzista con gli italiani» e lanciando un hashtag «#sgonfiaboladrini» ne chiede le dimissioni (Francesse, 2016). Dedicando solo qualche riga per una frase affermata dalla giornalista Flavia Perina, impegnata per i diritti delle donne e

---

<sup>10</sup> In particolare, dirigente del PCI

l'emancipazione femminile la quale ha censurato l'episodio come «incommentabile» e come le parole di Salvini «passino ogni segno immaginabile». Infine, prima di concludere l'articolo con l'hashtag sopracitato, ha citato la frase scritta da Boldrini, in risposta a ciò che l'ha coinvolta «le donne non sono bambole e la lotta politica si fa con gli argomenti e non con le offese».

L'articolo pubblicato dal Manifesto, d'altra parte, si concentra principalmente sul condannare l'accaduto, e trascrive un pensiero dell'esponente del Pd Emanuele Fiano, il quale afferma che non si deve sottovalutare la pericolosità dell'atto nonostante possa essere stato fatto solo come provocazione, «perché è proprio dalla cultura che vede le donne ridotte a meri oggetti sessuali inanimati che si legittima la violenza di genere».

Inoltre, menziona anche i pensieri di altri partiti, come l'esponente di Sinistra Italiana Stefano Fassina che ritiene che ci debbano essere delle scuse da parte di Salvini in quanto «siamo di fronte a comportamenti e linguaggi inaccettabili» continuando con il condannare l'atto di sessismo ed esprimendo la vicinanza all'allora Presidente della Camera, essendo stata oggetto di «gravi offese». In realtà, Il Manifesto conclude introducendo anche un pensiero da parte del centro destra, il quale si dissocia dall'accaduto (Fazio, 2016).

Dunque, è evidente la differenza sostanziale che emerge dalla lettura di questi articoli, sottolineando che sono stati pubblicati da differenti quotidiani che appartengono a schieramenti politici opposti.

Rimane il fatto che il quotidiano *Il Giornale* che nel caso di Meloni si è lamentato della «solita politica dei due pesi e delle due misure», è stato il primo a metterlo in atto: non ha speso parole in difesa di Boldrini e, di conseguenza, non ha utilizzato termini che potessero far ritenere sessisti gli atteggiamenti da parte di Matteo Salvini.



## CONCLUSIONE

Avendo trattato questo argomento come oggetto di tesi ho potuto approfondire in maniera più dettagliata e arricchire le conoscenze da me possedute, per riuscire a comprendere meglio la tematica attuale. Dopo aver fatto questo preambolo, mi sento sicuramente più in grado di esprimere un pensiero personale oltre alla doverosa revisione generale basata su dati specifici.

Di fatto, quello che è emerso è molto chiaro: a distanza di secoli, risalendo a quando sono stati scritti i primi saggi aventi come soggetto la donna e annessa concezione, si può affermare che certamente la visione della donna sia cambiata, aggiungerei per fortuna, ma allo stesso tempo non abbastanza.

Nel 2022 per la prima volta è stata eletta una donna come Presidente del Consiglio; dunque, si può ritenere un enorme traguardo se si pensa alle conquiste avvenute, con il tempo, grazie alle Madri Della Repubblica, del quale si è trattato, a partire dalla battaglia per ottenere il diritto di voto, e il diritto di essere elette, al pari con gli uomini. Merlin, Iotti, Anselmi, sono solo tre dei nomi che dovrebbero essere menzionati quando si parla di coloro che hanno fatto la differenza, e tassello dopo tassello, hanno costruito una parte della storia della politica italiana, che io in primis non conoscevo così bene. E non solo, soprattutto hanno difeso a spada tratta i diritti delle donne, per far sì che ad oggi non venissero solo considerate in quanto moglie e madri, ma in quanto donne, esseri umani che meritano la pari dignità in tutto e per tutto.

A proposito di pari dignità, è emerso inoltre, quanto sia diffuso ancora oggi, il gender gap, divario di genere, presente in diversi ambiti, dimostrato da alcuni dati ben precisi. Viene naturale dire, dopo aver osservato la posizione che ricopre l'Italia nella classifica mondiale sul gender gap, quanto le donne facciano fatica a raggiungere una posizione di leadership politica a causa dei parecchi ostacoli che devono riuscire a superare. Perché se sono troppo forti di carattere sono aggressive, quindi devono cercare di mostrarsi più "carine", più gentili, per poi risultare deboli quindi incapaci di riuscire a reggere il, sicuramente, grande peso del compito di

leader nel momento in cui lo ricoprono; allo stesso modo devono cercare di mantenere il loro “aplomb” in quanto donne quindi mantenere la loro femminilità, per poi concludere che se sono troppo femminili non vanno bene per il ruolo di leader e se invece provano a nascondere il proprio lato femminile, provando ad essere più “maschili” , ciò non andrà bene comunque. E questo loro dover presentarsi in un determinato modo, avrà delle ripercussioni su come potrebbero essere considerate da un occhio esterno. Infatti, analizzando la comunicazione messa in atto, le tecniche adottate dai giornali e i linguaggi utilizzati si è scoperto che, molto spesso, si può parlare di sessismo senza commettere un’esagerazione.

Considerando i due esempi portati giungo alla conclusione che, inevitabilmente, si è di fronte ad una influenza esponenziale, e non poco, da parte delle ideologie politiche che, come conseguenza, si riflette sulla stesura degli articoli e la decisione su cosa scrivere effettivamente. Per comprendere le origini di questo pensiero si può risalire al motivo che ha portato alla nascita dei giornali, ossia, il voler esprimere la propria opinione, avvalendosi della libertà di pensiero e successivamente di stampa, principalmente nel campo della politica; ciò comporta, talvolta, la mancanza di oggettività e obiettività. Allo stesso tempo però mi preme sottolineare, come in alcuni casi, non si tratti neanche di oggettività, bensì di ovvietà: esempio di ciò, il significato che si celava dietro il gesto compiuto e considerato oggetto di studio nel caso specifico di Boldrini.

Infine, dal caso specifico analizzato avente come soggetto Meloni, emerge come può capitare che a volte si possano interpretare tecniche di scrittura e scelte delle immagini differenti, a sua volta che si rifanno all’ideologia politica originaria del giornale, com’è alla fine è giusto che sia; allo stesso tempo fa comprendere come, soprattutto in un periodo come quello della campagna elettorale, la comunicazione politica, che sia effettuata attraverso i vecchi sistemi quali comizi e incontri in piazza, o più moderni come i mass media, social network e talk show televisivi, faccia la differenza e influisca sui risultati che si andranno a raggiungere. Sempre in questo campo uno ruolo fondamentale lo svolge il consulente politico che affianca il leader in questione, colui che può renderla ancora più vincente.

Alla fine di tutto si può dire che, nonostante, e per fortuna, ad oggi nella politica italiana si possa parlare di due politiche leader, chi più chi meno, protagoniste a tutti gli effetti nel bene e nel male, comunque l'Italia è presieduta da una donna “femminile ma non femminista” e dunque, probabilmente anzi sicuramente, c'è ancora un bel po' di strada da fare.

## BIBLIOGRAFIA

A cura di Agostini A. I giornali che cambiano. E il servizio pubblico in televisione non c'è più (2003). Colloquio con Paolo Murialdi, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 2-3/2013, pp. 227-238

Azzalini M. Padovani C. Informazione ed eguaglianza di genere, in "il Mulino, Rivista trimestrale di cultura e di politica" 2/2016, pp. 276-284

Azzalini M. News media: quale rappresentazione femminile? I risultati nazionali del Global Media Monitoring Project 2015, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 3/2015, pp. 669-674

Cacciotto M. (2019), Il nuovo Marketing politico. Vincere le elezioni e governare al tempo della politica veloce, Bologna, Il Mulino.

Campus D. La leadership in politica, in "Nuova informazione bibliografica, Il sapere nei libri" 4/2017, pp. 727-742

Capecchi S. Donne politiche sulla scena dei media, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 3/2015, pp. 527-548

Capek K., Elogio dei giornali, in "L'informazione bibliografica, Trimestrale di analisi della produzione libraria italiana" 3/1999, pp. 315-324

Falchi F. Da Mazzini a Mozzoni: la questione femminile nelle istituzioni italiane tra pensiero e azione, in "Le Carte e la Storia, Rivista di storia delle istituzioni" 1/2021, pp. 72-87, doi: 10.1411/101534

Fresu R. Il gender nella storia linguistica italiana (1988-2008), in "Bollettino di italianistica, Rivista di critica, storia letteraria, filologia e linguistica" 1/2008, pp. 86-0

E. De Blasio, M. Hibberd, M. Higgins e M. Sorice. La leadership politica. Media e costruzione del consenso, Roma, Carocci, 2012

Mazzoleni G. (1998), La comunicazione politica, Bologna, Il Mulino.

Mazzoleni, G. (2021). *Introduzione alla comunicazione politica*. Il Mulino.

Regalia, M. La leadership: concetto, concezioni e rappresentazioni, in "Rivista italiana di scienza politica, Italian Political Science Review" 3/2012, pp. 385-398

Paolo Pombeni, Il problema storico della "leadership" politica, in "Ricerche di storia politica, Quadrimestrale dell'Associazione per le ricerche di storia politica" 3/2002, pp. 331-340

Regalia, M. La leadership: concetto, concezioni e rappresentazioni, in "Rivista italiana di scienza politica, Italian Political Science Review" 3/2012, pp. 385-398

Stevens, A. (2009). *Donne, potere, politica*. Il Mulino.

A cura di Vezzosi E. Forme della leadership femminile. Interventi di Elisabetta Bini, Lucia Sorbera, Maria Susanna Garroni, Flavio Fiorani, in "Contemporanea, Rivista di storia dell'800 e del '900" 2/2011, pp. 289-328

## SITOGRAFIA

*Cenni sulla leadership politica - Università Sophia*. (s.d.). Università Sophia. <https://www.sophiauniversity.org/it/news/cenni-sulla-leadership-politica/>

Contributori ai progetti Wikimedia. (2006, 11 aprile). *Giorgia meloni* - *wikipedia*.

Wikipedia, l'enciclopedia libera [https://it.wikipedia.org/wiki/Giorgia\\_Meloni](https://it.wikipedia.org/wiki/Giorgia_Meloni)

Contributori ai progetti Wikimedia. (2006, 8 gennaio). *il Giornale* - *Wikipedia*.

Wikipedia, l'enciclopedia libera. [https://it.wikipedia.org/wiki/Il\\_Giornale](https://it.wikipedia.org/wiki/Il_Giornale)

Contributori ai progetti Wikimedia. (2004, 19 giugno). *Il manifesto* - *Wikipedia*.

Wikipedia, l'enciclopedia libera. [https://it.wikipedia.org/wiki/Il\\_manifesto](https://it.wikipedia.org/wiki/Il_manifesto)

Contributori ai progetti Wikimedia. (2004, 6 aprile). *la Repubblica (quotidiano)* -

*Wikipedia*. Wikipedia, l'enciclopedia

libera. [https://it.wikipedia.org/wiki/La\\_Repubblica\\_\(quotidiano\)](https://it.wikipedia.org/wiki/La_Repubblica_(quotidiano))

Contributori ai progetti Wikimedia. (2009, 29 aprile). *Laura Boldrini* - *Wikipedia*.

Wikipedia, l'enciclopedia libera. [https://it.wikipedia.org/wiki/Laura\\_Boldrini](https://it.wikipedia.org/wiki/Laura_Boldrini)

Contributori ai progetti Wikimedia. (2006, 14 marzo). *Libero (quotidiano)* -

*Wikipedia*. Wikipedia, l'enciclopedia

libera. [https://it.wikipedia.org/wiki/Libero\\_\(quotidiano\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Libero_(quotidiano))

*Donne che hanno fatto la storia: Tina Anselmi ovvero la "Tina vagante"*. (s.d).

Collettiva. [https://www.collettiva.it/copertine/italia/2021/07/28/news/donne\\_che](https://www.collettiva.it/copertine/italia/2021/07/28/news/donne_che)

[hanno\\_fatto\\_la\\_storia\\_tina\\_anselmi\\_ovvero\\_la\\_tina\\_vagante\\_-1340199/](https://www.collettiva.it/copertine/italia/2021/07/28/news/donne_che_hanno_fatto_la_storia_tina_anselmi_ovvero_la_tina_vagante_-1340199/)

Francese, I. (2016, 25 luglio). *Salvini: "La bambola gonfiabile è la sosia della*

*Boldrini"*. *ilGiornale.it*. [https://www.ilgiornale.it/news/cronache/salvini-bambola-](https://www.ilgiornale.it/news/cronache/salvini-bambola-gonfiabile-sosia-boldrini-1288906.html)

[gonfiabile-sosia-boldrini-1288906.html](https://www.ilgiornale.it/news/cronache/salvini-bambola-gonfiabile-sosia-boldrini-1288906.html)

Galici, F. (2022, 27 luglio). *"Quella foto è la vera Meloni"*. *Mancava Toscani all'appello(sessista)*.ilGiornale.it. <https://www.ilgiornale.it/news/politica/fotografia-lespressione-che-meloni-toscani-difende-2054432.html>

*Giorgia Meloni sarà 'il presidente'. Accademia della Crusca: corretto.* (s.d). News: ultime notizie di oggi e ultima ora | Sky TG24. <https://tg24.sky.it/politica/2022/10/25/meloni-la-presidente-o-il-presidente-accademia-della-crusca>

*Blog | Donne in politica. Più quantità, ma troppo scarsa la rilevanza.* (s.d). Econopoly. <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2020/01/09/donne-politica-rilevanza/>

*[L'analisi] Ecco la storia delle donne in politica, dal diritto di voto al successo di Meloni.* (s.d.-b). Osservatorio Riparte l'Italia. <https://www.ripartelitalia.it/lanalisi-ecco-la-storia-delle-donne-in-politica/>

*Il diktat - la Repubblica.it.* (s.d). Archivio - la Repubblica.it. <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2022/07/26/il-diktat01.html?ref=search>

*Il tentativo di FdI di far partire una polemica social sulla presunta «foto sessista» di Repubblica sulla Meloni.* (s.d.)

Giornalettismo. <https://www.giornalettismo.com/foto-sessista-meloni-accusa-social-fdi-repubblica/>

*La costituente che liberò le donne.* (2021, August 13). Il Bo Live UniPD. <https://ilbolive.unipd.it/it/news/lina-merlin>

*La decostruzione del sessismo parte dalla comunicazione.* (s.d.).

Scomodo. <https://www.leggiscomodo.org/decostruzione-sessismo-media/>

*La Pa R t e c I P A Z I o n e d e L l e D o n n e a L L A V i t a p o l i t I C A ... - camera.* (n.d.).  
<https://documenti.camera.it/Leg18/Dossier/Pdf/AC0340.Pdf>

@libero\_official. (2022, 27 luglio). *Giorgia Meloni, allusione sessuale in prima pagina su Repubblica: "Stomachevole"*. Libero Quotidiano. <https://www.liberoquotidiano.it/news/politica/32546978/giorgia-meloni-repubblica-prima-pagina-foto-allusione-sessuale-nascosta.html>

Mariani, A. (2022, September 29). *L'analisi. femminile. Ma Non Femminista. la leadership Secondo Giorgia meloni.* Avvenire. Retrieved March 4, 2023, from <https://www.avvenire.it/attualita/pagine/giorgia-meloni-leadership-femminile-ma-non-femminista>

[https://www.osservatorioaic.it/images/rivista/pdf/2021\\_5\\_04\\_Lorello.pdf](https://www.osservatorioaic.it/images/rivista/pdf/2021_5_04_Lorello.pdf)

Redazione politica. (2022, 26 settembre). *Donne in politica, da Tina Anselmi e Nilde Iotti alla vittoria di Giorgia Meloni.* la Repubblica. [https://www.repubblica.it/politica/2022/09/26/news/donne\\_politica\\_in\\_italia\\_tina\\_anselmi\\_nilde\\_iotti-367358018/](https://www.repubblica.it/politica/2022/09/26/news/donne_politica_in_italia_tina_anselmi_nilde_iotti-367358018/)

*Salvini paragona Laura Boldrini a una bambola gonfiabile | il manifesto.* (s.d.). il manifesto. <https://ilmanifesto.it/salvini-paragona-laura-boldrini-a-una-bambola-gonfiabile>

[https://www.rivistaaic.it/images/rivista/pdf/1\\_2016\\_Ciancio.pdf](https://www.rivistaaic.it/images/rivista/pdf/1_2016_Ciancio.pdf)

Sirianni, S. (2020, 4 settembre). *Conferenza Onu sulle donne cosa è cambiato dal 1995 - iO Donna.* iO Donna. <https://www.iodonna.it/attualita/costume-e-societa/2020/09/04/conferenza-onu-sulle-donne-25-anni-dopo-a-cosa-e-servito-e-cosa-e-cambiato/>



*Tina Anselmi*. (s.d.). enciclopedia delle donne. [http://www.enciclopediadelledonne.it/biografie/tina-anselmi/#link\\_ajs-fn-id\\_1-2014](http://www.enciclopediadelledonne.it/biografie/tina-anselmi/#link_ajs-fn-id_1-2014)

*Togliere il cognome a una donna rischia di renderla 'una qualunque'*. (s.d.). Roba da Donne. <https://www.robadaadonne.it/231191/una-donna-senza-cognome-e-una-donna-qualunque/>

*Women's Political Networks - inGenere*. (n.d.). [https://www.ingenere.it/sites/default/files/ricerche/womens\\_political\\_networks\\_complete\\_guide.pdf](https://www.ingenere.it/sites/default/files/ricerche/womens_political_networks_complete_guide.pdf)

Zaitr, Y. A. (2022, November 14). *Giorgia Meloni, le ragioni – comunicative – del suo successo*. Sky TG24. <https://tg24.sky.it/politica/2022/11/14/giorgia-meloni-comunicazione-successo>

## VIDEO

Alessandro Barbero - La Storia siamo Noi. (2021, 12 novembre). *Nilde IOTTI - Alessandro Barbero (Inedito - Novembre 2021)* [Video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=99Pk4\\_RC1S4](https://www.youtube.com/watch?v=99Pk4_RC1S4)

cameradeideputati. (2013, 16 marzo). *Laura Boldrini Presidente della Camera* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0X0uBmCYRNo>

cameradeideputati. (2014, July 30). *“Sorelle d’Italia”, Tina Anselmi e Nilde Iotti* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=TLBf150VnKA>

Corriere della Sera. (2021, 11 maggio). *Casellati: "Il pensiero di Lina Merlin pietra angolare nelle politiche della parità"* [Video].

YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=QO\\_L6hGsdhE](https://www.youtube.com/watch?v=QO_L6hGsdhE)

diMartedì. (2015, 25 febbraio). *L'intervista a Laura Boldrini* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=S0syNRpV63k>

Doc in Tour Rassegna Documentari in Emilia-Romagna. (2009b, 18 marzo). *Lina Merlin, la Senatrice* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ouPr-H3oSMw>

Europe Direct Emilia-Romagna. (2020, 8 aprile). *Goal five - Agenda 2030 – Lina Merlin* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=MUBU8E0BJKo>

Fanpage.it. (2022, 7 settembre). *Elezioni, Boldrini: "Meloni non è femminista, sui diritti delle donne c'è distanza abissale"* [Video].

YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=vUIsg\\_z5JyA](https://www.youtube.com/watch?v=vUIsg_z5JyA)

Fanpage.it. (2022, October 21). *"Io sono Giorgia": come ha fatto Meloni a diventare la prima donna premier in Italia* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=ATsOUXFxJUo>

fondazioneildeiotti. (2022, 18 gennaio). *Lina Merlin madre della Repubblica* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=hs0DUup7MFq>

4

La Repubblica. (2021, 3 giugno). *2 giugno, Mattarella: "Lina Merlin fu pioniera della dignità femminile"* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=b-pZcld-mtM>

Laura Boldrini. (2013, 19 gennaio). *Laura Boldrini: Perché la politica* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jtNH26TbWwU>

La Voce del Popolo. (2016, November 2). *Quando “Voce” incontrò Tina Anselmi*

[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fTthL1-fIRE>

Partito Democratico. (2020, 15 gennaio). *Oggi per un domani, l'intervento di*

*Laura Boldrini* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=N3vtlwp6pmw>

Prima Repubblica. (2021, June 22). *Il ministro del lavoro Tina Anselmi (DC)*

*risponde alle domande dei telespettatori* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ifDKahA9hh8>

SenatoItaliano. (2021, 14 maggio). *Presidente del Senato Casellati: Lina Merlin*

*torna a Palazzo Madama* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zMgahwFurtU>

TVL. (2021, November 20). *Tina Anselmi, partigiana della democrazia* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=drWGX2BIVi4>

Vista Agenzia Televisiva Nazionale. (2014, 31 marzo). *BOLDRINI: MIGRANTI*

*SONO AVANGUARDIA DEL NOSTRO FUTURO STILE DI VITA* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=E7QePDmPHfk>

Will Media. (2022, September 26). *La storia di Giorgia Meloni: la prima donna*

*presidente del Consiglio* [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=pcABZBOPb4o>