



**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA  
APPLICATA

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE

---

**QUESTIONI DI GENERE NELLA COMUNICAZIONE DIGITALE. IL CASO  
ELISABETTA FRANCHI**

Relatore:

Prof. Bruno Mastroianni

Laureanda:

Emma Pirocca

Matricola n. 1225500

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

## Sommario

<b>Introduzione</b> .....	3
<b>Capitolo 1. Stereotipi di genere e comunicazione digitale</b> .....	5
1.1 Il potere della comunicazione digitale .....	5
1.2 Dalla comunicazione digitale ai social media .....	7
1.3 L'autocomunicazione di massa e i social media oggi.....	8
1.3.1 I social media e la questione di genere .....	8
1.4 La storia dei femminili nel tempo.....	9
1.4.1 I femminili nella lingua italiana .....	9
1.4.2 L'evoluzione nel tempo .....	10
1.5 I femminili professionali .....	14
1.6 Repliche e obiezioni degli utenti ai femminili professionali.....	15
1.7 Il divario di genere nella conciliazione tra famiglia e lavoro retribuito .....	18
<b>Capitolo 2. Il caso Elisabetta Franchi</b> .....	21
2.1 Elisabetta Franchi: chi è? .....	21
2.2 Quadro generale dell'intervista .....	23
2.3 L'intervista a Elisabetta Franchi: cosa è successo? .....	24
2.4 Le conseguenze delle sue affermazioni .....	26
2.4.1 Il post di scuse .....	26
2.4.2 L'intervista a Porta a Porta.....	28
2.4.3 Il servizio delle Iene.....	30
2.5 Analisi argomentativa .....	32
2.5.1 Analisi dell'intervista per PwC Italia e il Foglio.....	32
2.5.2 Analisi del post di scuse.....	36
2.5.3 Analisi dell'intervista a Porta a Porta .....	40
2.5.4 Analisi del servizio delle Iene .....	44
2.6 Analisi della reazione degli utenti .....	46

<b>Capitolo 3. Il sondaggio</b> .....	48
<b>3.1</b> Domanda di ricerca.....	48
<b>3.2</b> Impianto metodologico .....	49
<b>3.3</b> Ipotesi preliminari.....	50
<b>3.4</b> Analisi delle risposte.....	51
<b>3.4.1</b> Prima dell'introduzione di questo questionario, eri a conoscenza della questione relativa ai femminili professionali?.....	51
<b>3.4.2</b> Sei d'accordo con il loro utilizzo?.....	52
<b>3.4.3</b> Spiega in poche righe il motivo della risposta precedente.....	53
<b>3.4.4</b> Secondo te, oggi i femminili professionali vengono utilizzati o no? .....	59
<b>3.4.5</b> Secondo te, qual è il motivo per il quale alcune persone preferiscono non utilizzare i femminili professionali? .....	61
<b>3.4.6</b> Facoltativamente, esplicita al meglio il tuo pensiero in merito alla questione dei femminili professionali .....	62
<b>3.4.7</b> Prima della visione dei video, eri a conoscenza dello scandalo di Elisabetta Franchi avvenuto in seguito al rilascio dell'intervista? .....	64
<b>3.4.8</b> Sei d'accordo con queste parole? .....	65
<b>3.4.9</b> Spiega in poche righe il motivo della risposta precedente.....	66
<b>3.4.10</b> Sei d'accordo con queste parole? .....	72
<b>3.4.11</b> Spiega in poche righe il motivo della risposta precedente.....	74
<b>3.5</b> Considerazioni finali.....	80
 <b>Conclusioni</b> .....	 83
 <b>Bibliografia</b> .....	 87
 <b>Sitografia</b> .....	 91

## Introduzione

“Donne al volante pericolo costante”, “Contro due donne neanche il diavolo può metterci il becco”, “Col fuoco, donne e mare c’è poco da scherzare”, “Alle donne che non fanno figli non ci andare né per piacere né per consigli”. Questi sono solo alcuni dei numerosi proverbi ricchi di stereotipi di genere con cui ancora oggi, nel XXI secolo, si è costretti a convivere. Fin dall’inizio dei tempi la donna è sempre stata considerata inferiore rispetto all’uomo e ancora oggi proverbi e cliché negativi sono il frutto di una società maschilista e patriarcale. Oggi, la parità dei sessi potrebbe sembrare raggiunta, ma è nelle piccole cose come proverbi, falsi miti e tabù che anche se nominati con ironia, come gioco o con leggerezza si può intravedere che in realtà la dicotomia uomo-donna non è stata superata del tutto e permea ancora nella nostra società.

Questa tesi vuole analizzare le questioni di genere nella comunicazione digitale, soffermandosi in particolare sulla questione dei femminili professionali e sullo scandalo mediatico dovuto a delle affermazioni rilasciate da Elisabetta Franchi durante un’intervista.

Inizialmente viene fatto un quadro generale sull’importanza della comunicazione digitale e ne vengono spiegate le opportunità e i limiti; poi si focalizza nelle questioni di genere, partendo dai mass media per arrivare ai social media. Si introduce poi una delle questioni fondamentali, i femminili professionali, e attraverso una spiegazione delle caratteristiche della grammatica italiana e dell’evoluzione storica che questo tema ha avuto si arriva a discutere della situazione attuale e delle varie posizioni che hanno le persone in merito alla questione. Viene descritta in seguito una ricerca compiuta da alcuni studiosi che indaga il divario di genere nella conciliazione tra famiglia e lavoro retribuito; vengono riportati dei dati europei che spiegano e analizzano la situazione.

Successivamente si introduce la questione relativa a Elisabetta Franchi. Dopo un’introduzione biografica dell’imprenditrice, viene descritta l’intervista che l’ha portata

al centro dello scandalo. Come conseguenza delle sue parole saranno riportati anche una serie di fatti ed eventi che saranno analizzati come caso di comunicazione di crisi.

Dopo questa prima fase descrittiva verrà analizzata la situazione da un punto di vista argomentativo, analizzando le parole e i modi di interagire che hanno creato il caso mediatico.

L'ultimo capitolo della tesi è riservato all'analisi delle risposte di un questionario che è stato somministrato a 88 persone, di cui 64 donne e 24 uomini; ogni domanda sarà analizzata tenendo in considerazione la variabile genere, maschio, femmina e qualsiasi altro genere in cui una persona si identifichi e la variabile età. In questo ultimo caso il gruppo dei partecipanti sarà diviso in due target d'età, 18-39 e 40+.

Attraverso l'indagine è stato possibile tracciare una mappatura del pensiero degli intervistati in merito alla questione dei femminili professionali e del caso di Elisabetta Franchi.

# Capitolo 1. Stereotipi di genere e comunicazione digitale

## 1.1 Il potere della comunicazione digitale

La comunicazione è la forma più forte e vera che abbiamo a disposizione e permette di trasmettere il pensiero ad altri; è uno strumento potentissimo e proprio per questa ragione può essere usata come un'arma a doppio taglio. È grazie alle parole e a come si decide di pronunciarle che la comunicazione permette di collaborare o meno con gli altri, di capire e farsi capire dagli altri e di stabilire o meno relazioni; i social media hanno creato un terreno dove tutti possono ascoltare e dove tutti possono esprimere quello che si ha da dire indipendentemente dal tempo e dallo spazio (Castells, 2009).

Come afferma Adelino Cattani molte volte può capitare che una comunicazione è migliore rispetto ad un'altra non tanto per la tesi in sé quanto per la capacità di saper argomentare le proprie posizioni; la discussione non deve essere ritenuta una guerra tra parlanti ma piuttosto uno scambio, un botta e risposta (Cattani, 2018). È essenziale quindi saper comunicare bene ed essere consapevoli di quando è giusto intervenire e quando no. Decidere cosa dire e come dirlo è un compito fondamentale che ognuno dovrebbe assumersi prima di parlare, per evitare di produrre o ricorrere a discorsi o parole d'odio che di certo non contribuiscono in nessun modo al nostro convivere.

Ci si trova in uno spazio iperconnesso dove ognuno può dire la sua opinione e dove ognuno può ascoltare l'opinione dell'altro, ma tutto questo ha prodotto una situazione dove si rischia che ogni persona si avvicini a un'opinione uguale alla sua e si allontani il più possibile da concetti e teorie che non appoggia. È il cosiddetto fenomeno delle *echo chambers*, o casse di risonanza; gli utenti nei social media tendono ad avvicinarsi a coloro che hanno opinioni e idee simili e ad allontanarsi da coloro che hanno visioni opposte (Quattrociochi, 2016).

Le persone sono abituate a valutare ogni situazione come se fosse binaria, vera o falsa, giusta o sbagliata. Questo avviene anche perché i media ci hanno portato a una sorta

di cura conflittuale, infatti, da sempre le vicende sono state mostrate come se esistessero solo due posizioni e opposte; questo ha causato la tendenza a schierarsi come primo riflesso dell'intervenire in un dibattito. La tendenza a polarizzarci viene poi favorita anche dagli algoritmi dei social media che aumentano l'effetto delle casse di risonanza, mostrando i contenuti in base agli interessi espressi dagli utenti. È opportuno cercare di rifiutare i bivi a cui si è esposti, per mostrare che ci possono essere altre alternative (Mastroianni, 2017).

All'interno del fenomeno delle polarizzazioni si utilizzano anche schemi argomentativi aggressivi. In questo caso è attraverso offese, pregiudizi, argomentazioni fallaci e giudizi ad hominem che le persone cercano di polarizzarsi e di mostrare la propria posizione divergente nei confronti di chi la pensa diversamente; infatti, la realtà di relazionalità esponenziale, in cui si viene proiettati, quindi l'essere continuamente in confronto con gli altri, provoca una reazione di contrasto e chiusura. Sono le persone che devono scegliere correttamente come esprimere le proprie opinioni e sono esse che devono ricordare costantemente di tenere le parole al centro della loro comunicazione. Ognuno deve sviluppare quella capacità di voler tenere la relazione con l'altro al primo posto, dall'inizio alla fine.

È opportuno superare questa barriera per muoversi in direzioni che beneficiano la vita di ognuno; mostrare rispetto e cercare di comprendere il punto di partenza dell'altro è un ottimo esercizio che bisogna compiere per vivere più serenamente ed evitare situazioni litigiose. È un'operazione non del tutto facile, ma la situazione di iperconnessione in cui si è coinvolti quasi obbliga a fare questo. Il litigio che si innesca attraverso insulti, parole d'odio, giudizi ad hominem e stereotipi non porta a niente, anzi rischia solo di confermare le polarizzazioni preesistenti e inoltre non porta avanti l'argomento di discussione. Ulteriore effetto che produce è relativo alla trasparenza, infatti, quando si litiga i difetti personali emergono e sono riconoscibili a tutti; inoltre, il litigio offre uno spettacolo, spettacolo che dà piacere e intrattiene, solo che questo effetto è dato dalla figura non propriamente adeguata che fanno coloro che sono coinvolti. Disputare felicemente permette invece di superare i tre effetti descritti precedentemente e di tenere allo stesso livello sia l'argomento di dibattito sia la relazione con l'altro (Mastroianni, 2017;2020).

## 1.2 Dalla comunicazione digitale ai social media

La società di massa va intesa come un insieme di persone che collaborano tra di loro e contribuiscono ognuno allo sviluppo delle varie parti da cui è composta la società quindi, il sistema economico, quello amministrativo, quello politico, quello civile e ogni altra parte da cui è composta (Gili, 1990).

Per quanto riguarda gli stereotipi di genere, sin dall'avanzata dei mass media le rappresentazioni del genere maschile e di quello femminile sono state fortemente influenzate da ciò che la televisione ha iniziato a trasmettere quotidianamente. Le pubblicità, i cartoni animati, i film rispecchiavano e riflettevano gli stereotipi presenti nella società. Questo fenomeno ha avuto una conseguenza di rilevante importanza dato che il pubblico a cui arrivavano questo tipo di messaggi era molto vasto e comprendeva tutti i target d'età. I modelli che il medium per eccellenza, la televisione, condivideva con gli spettatori richiudeva donne e uomini in una gabbia sempre più stretta dove i ruoli principalmente accettati erano quelli della donna come madre di famiglia e persona che si doveva occupare del mantenimento della casa e allevamento dei figli, una figura debole, irrazionale e che non poteva farcela senza l'aiuto di un uomo al suo fianco; e l'uomo, ambizioso, lavoratore, forte, capace di fare tutto, (Biemmi e Chiappelli, 2013).

Tutto rispecchiava e consolidava quindi quegli stereotipi di genere che erano già ampiamente diffusi nella società. Come spiega Walter Lippmann, la conoscenza della realtà non è diretta, ma mediata da immagini con cui interagiamo quotidianamente e che l'infinita varietà delle esperienze e della sua complessità, per essere compresa dalla mente umana deve essere necessariamente semplificata (Lippmann, 1922).

Di conseguenza la televisione ha gradualmente contribuito a una specifica identificazione del genere femminile, sia da un punto di vista auto-percettivo, dato che le donne stesse si sentivano obbligate e destinate ad assolvere compiti di tipo domestico e di allevamento dei figli, sia da un punto di vista esterno da parte degli uomini che contribuivano a trattenerle in questo ruolo. Tale visione dei ruoli aveva un ulteriore impatto sui minori, esposti più o meno acriticamente a messaggi caratterizzati da stereotipi di questo tipo (Comitato Media e Minori, 2004).



### 1.3 L'autocomunicazione di massa e i social media oggi

Manuel Castells introduce il concetto di autocomunicazione di massa per descrivere il fenomeno che avviene oggi nei social media. La comunicazione di massa tradizionale, infatti, era unidirezionale, il messaggio era per lo più inviato da poche persone, più nello specifico dai mass media, alla società quindi a molti, che difficilmente avevano la possibilità di controbattere; questo accadeva nel caso di libri, radio, televisione, cinema anche se pian piano la comunicazione di massa venne resa più interattiva con la possibilità di mandare mail, messaggi o di telefonare a programmi radiofonici e televisivi. I social media hanno aperto uno scenario del tutto differente dove la comunicazione è diventata *many to many* (Castells, 2009).

Non sono più i media di massa ad avere l'ultima parola, bensì ognuno di noi attraverso qualsiasi piattaforma social può dire quello che vuole, su qualsiasi argomento, arrivando a un grandissimo numero di utenti e consentendo quindi a milioni di persone la definizione autonoma di messaggi e contenuti. Da tenere in considerazione non è solo il dibattito che avviene tra gli interlocutori che si scambiano idee e opinioni, ma c'è da ricordarsi della maggioranza silenziosa, coloro che ascoltano, leggono e capiscono pur non partecipando.

#### 1.3.1 I social media e la questione di genere

In questo nuovo scenario, i social media sono il nuovo luogo dove stereotipi di genere e vari cliché arcaici trovano modo di riprodursi. Commenti dove deliberatamente e anche involontariamente si pronunciano stereotipi sessisti sono molti. Quando siamo online, nella situazione di non presenza in cui si è, noi siamo le nostre parole quindi dire una cosa utilizzando determinati termini piuttosto che altri, formulare il discorso in un modo piuttosto che in un altro determinerà la nostra persona.

Anche John Turner e Henri Tajfel attraverso il concetto di categorizzazione sociale distinguono tra gruppi dominanti, gli uomini, e gruppi dominati, le donne (Turner, Tajfel, 2004).

I social media in questa situazione portano alla polarizzazione, creano correnti di pensiero e divergenze che sembrano non voler fare uscire da una sorta buco nero e profondo. L'attuale dibattito sul tema del genere si trova alla base di molti movimenti e correnti di pensiero; vediamo per esempio i nuovi movimenti come il *#Metoo* o il movimento transgender ma anche movimenti più vissuti come quello delle femministe e le organizzazioni come GLAAD, un'organizzazione no-profit di attivismo LGBT. Tutti alla base hanno il comune obiettivo di portare il dibattito nei media dato che la questione ha una grossa influenza sul modo in cui vediamo la nostra vita e quella degli altri (Scarcelli, Krijnen, Nixon, 2020).

Come sostiene Karen Ross, il campo femminista continua a essere molto criticato e viene considerato come inutile o frivolo (Ross, 2020). Possiamo osservare alcuni casi attuali: la crescita del movimento cattolico anti-gender in Italia, che si è opposto all'approvazione del disegno di legge sulle unioni civili per le coppie omosessuali e all'introduzione di programmi di educazione di genere nelle scuole (Lavizzari, Prearo, 2019). Lo stesso è accaduto in Ungheria nel 2018 dove il primo ministro Viktor Orban ha abolito tutti i programmi di educazione di genere ritenendoli sbagliati. Un altro esempio appartiene all'Australia dove il deputato Simon Birmingham ha proposto al consiglio di bloccare i finanziamenti per gli studi sul genere. Questi tre esempi ci permettono di capire che, a quanto pare, le questioni relative al genere sono ancora un problema in alcune parti della società contemporanea, nonostante ci siano stati comunque dei cambiamenti progressivi.

## **1.4 La storia dei femminili nel tempo**

### **1.4.1 I femminili nella lingua italiana**

La questione dei femminili professionali suscita reazioni divergenti e polarizzate sia da parte di uomini che di donne. Ma prima di intendere la motivazione di tali reazioni è opportuno sapere che si possono identificare tre tipologie linguistiche: le lingue prive di genere grammaticale come l'ungherese (*genderless languages*), le lingue con genere

naturale come il danese o l'inglese (*natural gender languages*) e le lingue con genere grammaticale come il tedesco, il francese, lo spagnolo e l'italiano (*grammatical gender languages*). In questo ultimo caso ogni sostantivo possiede un genere grammaticale o maschile o femminile dove per oggetti inanimati e astratti è imprevedibile mentre per animali o esseri umani dipende dal genere semantico dell'animale o persona a cui si riferisce (Gheno, 2020a).

In italiano si identificano quattro coppie di sostantivi maschili o femminili: i nomi di genere fisso, dove maschile e femminile sono diversi (*madre-padre; fratello-sorella*), i sostantivi di genere promiscuo dove esiste un unico nome per entrambi i generi e viene aggiunto *maschio-femmina (la femmina del tasso)*, i nomi di genere comune dove maschile e femminile sono uguali e varia solo l'articolo (*il pediatra-la pediatra*) e i nomi di genere mobile dove maschile e femminile sono espressi tramite una desinenza (*rettore-rettrice; sarta-sarto*) (Gheno, 2019).

#### 1.4.2 L'evoluzione nel tempo

Il lavoro sulle relazioni tra produzioni medialità e genere è caratterizzato sia da approcci qualitativi che quantitativi e il concetto di annientamento simbolico delle donne nei media coniato da Gaye Tuchman costituisce la pietra miliare di entrambi gli approcci e sostiene come i media sottovalutino e travisino le donne (Tuchman, 1978). Gli studi di Carolyn Byerly e Karen Ross, infatti, mostrano come le donne siano sottovalutate nelle posizioni decisionali (Byerly, Ross, 2004); altri illustrano come la segregazione di genere abbia effetti nell'industria mediatica (Gill, 2014; Ruoho, Torkkola, 2011) e quelli di Tonny Krijnen e Sofie Van Bauwel mostrano come la conquista di una posizione rilevante nelle industrie mediatiche sia difficile per coloro che sono diversi dal maschio eterosessuale bianco (Krijnen, Van Bauwel, 2015).

La questione del femminismo e della discriminazione nei confronti delle donne è una questione che suscita sempre molto interesse, nel bene e nel male; c'è chi rigetta e rifiuta in toto di appoggiare e portare avanti la causa e chi invece si fa promotore e crede fortemente in determinati ideali. Le lotte che vengono innalzate dal femminismo sono molte e riguardano ogni ambito della vita privata e pubblica delle donne.

È interessante, da questo punto di vista, considerare in particolare la questione della declinazione al femminile dei nomi di professione usati normalmente al maschile. È una tematica in cui si sintetizzano molte delle dinamiche di scontro sugli stereotipi che si ripetono nel dibattito pubblico.

Come già affermato in precedenza, il nostro pensiero e di conseguenza le parole che utilizziamo descrivono noi stessi e determinano il mondo che ci circonda, insomma formano la nostra comunicazione; come affermavano due linguisti statunitensi: “La lingua non solo esplicita il pensiero ma lo condiziona, sarebbe la lingua a permetterci di dire certe cose e non altre”, è l’ipotesi di Sapir-Whorf. Secondo questa visione, infatti, la lingua determina la realtà che ci circonda e siccome la società muta, si evolve e si rivoluziona, anche la lingua a livello lessicale dovrebbe fare lo stesso. È anche grazie alla lingua che si possono evitare quindi stereotipi, sessismi e promuovere la cultura del genere senza discriminare nessuno (Sapir, Whorf, 1956 in Carassai, Crucianelli, 2017).

La questione dei femminili non è un argomento nato negli ultimi anni, già Alma Sabatini pubblicò “Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana” (Sabatini, 1987). Lo scopo dell’elaborato era di fornire delle alternative linguistiche per evitare di incorrere in forme sessiste della lingua italiana, cercando di dare pari valore anche ai termini riferiti al sesso femminile. Alcune delle principali proposte contenute nelle Raccomandazioni erano quelle di: usare il maschile come genere non marcato quindi di usare per esempio le parole *persone-individui* al posto di *uomini* quando ci si volesse riferire a una moltitudine di persone che comprendesse donne e uomini; di accordare aggettivi e participi passati con i nomi in maggioranza; e di creare la forma femminile, qualora non fosse in uso, per i titoli professionali.

Le prime due proposte non furono mai accettate dai parlanti, mentre per quanto riguarda l’ultima proposta descritta ci furono dei cambiamenti; man mano iniziarono a entrare in uso parole che si riferivano ai titoli professionali femminili anche se con molta difficoltà di accettazione sia da parte di uomini che di donne. Le Raccomandazioni hanno avuto comunque il merito di aprire la questione tra identità di genere e lingua italiana e di far ragionare su di essa.

Successivamente alla pubblicazione delle Raccomandazioni, per quanto riguarda la formazione dei femminili professionali, si crearono differenti correnti di pensiero più o meno favorevoli ai femminili professionali.

Per esempio, Luca Serianni nel 1996 in una risposta pubblicata sul periodico “La crusca per voi” affermava:

“A me sembra però che, al di là dell’uso di alcuni giornali (non di tutti!), più sensibili al politicamente corretto, nella lingua comune forme del genere non siano ancora acclimate e, anzi, potrebbero essere oggetti di ironia. Sul loro successo incide negativamente anche il fatto che molte donne avvertano come limitativa la femminilizzazione coatta del nome professionale, riconoscendosi piuttosto in una funzione o condizione tale, a prescindere dal sesso di chi la esercita” (Serianni,1996).

Si espone sulla questione anche la linguista Raffaella Setti nel 2003 in una risposta di consulenza pubblicata sul sito web della Accademia della Crusca e dedicata al femminile dei nomi in *-tore* e *-sore* e afferma che per alcuni sostantivi basta cambiare l’articolo per formare i femminili, come per esempio: *il giudice-la giudice* o *il deputato-la deputato*. Nel primo caso le regole grammaticali suggeriscono il cambio di articolo per la formazione del femminile mentre nel secondo caso no, ossia che la parola al femminile esiste ed è permessa dalla lingua italiana; infatti, oggi a distanza di anni *la deputata* è una parola in uso senza problemi (Setti,2003).

Un ulteriore esempio lo fornisce nel 2006 un docente universitario di economia, Marcello Lando, che scrive a Giorgio De Rienzo che teneva la rubrica “Scioglilingua” sul Corriere della Sera:

“Vorrei il suo parere sull’abuso giornalistico che viene fatto del femminile di *sindaca* oppure *ministra* e così per i titoli professionali (*notaia, avvocatessa, ingegnera, architetta*). Esiste il *medico* e la *medichessa*? Si è *Commendatore* e *Commendatora*? *Grand’Ufficiale* e *Grand’Ufficialezza*?...” (Lando,2006).

Anche in questo caso si può notare un’ulteriore visione divergente e come venissero già sollevate problematiche di genere linguistico in relazione all’uso dei femminili.

Successivamente tra gli anni 2008-2014 la questione venne affrontata con maggiore impegno perché alla presidenza della Accademia della Crusca c’era una donna, Nicoletta

Maraschio, e perché si decise di stampare sulla carta intestata della Crusca l'espressione *la presidente*.

In quegli anni vengono pubblicati diversi lavori di Cecilia Robustelli. In un articolo in particolare che suscitò molto scalpore "Infermiera sì, ingegnera no?", la linguista si domandava quale fosse la ragione di questo atteggiamento restio all'utilizzo dei femminili professionali (Robustelli, 2013). Le risposte più usuali riconducono all'incertezza di fronte all'utilizzo di queste forme, altre fanno riferimento alla presunta bruttezza di queste parole e altre ancora che la forma maschile può essere utilizzata anche per il genere femminile. Robustelli conclude però dicendo che in realtà le resistenze all'uso del genere grammaticale femminile sono per lo più di genere culturale; ribadisce che il vero problema non sono le forme femminili dei nomi di professione, tutte regolamentate dalla grammatica italiana, ma una società ostile e non aperta al cambiamento e alla parità egualitaria tra donne e uomini. Asserisce poi che è indispensabile che alle donne venga riconosciuto il loro ruolo in maniera tale da far parte a pieno titolo del mondo del lavoro e che un uso più consapevole della lingua contribuisce anche a una più adeguata rappresentazione pubblica del ruolo della donna nella società.

C'è da aggiungere che anche la questione del maschile sovra-esteso è stata portata al centro del dibattito (Sabatini, 1987).

Un esempio, che ha riscosso successo in seguito alla condivisione sui social di una nota inserita all'inizio, è un libro di Valentine Wolf. In questa nota fa presente che ha deciso di non utilizzare il maschile generalizzato previsto dalla norma italiana ma, di utilizzare l'asterisco (\*) che permette di superare la dicotomia di genere (Wolf, 2020). Non è l'unica soluzione presentata, infatti, altri metodi proposti sono: la doppia forma, la circonlocuzione, l'omissione dell'ultima lettera, la chiocciola, la *u*, la *x*, la *y* oppure lo schwa (ə) come ha proposto la linguista Vera Gheno (Gheno, 2020b). Lo schwa rappresenta la vocale media per eccellenza ed è quella vocale che si può pronunciare senza deformare la bocca. Non c'è una norma linguistica che designi tutti i generi, ma proprio per l'importanza e per i significati sociali e culturali che la lingua riesce a diffondere, noi tutti dovremmo provare a immaginarci qualcosa e a proporlo e quindi a diffondere questa nuova possibilità.

## 1.5 I femminili professionali

I femminili quindi si formano in diversi modi e ogni sostantivo contiene in sé una forma per entrambi i generi; il problema dei femminili professionali, quindi, non sussisterebbe perché la lingua italiana prevede una forma per ogni nome e per capire quale basterebbe consultare un buon dizionario. Il problema sorge e crea stranezza e reazioni ostili da quando la presenza delle donne in certi mestieri è aumentata sempre di più; il problema non c'è quando si parla di professioni abituali come *il/la estetista*, *il nuotatore/la nuotatrice*, *il sarto/la sarta* bensì quando le donne ricoprono cariche di maggiore importanza, come cariche politiche o dirigenziali (ministra, assessora, sindaca, avvocatessa). Questo ci fa capire che la questione non è solo linguistica ma piuttosto sociale e culturale; la vicenda non è sempre esistita perché è solo negli ultimi anni che le donne hanno avuto accesso a determinate cariche, prima il problema non si poneva nemmeno perché non esistevano proprio le figure nella società e quindi non c'era modo e motivo per utilizzare determinate parole.

Sia uomini che donne definiscono questi termini come strani, brutti, cacofonici, superflui, ma in realtà queste forme non introducono nessuna stranezza alla lingua italiana, quanto il fatto che nella società attuale è opportuno chiamare ognuno con il suo nome, e siccome i sostantivi esistono non c'è motivo di non usarli. I giudizi cacofonici, per esempio, lasciano di certo il tempo che trovano; quante volte una parola ci suona male all'orecchio o è strana, ma di certo non ci eludiamo dall'usarla (Ghenò, 2020a).

Tutto riconduce a stereotipi di genere e discriminazione nei confronti delle donne. L'uso dei femminili professionali dipende esclusivamente dalla società; infatti, non vengono imposti dall'alto e tantomeno non esiste alcun obbligo che impone di usarli. Denominare le persone con l'appellativo corretto e diffondere una terminologia non così diffusa, implicherebbe meno reazioni ostili da parte dei parlanti; un esempio è il termine *la deputata* che oggi come oggi per la maggioranza delle persone non desta più tanta stranezza come in passato, appunto perché entrato nell'uso quotidiano di ognuno.

La società è in continua evoluzione e di conseguenza anche la lingua, il problema fondamentale è che le persone in realtà sono ostili al cambiamento e conservatrici. Questo problema linguistico denota che nella nostra società il problema non è la grammatica

bensì il pensiero sessista di cui il linguaggio è veicolo. In questa situazione si potrebbe pensare che le reazioni avverse arrivino soprattutto dagli uomini invece, sono le donne a mostrare per prime posizioni contrarie. Agli uomini tendenzialmente non importa molto dei femminili professionali, la questione li riguarda indirettamente, lo considerano infatti un capriccio femminile.

Le donne, invece, dimostrano di avere poca autostima e si percepiscono inferiori agli uomini; molte di esse ribadiscono energicamente di non voler assolutamente essere chiamate *avvocata* o *ministra*, per esempio, come se il fatto di essere chiamate con titoli professionali femminili non le facesse sentire in quelle specifiche cariche, come se al titolo professionale maschile venisse dato maggiore valore. La questione è che se le donne si sentissero veramente a pari livello dell'uomo non avrebbero alcun problema a farsi chiamare con titoli professionali femminili (Gheno, 2020a).

## **1.6 Repliche e obiezioni degli utenti ai femminili professionali**

Di seguito saranno analizzati commenti e risposte in toto o in parte a post, articoli e discorsi pubblicati dalla linguista Vera Gheno sui suoi account social o su account per cui lavora e riportati e analizzati poi nel libro da lei pubblicato intitolato “Femminili singolari” (Gheno, 2019). La tematica principale che accomuna le repliche è la conseguenza delle parole della linguista sui femminili professionali. Vera Gheno, infatti, cerca di diffondere l'idea per cui i femminili professionali sono corretti e previsti dalla lingua italiana.

Una donna su Facebook scrive: “Sono arrabbiatissima con Accademia della Crusca! Come si può accettare di stravolgere al femminile parole come assessora, sindaca, ministra, architetta, magistrata ed altre orripilanti parole?”.

Sempre su Facebook degli uomini scrivono rispettivamente: “Vera Gheno semplicemente perché magistrata avvocatata e ingegnera suonano malissimo, orripilanti, orride” e “Vera Gheno continua a non capire, non è una questione di correttezza, ma di estetica. Una parola rimane brutta anche se corretta”.



Questi sono alcuni dei molti commenti, riportati nella loro forma originale compresi gli errori di ortografia, che utilizzano come giustificazione al non uso dei femminili professionali dei canoni di bellezza della parola.

Altri commenti fanno riferimento al fatto che il problema risiede nelle assonanze, un uomo e una donna affermano rispettivamente: “da ministra a minestra, non è che ci vuole così tanto”, “Mo no proprio architetta, per via di TETTA (!! in cantiere è pessimo”.

Diverse donne affermano invece che i femminili professionali risultano offensivi e sinonimo di presa in giro, ma come è già stato affermato, il fatto che alcuni nomi possano sembrarci insoliti e strani dipende da noi. L’iniziativa di contribuire alla loro diffusione e normalizzazione dovrebbe partire proprio dalle donne, dato che la questione le riguarda direttamente, però a quanto pare alcune non intendono il significato profondo di questa questione. Vediamo ora i commenti pubblicati da due donne: “Io sono ingegnere e rimango ingegnere, e tendenzialmente se qualcuno mi chiama ingegnera mi sembra che mi prenda un po’ in giro”, “Ma se si rivalutasse l’uso del genere neutro? Alcuni nomi femminili tipo sindaca mi sa un po’ di presa in giro perché spesso vengono pronunciati con un tono della voce un po’ particolare”.

Altri commenti invece fanno riferimento al fatto che i problemi delle donne sono ben altri, infatti una donna scrive su Facebook: “Eh ma ciò che non si capisce è che non si costruisce il rispetto verso le donne femminilizzando delle semplici parole. Si parte da un pochino più lontano”, “Serve a marcare la differenza e disuguaglianza. Forzature inutili. Se al posto di una *a* si badasse ad altro, forse, questa festa inutile sparirebbe”.

In questo caso sono due donne a pronunciare queste parole, il problema è che ci sono certamente questioni più importanti e rilevanti, ma se già su piccole cose come i femminili professionali si trovano altre vie d’uscita di certo questo problema difficilmente troverà una soluzione. È opportuno ricordare che le parole non sono un mondo a sé ma producono e contengono una serie di relazioni e significati che si legano alla società in cui viviamo.

In commenti come: “Sei un idiota e con sta storia dei femminili avete rotto le palle. Architetto non ha femminile in architetta”, “Mi spiace ma assessora è un errore dal punto di vista grammaticale...fine del discorso...”, “La portiera è quella dell’auto. Fine.”; un dizionario avrebbe aiutato a capire che la grammatica italiana permette l’uso di tutti questi termini.

Un altro episodio che ha suscitato molte discussioni è il caso di Laura Boldrini che nel 2015 alla Camera dei deputati insistette nel farsi chiamare da un deputato leghista *signora presidente* e non *signor presidente* (Gheno, 2018). Questo episodio iniziò a essere citato in maniera distorta da alcuni giornali, tra cui il Giornale, che iniziarono a scrivere che la Accademia della Crusca aveva avallato la richiesta della Boldrini di essere chiamata *presidenta*. In realtà questa richiesta non è mai stata fatta, né dalla Boldrini né dall'Accademia della Crusca; è stato solo lo scalpore e la lotta della presidente sulla questione dei femminili professionali ad avere fatto agitare gli animi più del dovuto.

Molti sono i commenti sulla questione: “È da qualche tempo che l'Accademia della Crusca macina quasi esclusivamente crusca. Lo so perfino io che si può dire presidentessa. Non esiste presidenta (il mio computer l'ha appena sottolineato in rosso)” oppure “Manca presidenta! Poi ci sarà la declinazione assesor\* impronunciabile per chi non sa chi è”.

Diverse sono quindi le motivazioni che portano sia donne che uomini a credere che i femminili professionali non abbiano ragione di esistere ma come si è visto in realtà è solo la società che limita il diffondersi di questi termini perché tutti permessi dalla grammatica italiana.

Qualora ci si dovesse trovare in situazioni dove si è tenuti a controbattere e confutare le tesi fallaci di qualcuno relative alla questione dei femminili professionali è opportuno fare riferimento a delle obiezioni ricorrenti.

Nel caso in cui si faccia riferimento alla tradizione è opportuno fare presente che la lingua italiana evolve con l'evolversi della società, è normale quindi che termini che non si sono mai usati prima, pur esistendo, entrino nell'uso quotidiano delle persone. Qualora si facesse riferimento al benaltrismo, è appropriato affermare che denominare le cose con l'appellativo corretto aiuta a normalizzare la questione, in questo caso la presenza femminile nelle varie professioni.

Ci sono casi in cui si fa riferimento ad obiezioni del tipo “allora da domani dico *il pediatro* o *il presido*”, è debito in tal circostanza sottolineare la differenza tra nomi di genere comune, promiscuo e mobile. Alcuni, come già evidenziato, fanno riferimenti cacofonici, opportuno ribadire che il giudizio estetico di una parola è soggettivo e soprattutto non rilevante a differenza dell'utilità della parola stessa, come non rilevante è il far riferimento alla polisemia dei sostantivi quando in realtà basta solo il contesto per

chiarirne il significato; lo stesso vale per le assonanze che si trovano in ogni contesto e non hanno mai destato alcuna preoccupazione.

Altri si appellano alla neutralità delle cariche ma quando ci si riferisce ad una persona o animale il genere grammaticale corrisponde al genere semantico quindi al sesso della persona o animale a meno che non si stia parlando in maniera generica. Molti invece pensano che battersi per una questione simile è da femministi ma in realtà è più una questione sociale e culturale dovuta all'evolversi della società. Altri invece li rifiutano perché è sempre stata la sinistra a voler dare alla donna maggiori opportunità lavorative. Ulteriore pretesto per non utilizzare i femminili professionali è invece il richiamo al politicamente corretto, quando in realtà non si tratta di questo ma piuttosto di grammaticalmente corretto (Gheno, 2020a).

## **1.7 Il divario di genere nella conciliazione tra famiglia e lavoro retribuito**

Dati Istat del 2011 e 2014 pubblicati rispettivamente nel 2012 e nel 2015 affermano che dagli anni 70 in poi il ruolo delle donne ha subito importanti cambiamenti e la loro permanenza e sviluppo nel mondo del lavoro è cresciuta sempre di più (Istat, 2011;2014, pubblicazione 2012;2015). Nonostante ciò, nella società sono ancora presenti forti disuguaglianze di genere nei livelli di occupazione: nell'UE si registra un tasso del 70,1% per gli uomini e uno del 59,6% per le donne, il secondo livello più basso di occupazione femminile nel continente si registra in Italia con un tasso pari al 46,8% (Eurostat, 2010, pubblicazione 2011).

Nel 2019, nell'UE, invece il tasso di occupazione aumenta sia per gli uomini che per le donne, è rispettivamente del 74% e 63%; in Italia si registra il tasso di occupazione femminile più basso dell'UE, pari al 50,1%. Uno dei fattori principali di questo gap è la divisione del carico familiare con l'arrivo dei figli, sono le donne infatti a svolgere la maggior parte dei lavori domestici e di allevamento dei figli mentre gli uomini ad occuparsi del lavoro extra domestico. È comunque interessante notare che il divario tra il tasso di occupazione delle donne e degli uomini aumenta con il numero di figli. Nell'Ue nel 2019, il tasso di occupazione per le donne senza figli è il 67 %, mentre è il 75 % per

gli uomini. Con l'arrivo del primo figlio il tasso aumenta per le donne e corrisponde al 72% e all' 87% per gli uomini. Per le donne con due figli, il tasso rimane quasi invariato e corrisponde al 73%, mentre quello degli uomini aumenta al 91%; mentre per le famiglie con tre o più figli, il tasso di occupazione diminuisce al 58% per le donne, mentre per gli uomini è dell'85% (Istat, 2019, pubblicazione 2020).

Un aspetto interessante è anche la conciliazione tra lavoro part-time e famiglia. Questa tipologia non è però distribuita uniformemente tra donne e uomini; infatti, il 30 % delle donne occupate lavora part-time, contro l'8% degli uomini (Istat, 2019, pubblicazione 2020).

Nel 2020 il tasso di occupazione maschile e femminile diminuisce, sono rispettivamente 72% e 62% (Istat, 2020, pubblicazione 2021); mentre nel 2021 risale rispettivamente al 73% e 63% (Istat, 2021, pubblicazione 2022).

Oggi la maternità è ancora un grande ostacolo nel mondo del lavoro soprattutto per quanto riguarda la crescita di carriera, infatti, gli avanzamenti della carriera di una donna sono molto più lenti rispetto a quelli di un uomo; nel 2019 solo il 33% dei manager dell'UE erano donne (Istat, 2019, pubblicazione 2020). Specialmente in Italia la conciliazione tra famiglia e lavoro caratterizza un problema per le donne, il 22,4% di esse interrompe infatti il lavoro per motivi familiari, percentuale decisamente maggiore al 2,9% degli uomini.

Sebbene oggi, nel XXI secolo, sia comune una visione egualitaria della divisione del lavoro e incarichi familiari tra uomo e donna, spesso, in realtà, le persone nel sostenere le loro tesi fanno riferimento a disuguaglianze di genere affermando che le donne hanno una predisposizione naturale nella cura della casa e dei figli o la possibilità degli uomini a guadagnare di più delle donne (Blain, 1994; Edley, Wetherell, 1999). Altri studi evidenziano che spesso gli uomini si giustificano affermando che la loro limitata partecipazione alla cura della prole e della casa è dovuta alla centralità del lavoro retribuito (Finn, Henwood, 2009) mentre le donne fanno riferimento al fatto che una buona donna e madre, in primis, deve essere centrata sui bisogni dei figli (Hays, 1996; Miller, 2007).

Una recente ricerca (Lasio, Putzu, Serri, De Simone, 2017) ha coinvolto 20 coppie eterosessuali, tutte a doppio reddito quindi con entrambi i partner occupati in un lavoro extra domestico e durante il terzo trimestre di gravidanza. L'intervista si focalizza su due

varianti principali: le aspettative sulla futura divisione del lavoro della cura del figlio e l'importanza del lavoro retribuito dopo la nascita del figlio. Analizzando i dati si sono individuate tre opposte visioni da parte degli intervistati: una visione progressista, una tradizionalista e i dilemmatici. Quattro coppie, ossia il 20%, appartengono alla prima categoria elencata; sostengono infatti che sia la madre che il padre si impegneranno in una egualitaria suddivisione dei compiti, conciliando adeguatamente sia la famiglia che il lavoro retribuito. Per quanto riguarda la cura del figlio, infatti, si sostiene che è un compito che deve essere equamente diviso e allo stesso modo anche il lavoro extra domestico. Corrisponde invece al 35%, sette coppie, una visione più tradizionale dove si prevede una divisione dei ruoli dipendente all'appartenenza sessuale; la donna in questo caso è vista come unica responsabile della cura della prole mentre è l'uomo che deve occuparsi del lavoro retribuito. In questo caso la figura maschile a livello di allevamento del figlio risulterebbe solo come un aiutante della madre. Nove coppie, ossia il 45%, si trovano in contraddizione con il loro stesso pensiero perché le risposte sembrerebbero richiamare una divisione egualitaria dei compiti sia per quanto riguarda il lavoro extra domestico sia per quanto riguarda gli incarichi genitoriali ma in realtà entrando più a fondo nella questione le coppie fanno riferimento a ideali opposti che sottolineano una visione binaria del genere perché ritengono che uomini e donne abbiano compiti e inclinazioni diverse.

Il filone dei dilemmatici che corrisponde a 9 coppie su 20 ritiene che uomini e donne abbiano doveri diversi in relazione al lavoro retribuito e al lavoro relativo alla cura del figlio, come anche i dati Istat ed Eurostat confermano.

## Capitolo 2. Il caso Elisabetta Franchi

### 2.1 Elisabetta Franchi: chi è?

La protagonista della vicenda è Elisabetta Franchi<sup>1</sup>.

Elisabetta Franchi nasce a Bologna nel dicembre del 1968, da un'umile famiglia bolognese in cui era la sola madre a portare avanti cinque figli, di cui lei è la quarta. Ha studiato all'istituto Aldrovandi Rubbiani di Bologna, un istituto professionale.

Sin da giovane è sempre stata interessata al mondo della moda e dei vestiti e appena concluse il percorso scolastico andò a lavorare nel mercato del paese dove era dipendente in una bancarella di abbigliamento.

Nel 1995 decise di aprire un piccolo atelier, chiamato "Le complici", che contava circa 5 dipendenti. Successivamente nel 1968 si ingrandì e diede vita alla Betty Blue S.p.a. che produce la collezione CELYN b, un nome che rievoca l'eleganza dello stile parigino e dove la lettera *b* sta per Betta, suo diminutivo. È il 2002 quando riesce ad aprire il suo primo negozio, monomarca, a Viareggio; negli anni successivi in Italia vengono aperti altri punti vendita per arrivare poi fino in Russia.

Il suo successo, e di conseguenza i guadagni crebbero sempre di più tanto che nel 2006 acquistò un ex azienda farmaceutica dimessa, che dopo 2 anni di progettazione e ristrutturazione diventò l'headquarter della Maison, con ben 6000 metri quadri di struttura moderna ed ecosostenibile nel centro bolognese.

La svolta avvenne nel 2011 quando il brand arrivò nelle passerelle della moda di Milano e solo un mese dopo venne aperto lo shop online; intanto a Parigi, Dubai, Hong Kong e Pechino venivano aperti dei punti vendita.

Nel 2012 la stilista decise di firmare il proprio marchio con il suo stesso nome, dando vita all'omonimo marchio, Elisabetta Franchi.

---

<sup>1</sup>Biografia: <https://www.elisabettafranchi.com/it/>

Nel 2013, Milano è la sede del suo primo showroom. Sempre nel 2013 entra nell'azienda Betty Blue S.p.a. il fondo di investimento Trilantic Capital Partners, ma nel 2017 riacquisisce il controllo delle azioni al 100%.

Grazie al suo stile femminile, glamour ed elegante, alla qualità e alla ricerca dei particolari riesce a conquistare il cuore di moltissime donne, posizionandosi nel mondo del lusso. Come già affermato, il brand non ha raggiunto solo il pubblico italiano, bensì il pubblico di tutto il mondo con 1100 negozi multimarca e 98 Boutique monomarca (2021), dislocate nelle città più famose del mondo. La cura dei dettagli e lo stile lussuoso ed elegante hanno fatto sì che sia uno dei brand più richiesti dallo Star System; veste, infatti, celebrità internazionali come per esempio: Angelina Jolie, Kate Hudson, Jessica Alba, Emily Blunt, Jennifer Lopez, Lady Gaga, Kendall Jenner, Dita Von Teese, Kourtney Kardashian.

Elisabetta Franchi è anche una forte animalista, infatti, ha sempre cercato di unire la sua passione per gli animali a quella per il suo marchio; collabora con LAV, un'associazione animalista italiana, eliminando già dal 2012 la pelliccia animale dalla produzione e successivamente nel 2014 la piuma d'oca e la lana d'angora. Il suo amore per i cani ha portato inoltre a promuovere nel 2013 un programma di *dog hospitality*, dove diede la possibilità ai suoi dipendenti di portare i loro amici a quattro zampe in azienda. Tutte queste attività insieme alle altre iniziative a favore degli animali vengono oggi incorporate dalla Fondazione Elisabetta Franchi Onlus, istituita da lei stessa nel 2019. La fondazione oltre a portare avanti i progetti sopraelencati ha l'obiettivo di sostenere economicamente diversi canili che sono in difficoltà e di contrastare il fenomeno del *Dog Meat Trade*, ossia il commercio di carne di cane, in Asia.

Nel 2019 il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella le conferisce l'onorificenza di Cavaliere dell'Ordine "Al Merito della Repubblica Italiana"; mentre nel 2021 riceve il premio Ernst&Young Italia "Imprenditore dell'anno".

L'account Instagram di Elisabetta Franchi conta 300 milioni di followers e quotidianamente si mostra e comunica con essi mostrando la sua vita anche privata.

## 2.2 Quadro generale dell'intervista

Elisabetta Franchi, nota stilista conosciuta in tutto il mondo e proprietaria dell'omonimo marchio, a maggio 2022 viene invitata ad un convegno organizzato da PwC Italia e il Foglio.

PwC è un network con circa 327.000 professionisti in tutto il mondo e circa 7.000 in Italia, che grazie a proposte innovative e all'avanguardia riesce a risolvere problematiche complesse di diversi generi; offre per esempio, servizi di revisione, consulenza legale, fiscale e di marketing delle aziende.

Il foglio è un quotidiano, disponibile anche online, fondato nel 1996 da Giuliano Ferrara e diretto dal 2015 da Claudio Cerasa.

Il 4 maggio 2022 PwC Italia e il Foglio della Moda hanno organizzato l'evento "Donne e moda: il barometro 2022" e in occasione dell'evento è stata presentata la seconda ricerca annuale sul lavoro e sulle opportunità femminili nel mondo del lavoro e del lusso. Il convegno si è tenuto in presenza a Milano presso la Torre PwC e sarebbe poi stato trasmesso anche in streaming il pomeriggio stesso sulle pagine social di PwC Italia e sul sito del Foglio.

Al convegno hanno partecipato diverse personalità di grande importanza, come per esempio: Erika Andretta, Partner di PwC Italia; Elena Bonetti, ministra per le Pari opportunità e la famiglia; Lucia Borgonzoni, sottosegretaria del Ministero della Cultura; Carlo Capasa, presidente Camera Nazionale della Moda Italiana; Maurizio Crippa, Vice Direttore Vicario Il Foglio Quotidiano; Francesca di Carrobbio, amministratrice delegata di Hermès Italia; Silvia Damiani, Vice Presidente Gruppo Damiani; Elisabetta Franchi, Imprenditrice; Fabiana Giacomotti, Curatrice Il Foglio della Moda; Alessandra Gritti, Ceo Tamburi Investment Partners; Linda Laura Sabbadini, Chair W20 Italy, Direttrice Dipartimento per lo Sviluppo di Metodi e Tecnologie ISTAT e Angelica Visconti, Vice Presidente di Salvatore Ferragamo, Ugo Bertone, collaboratore del Foglio, Paola Bulbarelli, collaboratrice del Foglio.

Nel corso del convegno non c'è stato un intervistatore fisso, cambiava con il cambiare dell'intervistato. Le personalità che si sono occupate di intervistare sono stati i dipendenti del Foglio sopraelencati. La speaker dell'evento, colei che introduceva l'intervistato e intervistatore è stata Fabiana Giacomotti, che ha anche intervistato a sua



volta Elisabetta Franchi.

### **2.3 L'intervista a Elisabetta Franchi: cosa è successo?**

Elisabetta Franchi durante il convegno<sup>2</sup> organizzato era tenuta a parlare delle donne nel mondo del lavoro, scopo appunto dell'intervista; quindi, ha portato fatti e vicende che sono legate personalmente alla sua realtà e alla sua azienda.

Verrà riportato di seguito tutto il dibattito avvenuto, omettendo alcune frasi che non sono rilevanti per lo scopo dello studio.

L'intervistatrice, Fabiana Giacomotti, fa una premessa iniziale affermando che la figura di Elisabetta Franchi come imprenditrice smentisce tutto quello che si era detto dall'inizio del convegno a quel momento, ossia che le donne fanno difficilmente carriera, che difficilmente hanno posizioni importanti nelle aziende di moda e che diventano imprenditrici.

L'imprenditrice inizia il suo discorso affermando:

“Nella mia azienda l'80% sono donne, quindi siamo già a un buon livello dove però, da donna che siede su una poltrona importante, ho riflettuto sul fatto che io mi confrontavo molto più con gli uomini che con le donne. Il confronto con un uomo è bello, non è che adesso questi uomini li dobbiamo uccidere tutti, il confronto per me è piacevole perché sono due menti che si incontrano e mettono insieme idee e suggerimenti. Però ho pensato e ho detto cavolo è vero io di donne ne ho poche”.

Sottintende che nelle cariche di maggiore importanza con cui lei deve avere a che fare le donne sono in minore numero.

Successivamente aggiunge:

“In Italia però c'è un problema, e non lo può risolvere solo l'imprenditore, ed io adesso parlo dalla parte dell'imprenditore. quando metti una donna in una carica importante, se è molto importante, poi non ti puoi permettere di non vederla arrivare per due anni, perché quella posizione è scoperta e un imprenditore investe tempo,

---

<sup>2</sup> Intervista integrale (da 1:25:10 a 1:37:18): <https://www.youtube.com/watch?v=IOfQqbGvM4M>

energia e denaro e se ti viene a mancare è un problema. E quindi anch'io da imprenditore responsabile della mia azienda spesso ho puntato su uomini, perché....”.

“Eh sì, perché però, perché una donna non veniva aiutata, non viene aiutata”, conclude l'intervistatrice. Fabiana Giacometti continua dicendo: “Tu però come hai fatto? Tu hai allevato due figli.”

Elisabetta Franchi risponde:

“Io ho allevato due figli, però va fatta una premessa, io oggi le donne le ho messe ma sono ‘anta’ – perché questo va detto – sono comunque ancora ragazze, ma delle ragazze cresciute. Se dovevano sposarsi si sono già sposate, se dovevano avere figli li avevano già fatti, se dovevano separarsi hanno fatto anche quello, per cui io le prendo che hanno fatto tutti e quattro i giri di boa. Sono lì belle tranquille che lavorano con me al mio fianco e lavorano h24, questo è importante. Cosa che invece gli uomini non hanno. Io sono emiliana e nonostante sia così emancipata, credo che noi donne abbiamo un dovere, che è quello nel nostro DNA, che non dobbiamo neanche rinnegarlo. I figli li facciamo noi, incinto ancora no, e comunque il camino in casa lo accendiamo noi. È una grande responsabilità di una donna”.

L'intervistatrice risponde richiamando un ospite, Carlo Capasa, e affermando in maniera ironica che lui stava facendo finta di non sentire e stava guardando il cellulare.

L'imprenditrice continua dicendo che però c'è anche lo stato e che bisogna far riferimento anche a quello:

“Tu come imprenditore dici, io investo in una donna che non è ‘anta’, poi questa donna giustamente vuole fare famiglia, sposarsi andare in vacanza e fare le sue cose ed io come imprenditore se decide di avere dei figli mi ritrovo in una posizione strategica con un buco, per un mese? No. Per rispondere alla tua domanda di prima io ho fatto due tagli cesarei organizzati e sono entrata alla sera alla mattina mi hanno fatto partorire e dopo due giorni ero a lavorare con i punti che mi dolevano...è un grande sacrificio essere imprenditori donne”.

La speaker risponde: “Io vedo il vice ministro Borgonzoni che non solo è da applausi, però ci si rende un po' conto di una difficoltà raccontata in questa maniera anche

molto diretta”.

Fabiana Giacometti dice poi che si è informata e ha capito che ci sono delle dirigenti e domanda se appunto queste avessero già fatto ‘i quattro giri di boa’ e Elisabetta Franchi ribadisce: “Beh sono ‘anta’ assolutamente e quindi mi sono accertata che siano ‘anta’”. L’intervistatrice quasi la interrompe e afferma: “Nessuno le vuole, e lei le vuole tutte, Elisabetta Franchi le assume, le prende lei...hai fatto tutti ‘i giri di boa necessari’ e sei libera”.

La designer continua: “Sei libera, hai meno sensi di colpa perché le donne hanno anche i sensi di colpa... il mondo della moda, è un lavoro molto duro, è un lavoro durissimo si lavora tanto e quando decidi di entrare in un’azienda di moda non sono tutte caramelle”.

## **2.4 Le conseguenze delle sue affermazioni**

La bufera mediatica dovuta alle conseguenze delle parole di Elisabetta Franchi si è scatenata subito dopo la pubblicazione in streaming del video dell’intervista, che è stato postato lo stesso giorno anche sul profilo Instagram della stilista.

Oltre i numerosi commenti negativi riportati sotto la sua stessa pubblicazione e anche su pagine e profili di persone che condividevano parte dell’intervista – e che si analizzeranno in seguito – Elisabetta Franchi è stata anche ospite al programma Porta a Porta della Rai e anche se indirettamente le è stato dedicato un servizio delle Iene. La designer inoltre ha deciso di pubblicare un post relativo alla vicenda sul suo profilo Instagram.

Verranno descritte in seguito le interviste sopra elencate e anche il post di scuse che è stato pubblicato.

### **2.4.1 Il post di scuse**

Il 9 maggio 2022, a distanza di 5 giorni dall’intervista rilasciata per il Foglio e PwC

Italia, Elisabetta Franchi pubblica sui suoi profili Instagram e Twitter<sup>3</sup>, unici Social Media utilizzati dalla stilista che contano rispettivamente 3 milioni di followers e 12.698 followers, un post di scuse e spiegazioni, sotto forma di documento relativo alle sue affermazioni rilasciate durante l'intervista. Elisabetta Franchi ha due profili Instagram, uno ufficiale del marchio<sup>4</sup> e uno personale<sup>5</sup>; il post è stato pubblicato solo su quello ufficiale del brand.

Elisabetta Franchi scrive:

“Elisabetta Franchi è da sempre con le donne e a sostegno delle donne lavoratrici, ci tengo quindi a chiarire il senso, più ampio, del mio intervento all'evento organizzato a Milano da Il foglio e Pwc Italia sul tema Donne e Moda': il barometro 2022, nel quale ho cercato di rispondere alla domanda sul perchè in Italia, nel settore della moda, non esistano donne in ruoli dirigenziali.

È purtroppo un dato di fatto – come mostrano i numeri di Camera della Moda e Confindustria – e la mia stessa personale esperienza come capo d'azienda racconta di quanto sia ancora disseminata di ostacoli l'ascesa professionale delle donne verso ruoli apicali, anche nel settore della moda.

Riconosco di essermi espressa in modo inappropriato, ma i fatti, parlano chiaro: nella mia azienda su 300 dipendenti, l'80% sono donne, di cui la maggioranza è under 40, e le donne manager sono il doppio degli uomini.

In sostanza ho assunto più donne che uomini e per la maggior parte giovani.

Ma lavorare nel mondo della moda richiede disponibilità, reperibilità, ritmi serrati, dedizione e spesso tutto ciò coincide con grandi rinunce riguardo alla propria sfera privata, quelle che io per prima come capo d'azienda ho dovuto fare per garantire continuità e presenza al lavoro.

Sacrifici che non tutte le donne possono affrontare, anche per l'impossibilità per molte di loro, pur volendo, di rientrare al lavoro dopo la maternità, per mancanza di supporti familiari e sociali che impedisce loro di proseguire con successo il proprio percorso professionale.

Di fatto le donne sono tuttora costrette a scegliere tra l'essere madri ed essere donne lavoratrici.

Riguardo all'età delle dirigenti, solitamente si arriva a un ruolo dirigenziale,

---

<sup>3</sup> Account Twitter: <https://twitter.com/bettafranchi>

<sup>4</sup> Account Instagram del marchio: <https://www.instagram.com/elisabettafranchi/>

<sup>5</sup> Account Instagram personale: <https://www.instagram.com/elisabettafranchimylife/>

che è diverso da quello manageriale, dopo anni di esperienza sul campo e spesso coincide con gli “anta”, ma questo vale anche per gli uomini. Invertire la rotta si può e si deve!<sup>6</sup>”.

In seguito a queste parole, la seconda pagina del post è dedicata a dei dati descritti tramite dei grafici che analizzano, nel 2022, il numero di dipendenti uomini e donne che corrispondono rispettivamente al 21% e al 79% su 301 lavoratori. Il secondo grafico invece descrive le dipendenti donne per fasce d’età, le over 40 sono il 46% mentre le under 40 sono il 54% su 237 donne. L’ultimo grafico differenzia i dipendenti e le dipendenti per qualifica: 22 donne hanno un lavoro manageriale, mentre gli uomini sono 10; le impiegate sono 189 mentre gli uomini impiegati sono 26; infine le operaie sono 26 mentre gli uomini 28.

#### 2.4.2 L’intervista a Porta a Porta

Elisabetta Franchi, dopo lo scandalo che l’ha riguardata, è stata ospite a Porta a Porta<sup>7</sup>, il talk show di Rai 1 condotto da Bruno Vespa, il 19 maggio 2022, circa 15 giorni dopo l’intervista rilasciata per PwC Italia e il Foglio.

Verrà riportato tutto il dibattito avvenuto, omettendo alcune frasi che non sono rilevanti per lo scopo dello studio.

Bruno Vespa, dopo una breve introduzione dove spiega l’accaduto, domanda: “Ma lei è davvero sicura che non possano convivere delle donne, anche manager, con il fatto di avere una famiglia?”.

L’imprenditrice risponde:

“No assolutamente no, non volevo dire quello, ho calibrato male le parole e provo di rispiegarlo bene: io ho un’azienda prettamente al femminile, l’80% sono donne e quindi, se pensassi questo, non sarei qui ma soprattutto il 54% sono under 40. Io lavoro al fianco di ragazze giovanissime”.

---

<sup>6</sup> Link diretto al post: <https://www.instagram.com/p/CdWSJGdDFrO/>

<sup>7</sup> Intervista a Porta a Porta (da 1:11:40 alla fine): <https://www.raiplay.it/video/2022/05/Porta-a-Porta-03d85c90-5637-4b16-bb3f-831bc1b47386.html>

Lo speaker continua dicendo: “Però per gli incarichi di responsabilità vuole donne sopra i 40”.

Franchi prosegue:

“Io credo ci sia stato un po’ di fraintendimento perché va assolutamente ricontestualizzato in quale contenitore io parlavo: io sono stata invitata dalla Pricewaterhouse e il Foglio per un incontro dove ero portata a testimoniare sul perché le donne nella moda non coprissero cariche dirigenziali, e importanti. Quindi il contesto era quello”.

Il presentatore la interrompe dicendo: “Però lei ha detto quello che pensa, ormai l’ha detto e l’abbiamo sentito”.

Elisabetta Franchi risponde:

“Sono stata accusata di essere contro le donne, di non assumere donne mentre l’80% della mia azienda è composto da donne e sono al fianco delle donne e questo lo voglio specificare fino all’ultimo. In quella occasione mi è stata chiesta una testimonianza leale e vera da imprenditore. Sul palco eravamo tanti esponenti della moda: imprenditori, amministratori delegati, generazioni di famiglie e politici. La testimonianza che mi era stata chiesta era una testimonianza vera e leale”.

Viene poi mostrato uno spezzone di intervista risalente al 2015 dove Bruno Vespa ha intervistato, a New York, un’imprenditrice italiana del mondo della finanza, Monica Randelli, che oggi è top manager di KKR, una grande società di investimenti finanziari. Oltre ad essere una mamma e una dirigente di alto livello, è capo di un’associazione di donne del mondo di Wall Street che rivendica l’opportunità di fare carriera.

La stilista risponde dicendo:

“Intanto lì siamo in America, qui siamo in Italia e in Italia c’è un problema e non è un problema solo dell’imprenditore. Queste donne si trovano davanti a delle scelte, una donna che si trova in una posizione apicale, io parlo sempre del contesto di una posizione dirigenziale, e decide di fare una famiglia, e ridico e ripeto come ho già detto durante l’intervista, giustamente, perché io sono per la famiglia, non contro

la famiglia però si ritrova poi un problema. Noi sappiamo benissimo che in Italia ci sono 5 mesi di maternità, dove percepisci il tuo compenso al 100%, l'80% lo dà l'Inps il 20% l'azienda, poi hai 6 mesi di maternità facoltativa”.

Bruno Vespa la interrompe dicendo: “Una persona che vuole fare la manager non prende tutto il tempo, perché sa benissimo come gestire il suo tempo. Una persona che vuole fare carriera non si assenta per due anni, anche se lei ha tirato un po’ la corda, dai due anni non sono”.

“Ho tirato un po’ la corda, però un anno e qualcosa sì”, risponde l'imprenditrice.

Il presentatore poi:

“Una persona molto preziosa per l'azienda, anche se fa un figlio, anche se è assente per un anno, anche se il marito non volesse prendersi i permessi di paternità, nel caso proprio peggiore, evidentemente una ditta ha interesse a tenerla. Lei parla con una persona innamorata dei cani, non è un po’ strano che lei abbia garantito alle sue dipendenti di portarsi il cane e non il bambino, non le è venuto in mente di fare un asilo nido?”.

Franchi replica:

“Ci ho provato però dobbiamo anche ammettere che la burocrazia in Italia ti taglia le ali, ci vogliono le istituzioni, lo stato, il sociale e ci vuole l'impresa, perché da sola non ce la puoi fare. Io cinque anni fa ho provato ad aprire un asilo e non ci sono riuscita, e comunque gli asili nelle aziende sono molto pochi”.

L'intervista si conclude con una promessa di Elisabetta Franchi di fare un asilo nido in azienda.

### 2.4.3 Il servizio delle Iene

Interessante a proposito della vicenda è un servizio delle Iene<sup>8</sup> risalente a 11 maggio

---

<sup>8</sup>Servizio delle iene: [https://www.iene.mediaset.it/video/elisabetta-franchi-donne-e-lavoro\\_1147971.shtml](https://www.iene.mediaset.it/video/elisabetta-franchi-donne-e-lavoro_1147971.shtml)

2022 dove vengono intervistate Lucia Borgonzoni, sottosegretaria alla cultura, ed Elena Bonetti, ministra per le pari opportunità; entrambe le donne erano presenti al convegno del 4 maggio 2022 organizzato da PwC Italia e il Foglio, ma nessuna delle due ha proferito parola durante il giorno dell'accaduto.

Verrà riportato tutto il dibattito avvenuto, omettendo alcune frasi che non sono rilevanti per lo scopo dello studio.

L'incaricata delle iene, Alice Martinelli, chiede alla sottosegretaria: "Volevamo capire cosa ne pensa delle parole di Elisabetta Franchi, perché lei era lì e non ha aperto bocca". Borgonzoni risponde: "Non potevo perché avevo già parlato io. La politica deve dare delle risposte, non deve fare la polemica di alzarsi e rispondere. Io nelle cose concrete che faccio aiutare le donne per me è una cosa fondamentale".

L'intervistatrice interviene dicendo: "Però il fatto che tutti siete stati zitti normalizza il fatto che noi possiamo essere pagate meno, normalizza il fatto che probabilmente non arriveremo mai a livelli apicali". Lucia Borgonzoni afferma poi: "Se io dovessi alzarmi ogni volta che a un convegno che qualcuno dice qualcosa che non condivido assicuro tristemente che sono veramente tante le volte".

La seconda parte del servizio è dedicata a Elena Bonetti dove viene anzitutto riportato un brano di un'intervista precedente in cui la ministra afferma: "Giustamente, Elisabetta Franchi, riportava il fatto che se una donna esce dal mondo del lavoro per troppo tempo è evidente che la sua carriera ne viene inficiata".

L'incaricata delle Iene quando incontra la ministra inizia facendo riferimento alle parole rilasciate precedentemente; Elena Bonetti la interrompe dicendo: "Ma attenzione, Elisabetta Franchi ha dato conto del fatto che la discontinuità nella carriera lavorativa di una donna è una penalizzazione". Alice Martinelli continua: "Perché lei non si è sentita di dire 'io mi dissocio da quello che dice questa imprenditrice'".

La ministra risponde: "Il compito della politica non è quello di commentare, una figura istituzionale come la mia non commenta, dà risposte concrete, è quello che io ho fatto".

Elena Bonetti cerca poi di andarsene e la speaker chiede cosa ne pensi delle parole di Elisabetta Franchi dove afferma che ha inserito le donne in posizioni importanti ma solo perché 'anta'.



La ministra risponde: “Sono parole che danno conto di una discriminazione di cui sono state per troppo tempo vittime le donne nel nostro paese, una discriminazione dovuta a comportamenti errati nel mondo dell’impresa ma altrettanto a strumenti mancanti da parte delle istituzioni”.

L’intervista si conclude con un’affermazione dell’inviata, mentre la ministra se ne va velocemente, dicendo: “È così difficile parlare chiaro prendendo delle posizioni nette su questo tipo di argomento?”.

## **2.5     Analisi argomentativa**

### **2.5.1   Analisi dell’intervista per PwC Italia e il Foglio**

Elisabetta Franchi, durante l’intervista rilasciata per PwC Italia e il Foglio era tenuta a parlare della sua esperienza personale, infatti, per questo motivo le argomentazioni che sostiene sono per la maggior parte soggettive. È opportuno ricordare che in un dibattito, che sia online o faccia a faccia, il linguaggio non verbale è molto importante e conferisce numerosi significati a chi sta ascoltando. Ciò che si dice, infatti, è sempre accompagnato da come lo si dice perché il contenuto di quello che si trasmette è ricco delle emozioni, degli stati d’animo e in generale dell’umanità di chi sta parlando (Mastroianni, 2017).

In questo caso, l’imprenditrice, durante la sua intervista mantiene una postura corretta, non oscilla o si muove troppo, utilizza adeguatamente i gesti delle mani per sottolineare quello che dice e il suo sguardo è rivolto in primis all’intervistatrice, ma non dimentica mai di rivolgerlo anche al pubblico che la sta ascoltando. Anche il ritmo e il tono di voce sono utilizzati in maniera corretta, non parla troppo frettolosamente e nemmeno in maniera piatta.

Tutti questi accorgimenti aiutano a comprendere che Elisabetta Franchi si trova perfettamente a suo agio, è consapevole di quello che sta parlando e non è per niente agitata; anche il linguaggio abbastanza diretto e informale suggerisce queste condizioni.

Inizia il suo discorso affermando che l’80% dei dipendenti della sua azienda sono donne, ottima introduzione, perché uno dei passaggi cruciali per farsi capire dagli altri è

di saper argomentare bene i propri discorsi attraverso l'uso di un linguaggio chiaro, concreto e semplice. In questo caso, il fatto di aver riportato un dato numerico conferisce forza e concretezza al discorso: i numeri sono uno dei modi per definire bene ciò di cui si sta parlando e per dare rilevanza a un tema (Mastroianni, 2017).

Continua affermando che ha riflettuto sul fatto che lei si confronta molto di più con gli uomini che con le donne e che il confronto con gli uomini è bello e afferma: “Non è che adesso questi uomini li dobbiamo uccidere tutti”; linguaggio piuttosto informale per il tipo di intervista che stava rilasciando e ulteriore prova del fatto che la stilista si sentiva a suo agio. Poi dice: “Però ho pensato e ho detto cavolo è vero io di donne ne ho poche”, sottintendendo che nelle cariche di maggiore importanza con cui lei deve avere a che fare le donne non sono molte. In questa espressione possiamo vedere come lei per prima riconosca il fatto che c'è un problema all'interno della sua azienda e inoltre ne sembrerebbe dispiaciuta; l'atteggiamento di riportare la realtà dei fatti e di mostrarsi dispiaciuta per la situazione, sono di certo a suo favore.

Poi però sposta l'argomento su un altro piano e, quasi per togliersi le colpe di dosso e per dimostrare il motivo di questa situazione nella sua azienda, afferma:

“In Italia però c'è un problema, e non lo può risolvere solo l'imprenditore, ed io adesso parlo dalla parte dell'imprenditore, quando metti una donna in una carica importante, se è molto importante, poi non ti puoi permettere di non vederla arrivare per due anni, perché quella posizione è scoperta e un imprenditore investe tempo, energia e denaro e se ti viene a mancare è un problema. E quindi anch'io da imprenditore responsabile della mia azienda spesso ho puntato su uomini”.

In questo caso, cerca di non addossarsi tutte le colpe, e generalizza, fa infatti riferimento al fatto che la conseguenza di questa situazione è un problema dello stato italiano. Questo slittamento dal piano personale e concreto a quello generalizzante con uno scopo di suggerire uno scaricamento di responsabilità, è l'inizio della parte che poi si rivelerà problematica dell'intervento generando proteste e polemiche. Non è un caso che l'intervistatrice dopo questa affermazione cambia atteggiamento e mostra immediatamente segni di imbarazzo, tanto che la sua posizione muta, si muove con lo sgabello e gesticola, mostrando evidenti segni di difficoltà. Lo mostra anche attraverso le parole; infatti, interrompe quasi Elisabetta Franchi dicendo: “Eh sì, perché però perché

una donna non veniva aiutata, non viene aiutata, tu però come hai fatto? Tu hai allevato due figli”. Le parole poco nitide e la confusione di questa espressione sono un segnale del fatto che anche l’intervistatrice si è trovata in difficoltà di fronte alle dichiarazioni molto forti di Elisabetta Franchi tentando di portare il discorso su un altro piano. Infatti, La domanda “Tu però come hai fatto?”, viene fatta immediatamente dopo la prima frase, senza alcuna pausa, in maniera piuttosto frettolosa.

Elisabetta Franchi non risponde subito, preferisce prima ribadire e specificare il discorso precedente, infatti risponde così:

“Io ho allevato due figli, però va fatta una premessa, io oggi le donne le ho messe ma sono ‘anta’, perché questo va detto comunque ancora ragazze, ma delle ragazze cresciute. Se dovevano sposarsi si sono già sposate, se dovevano avere figli li avevano già fatti, se dovevano separarsi hanno fatto anche quello, per cui io le prendo che hanno fatto tutti e quattro i giri di boa. Sono lì belle tranquille che lavorano con me al mio fianco e lavorano h24, questo è importante. Cosa che invece gli uomini non hanno. Io sono emiliana e nonostante sia così emancipata, credo che noi donne abbiamo un dovere, che è quello nel nostro DNA, che non dobbiamo neanche rinnegarlo. I figli li facciamo noi, incinto ancora no, e comunque il camino in casa lo accendiamo noi. È una grande responsabilità di una donna”.

Ancora una volta l’imprenditrice rilascia delle affermazioni molto forti, ma non sembra rendersene conto perché ha un atteggiamento sciolto e disinvolto come se desse quasi per scontato quello che sta dicendo tanto che il tono di voce cui con esprime i suoi ideali è decisamente informale. Questo atteggiamento di certo permette di capire la trasparenza e lealtà della designer. Nella seconda parte del discorso vuole sottolineare che comunque lei sta dalla parte delle donne e che è una sostenitrice della famiglia e che è consapevole del fatto che il ruolo di una donna è molto importante.

Ancora una volta l’intervistatrice si sente in difficoltà e non interviene direttamente sulle parole appena dette, richiama piuttosto un ospite del pubblico, Carlo Capasa, ridendo e scherzando sul fatto che lui stava facendo finta di non sentire guardando continuamente il cellulare. Anche Elisabetta Franchi ride energicamente di questo episodio. In questo caso sarebbe stato opportuno che l’intervistatrice, avendo sentito che Elisabetta Franchi è piuttosto ferma sull’argomento e lo ribadisce più volte, prendesse sul

serio la questione e cercasse di porre delle domande che mettessero l'intervistata di fronte al fatto che ci sono altre ipotesi e soluzioni, piuttosto della sua sola visione binaria della questione. Il rifiuto dei bivi, infatti, è fondamentale per una buona argomentazione. Avrebbe potuto quindi prendere più sul serio la situazione e venire incontro all'intervistata per spiegarsi al meglio. L'argomento portato avanti dall'imprenditrice sebbene molto soggettivo e espresso in modo informale sembra comunque avere come intenzione di base quella di portare un contributo al dibattito sul tema.

Ancora una volta Elisabetta Franchi ribadisce che bisogna far riferimento allo stato, senza però dare troppe spiegazioni in merito al ruolo di quest'ultimo:

“Tu come imprenditore dici, io investo in una donna che non è ‘anta’, poi questa donna giustamente vuole fare famiglia, sposarsi andare in vacanza e fare le sue cose ed io come imprenditore se decide di avere dei figli mi ritrovo in una posizione strategica con un buco, per un mese? No. Per rispondere alla tua domanda di prima io ho fatto due tagli cesarei organizzati e sono entrata alla sera alla mattina mi hanno fatto partorire e dopo due giorni ero a lavorare con i punti che mi dolevano...è un grande sacrificio essere imprenditori donne”.

L'imprenditrice in questo passo mostra segnali di sincerità e autenticità delle proprie convinzioni, ne è prova il fatto che sta portando avanti le sue argomentazioni muovendosi da più prospettive. Nella seconda parte del discorso utilizza una narrazione efficace (storytelling) tentando di creare un terreno comune e riconoscibile a tutti. Il riferimento a un'esperienza personale aiuta chi ascolta a visualizzare meglio il contenuto.

La reazione dell'intervistatrice è, ancora una volta, distogliere l'attenzione dalle parole appena pronunciate, richiamando l'attenzione della viceministra Lucia Bergonzoni dicendo: “Io vedo il vice ministro Borgonzoni che non solo è da applausi, però ci si rende un po' conto di una difficoltà raccontata in questa maniera anche molto diretta”.

Fabiana Giacometti, cerca di entrare poi nel merito delle argomentazioni portate avanti da Elisabetta Franchi e dice che è informata e che in realtà ci sono delle dirigenti nella sua azienda e l'imprenditrice risponde: “Beh sono ‘anta’ assolutamente e quindi mi sono accertata che siano ‘anta’”. L'intervistatrice quasi la interrompe e afferma: “Nessuno le vuole, nessuno vuole e lei le vuole tutte, Elisabetta Franchi le assume, le prende lei...hai fatto tutti ‘i giri di boa necessari’ e sei libera”.

Anche in questo caso si nota come la stilista porti avanti le sue argomentazioni senza nessun problema perché fermamente convinta delle sue idee ma ancora una volta l'intervistatrice, o per l'imbarazzo o perché consapevole del fatto che ormai le parole dette erano piuttosto forti e dirette, tenta una sorta di manovra evasiva puntando sul tono scherzoso, tanto che mentre parla, ride e cerca con lo sguardo anche il sostegno del pubblico, che in realtà non contribuisce alla risata.

Elisabetta Franchi nel corso dell'intervista ha sempre mantenuto l'atteggiamento che è stato descritto inizialmente, e a prova del fatto che è stata sincera e trasparente si può affermare che non ha mai avuto un attimo di tentennamento, ha sempre descritto il suo punto di vista in maniera lineare, portando avanti quello che pensava dall'inizio alla fine. Inoltre, in relazione a quanto detto inizialmente riguardo i femminili professionali, durante l'intervista la stilista si appella più di una volta con il nome di *imprenditore* e non di *imprenditrice* e questo, a mio avviso, sembrerebbe rafforzare ancora di più la sua tesi e di conseguenza la sua lontananza dalle donne che voglio fare carriera.

Altro aspetto importante riguarda il pubblico presente al convegno, bisogna sempre tener conto dell'uditorio che ascolta, non si può pensare di condurre una discussione a due persone in mezzo ad altri. L'intervista si è tenuta in presenza e allo stesso tempo in tele-presenza: l'intervento è stato postato sulle pagine social degli organizzatori dove le reazioni in maggioranza negative degli utenti si sono fatte sentire; a differenza di quello che è successo il giorno del convegno in sala. Quel giorno erano presenti personalità importanti del mondo della moda e soprattutto della politica, come la ministra per le pari opportunità e la sottosegretaria alla cultura; nessuno dei presenti ha mostrato in qualche maniera il proprio dissenso se non in un secondo momento, a seguito della crisi scoppiata dalle parole di Elisabetta Franchi.

### 2.5.2 Analisi del post di scuse

A poche ore dalla pubblicazione dell'intervista online, ha fatto il giro del web e ha provocato un forte disaccordo da parte di molti utenti che hanno commentato con parole molto forti; in tutti i social media si parlava dell'imprenditrice in maniera negativa e le sue parole hanno riscosso numerosi dissensi; è stata al centro di una grande polemica per

diversi giorni. I dati numerici e i commenti saranno analizzati successivamente.

Il 9 maggio 2022, Elisabetta Franchi ha ritenuto necessario intervenire e ha cercato di difendersi tramite la pubblicazione di un post su Instagram e Twitter, relativo alle parole rilasciate durante l'intervista.

Il post pubblicato sotto forma di documento è compreso di due pagine, la prima dove lei, in prima persona, cerca di spiegare in maniera più specifica cosa intendesse e la seconda dove sono stati riportati dei grafici.

Dopo una breve introduzione dove spiega la motivazione del post, afferma:

“È purtroppo un dato di fatto – come mostrano i numeri di Camera della Moda e Confindustria – e la mia stessa personale esperienza come capo d'azienda racconta di quanto sia ancora disseminata di ostacoli l'ascesa professionale delle donne verso ruoli apicali, anche nel settore della moda”.

Elisabetta Franchi introduce facendo riferimento a dei dati di Camera della Moda e Confindustria, metodologia corretta per argomentare, perché come è già stato detto, i dati permettono di trovare un terreno comune e oggettivo condiviso; in questo caso però i dati sono solo accennati come esistenti, sarebbe stato corretto riportarli e specificarli e non darli per scontati. Inoltre, la decisione dell'imprenditrice di introdurre il proprio discorso facendo riferimento a elementi più che ragionevoli e veritieri per tutti è una mossa non del tutto positiva. Avrebbe dovuto, dopo la crisi in cui è stata coinvolta, partire dal suo stesso errore, ammetterlo per poi riguadagnare le proprie argomentazioni, così facendo avrebbe operato un capovolgimento che le avrebbe permesso di ricreare le condizioni per essere ascoltata in modo rinnovato.

Successivamente afferma: “Riconosco di essermi espressa in modo inappropriato, ma i fatti, parlano chiaro: nella mia azienda su 300 dipendenti, l'80% sono donne, di cui la maggioranza è under 40, e le donne manager sono il doppio degli uomini”.

Elisabetta Franchi ammette e riconosce di aver sbagliato e in questo caso era la tattica giusta da adottare. Solitamente la tentazione è quella di scaricare la colpa su altri o altro, ma accettare e riconoscere di avere sbagliato, non fa perdere nulla anzi fa guadagnare. Questa fase di accettazione dei propri errori è però molto breve e isolata, avrebbe dovuto anzitutto farlo subito, all'inizio del documento, e inoltre un'elaborazione un po' più specifica sarebbe sicuramente stata più apprezzata dagli utenti. In questo modo

sembra invece che ammetta il suo errore, ma che il fatto non sia così rilevante da meritare ulteriori approfondimenti.

Questa prima parte viene poi giustificata dalla stilista attraverso dei dati pertinenti alla propria situazione aziendale. Riporta in parte il dato già espresso durante l'intervista, sottolineando inoltre che la maggioranza sono donne under 40; il problema che si presenta è che si sta andando fuori tema, nessuno nelle polemiche contro la stilista e tantomeno lei al convegno, ha fatto riferimento al fatto che nella sua azienda non ci fossero donne giovani, ma che le donne giovani non hanno alcuna possibilità di fare carriera. Il nucleo centrale della polemica non viene smentito e questo può provocare reazioni negative nel pubblico che avverte l'evasione rispetto al tema sollevato, come se non fosse stato preso pienamente in considerazione.

Successivamente spiega come il mondo della moda richieda molta disponibilità e sacrifici e di conseguenza rinunce sulla propria vita privata e come questi sacrifici non possano essere affrontati da tutte, per mancanza di supporti famigliari o sociali. Ancora una volta il nucleo fondante della questione non viene centrato; la questione viene messa più su una sfera sociale, dove si fa l'esempio di solo una parte di donne che non vengono aiutate dopo una gravidanza. E anche qui, di nuovo, una certa manovra di riversamento della responsabilità (almeno parte di essa) sullo stato o su altri, una manovra che in casi di crisi può aggravare la sensazione che chi si scusa in realtà non lo stia facendo in modo del tutto trasparente. Come dire che se un po' di errore lo condivido con qualcun altro questo possa diminuire la gravità delle affermazioni iniziali.

“Di fatto le donne sono tuttora costrette a scegliere tra l'essere madri ed essere donne lavoratrici”, scrive; anche in questo caso fa riferimento a fatti che non riguardavano la questione iniziale e riporta un suo pensiero in maniera molto concisa che però non è fondato su nulla, anche perché ancora una volta sta parlando delle donne in generale e non delle donne che ricoprono ruoli dirigenziali come da lei affermato durante l'intervista.

Solo alla fine della sua lettera afferma: “Riguardo all'età delle dirigenti, solitamente si arriva a un ruolo dirigenziale, che è diverso da quello manageriale, dopo anni di esperienza sul campo e spesso coincide con gli 'anta', ma questo vale anche per gli uomini. Invertire la rotta si può e si deve”.

La scelta di posizionare alla fine del documento questa affermazione non giova a suo favore e ha delle conseguenze pragmatiche sul pubblico che legge. Questa

affermazione, infatti, è il nucleo centrale della vicenda ed è proprio sul discorso dell'età delle dirigenti che nasce la polemica. Il pubblico, infatti, se ne accorge e nota la minore importanza che viene data a questo tema. Questa affermazione doveva trovarsi all'inizio del documento ed essere chiarita subito, insieme al riconoscimento del proprio errore; in maniera tale da mostrare di aver capito la questione.

La seconda pagina del post riguarda una serie di grafici riguardanti la situazione dei suoi dipendenti uomini e donne nel 2022; il fatto di aver rilegato dei grafici con dei dati permette di comprendere al meglio la sua situazione aziendale, ma dimostra ancora una volta il fatto di essere andata fuori tema sulla questione degli 'anta'. Ribadire ulteriormente dei dati che la riguardano e che sono sicuramente importanti, ma che non riguardano la crisi in sé porta il pubblico ancora una volta a prendere le distanze dato che le risposte che si aspettavano di sentire quasi non vengono toccate.

È opportuno fare una premessa, Elisabetta Franchi ha due pagine Instagram: una ufficiale del marchio e una personale. Prima della polemica di cui è stata protagonista, nell'account ufficiale del brand postava quotidianamente stories riguardanti la sua vita personale, dove coinvolgeva anche i suoi figli, il compagno e i dipendenti che lavoravano nella sua casa; dopo l'accaduto invece ha iniziato a postare la parte privata della sua vita solo ed esclusivamente sul suo profilo personale.

Il post di scuse è stato postato solo sulla pagina ufficiale del marchio e ha contato 9.261 commenti mentre su Twitter, social quasi mai utilizzato dall'imprenditrice, conta 177 commenti; su entrambe le piattaforme la grande maggioranza degli utenti ha commentato mostrando rabbia e disaccordo.

Queste pubblicazioni non sono state seguite da nessun altro intervento da parte della stilista nei suoi profili social in merito alla questione delle dichiarazioni rilasciate; fatto alquanto strano perché Elisabetta Franchi, prima dell'accaduto, sull'account Instagram del marchio condivideva quotidianamente con i suoi followers situazioni della sua vita privata, riguardanti lei stessa, i suoi figli e il suo compagno. Questo conferma che l'utilizzo che l'imprenditrice faceva dell'account ufficiale del brand non era puramente per fare pubblicità, ma per trattare e scherzare anche su vicende private che la riguardano; la stilista parlava con i suoi followers e si faceva vedere sotto tutti i punti di vista, ragione per quale una Instagram story che parlava dell'accaduto e dove lei in prima persona ci metteva la faccia, sarebbe stata più adeguata.



Inoltre, la pubblicazione del documento sarebbe stata più ragionevole anche nel suo account personale; gli utenti, infatti, si sono allontanati dalle dichiarazioni rilasciate sia da Elisabetta Franchi come stilista e imprenditrice ma anche da Elisabetta Franchi come donna.

La pubblicazione di quel documento così formale, compreso di data, luogo e firma della stilista, non ha conferito lo stesso significato che avrebbe avuto un video informale dove lei dava il suo messaggio in prima persona. Inoltre, le argomentazioni presentate nel documento quasi non riguardano le parole rilasciate durante l'intervista, ciò che è scritto tratta di una tematica generale. Elisabetta Franchi è stata portata al centro di una polemica per ben altre affermazioni che ha accennato solo alla fine, come se non fossero rilevanti. Per farsi capire dagli altri, e soprattutto quando ci si trova coinvolti in un caso di crisi, è opportuno partire dal centro della questione problematica, essere chiari concisi e andare dritti al punto. Solo dopo aver fatto questo si può procedere con altre eventuali argomentazioni. Questa strategia non è stata utilizzata dall'imprenditrice e l'obiettivo di fare chiarezza sulla situazione non è stato raggiunto a pieno e questo è dimostrato anche dai numerosi commenti negativi che sono presenti sotto il post.

### **2.5.3** Analisi dell'intervista a Porta a Porta

Elisabetta Franchi il 19 maggio 2022 è stata ospite a Porta a Porta, unico programma televisivo dove ha rilasciato un suo intervento dopo la bufera mediatica che si è realizzata a seguito dell'intervista.

Bruno Vespa, dopo una breve introduzione dove spiega l'accaduto, chiede: "Ma lei è davvero sicura che non possano convivere delle donne, anche manager, con il fatto di avere una famiglia?"; in questo caso si può notare la volontà dell'intervistatore di arrivare subito al nucleo centrale della questione. Elisabetta Franchi risponde:

"No assolutamente no, non volevo dire quello, ho calibrato male le parole e provo di rispiegarlo bene: io ho un'azienda prettamente al femminile, l'80% sono donne e quindi, se pensassi questo, non sarei qui ma soprattutto il 54% sono under 40. Io lavoro al fianco di ragazze giovanissime".

L'imprenditrice, in primo luogo, si dissocia dalle sue stesse parole ammettendo pubblicamente di avere sbagliato, una mossa importante e necessaria in questo caso, ammettere e riconoscere di avere sbagliato permette di rimettersi in gioco e di rielaborare al meglio il proprio punto di vista.

Continua poi elencando dei dati che, come è già stato affermato, permettono di definire bene ciò di cui si sta parlando offrendo elementi concreti a sostegno della sua posizione. A differenza dell'intervista iniziale riporta anche la percentuale delle donne under 40 che lavorano nella sua azienda, come già fatto nel post di scuse, ma ancora una volta generalizza perché la questione che si è innalzata non riguarda il fatto che nella sua azienda non ci sono donne giovani, ma che le donne giovani non possano ottenere cariche dirigenziali.

Successivamente Bruno Vespa la interrompe affermando: "Però per gli incarichi di responsabilità vuole donne sopra i 40". Il conduttore, come si era già notato con la prima domanda, vuole tornare al nucleo fondante della questione cercando anche di racchiudere l'imprenditrice in un bivio, vuole portarla ad ammettere o meno le parole che erano state pronunciate durante la prima intervista; vuole che la stilista prenda una posizione.

Elisabetta Franchi però non cade nel bivio e afferma:

"Io credo ci sia stato un po' di fraintendimento, perché va assolutamente ricontestualizzato in quale contenitore io parlavo: io sono stata invitata dalla Pricewaterhouse e il Foglio per un incontro dove ero portata a testimoniare come mai le donne nella moda non coprissero cariche dirigenziali, non coprissero cariche importanti. Quindi il contesto era quello".

È riuscita a sfuggire abilmente dalle parole di Bruno Vespa, che, come presentatore, cerca di rimanere al centro della polemica sollevata anche se Elisabetta Franchi tenta di rispondere solo in parte e di allontanarsi dal nucleo critico della questione.

Bruno Vespa la interrompe nuovamente e dice: "Però lei ha detto quello che pensa, ormai l'ha detto e l'abbiamo sentito"; cerca di metterla in tutti i modi di fronte alle sue affermazioni, ma la stilista ancora una volta tende a sviare affermando:

"Sono stata accusata di essere contro le donne, di non assumere donne mentre l'80% della mia azienda è composto da donne e sono al fianco delle donne e questo

lo voglio specificare fino all'ultimo. In quella occasione – aggiunge –, mi è stata chiesta una testimonianza leale e vera da imprenditore. Sul palco eravamo tanti esponenti della moda: imprenditori, amministratori delegati, generazioni di famiglie e politici. La testimonianza che mi era stata chiesta era una testimonianza vera e leale”.

Ancora una volta tende ad evitare il centro della questione e, sempre attraverso l'uso dei dati, si preoccupa di mostrare la presenza femminile in azienda. Fa poi riferimento al criterio del senso comune, come qualcosa che possa essere riconosciuto universalmente. Ribadisce energicamente che lei è dalla parte delle donne e che durante l'intervista con PwC Italia e il Foglio le è stata chiesta una testimonianza vera e leale, concetto ripetuto per ben due volte. Anche in questo caso però le sue parole risultano essere molto generali e poco chiare.

Il nucleo dell'intervista si sposta poi su un altro fronte, viene infatti mostrato uno spezzone di intervista di un'imprenditrice italiana che oltre ad essere top manager di una grande società di investimenti finanziari americana è anche capo di un'associazione di donne del mondo di Wall Street. Elisabetta Franchi, dopo la visione del servizio, commenta così:

“Intanto lì siamo in America, qui siamo in Italia e in Italia c'è un problema e non è un problema solo dell'imprenditore. Queste donne si trovano davanti a delle scelte, una donna che si trova in una posizione apicale, io parlo sempre del contesto di una posizione dirigenziale, e decide di fare una famiglia, e ridico e ripeto come ho già detto durante l'intervista, giustamente, perché io sono per la famiglia, non contro la famiglia però si ritrova poi un problema. Noi sappiamo benissimo che in Italia ci sono 5 mesi di maternità, dove percepisci il tuo compenso al 100%, l'80% lo dà l'Inps il 20% lo dà l'azienda, poi hai 6 mesi di maternità facoltativa”.

La designer non proferisce parola riguardo all'intervista mostrata poco prima; l'argomentazione viene portata avanti facendo riferimento allo stato italiano, e non alla sua singola e personale esperienza, sembra quasi che voglia spostare il problema allontanandolo dalle responsabilità imprenditoriali. Come aveva già fatto anche durante la sua prima intervista usa una generalizzazione e lo spostamento di responsabilità verso

altri, il che di nuovo produce la sensazione di voler cambiare discorso evitando la questione centrale della polemica.

Bruno Vespa la interrompe dicendo: “Una persona che vuole fare la manager non prende tutto il tempo, perché sa benissimo come gestire il suo tempo. Una persona che vuole fare carriera non si assenta per due anni, anche se lei ha tirato un po’ la corda, dai due anni non sono”.

In questo caso l’intervistatore non risponde alle ultime argomentazioni della stilista ma torna alle parole iniziali, riportando lo scambio sul nucleo centrale della questione.

Bruno Vespa poi domanda: “Lei parla con una persona innamorata dei cani, non è un po’ strano che lei abbia garantito alle sue dipendenti di portarsi il cane e non il bambino, non le è venuto in mente di fare un asilo nido?”.

Elisabetta Franchi risponde:

“Ci ho provato però dobbiamo anche ammettere che la burocrazia in Italia ti taglia le ali, ci vogliono le istituzioni, lo stato, il sociale e ci vuole l’impresa, perché da sola non ce la puoi fare. Io cinque anni fa ho provato ad aprire un asilo e non ci sono riuscita, e comunque gli asili nelle aziende sono molto pochi”.

Ancora una volta l’imprenditrice richiama in causa l’Italia e la situazione burocratica italiana, generalizzando, come se la colpa centrale di questa questione fosse appunto di queste istituzioni, e quasi come scusa a riprova del fatto che l’asilo nelle aziende non è una cosa così usuale.

A differenza della prima intervista, Elisabetta Franchi è visibilmente più impostata e formale; conseguenza dovuta allo scandalo mediatico di cui è stata protagonista. Fin dall’inizio dell’intervista si nota che l’imprenditrice è più agitata e meno a suo agio rispetto all’evento in cui ha pronunciato le parole controverse e lo si capisce anche dalla scelta delle sue argomentazioni e dal modo di esprimersi. Infatti, a differenza della prima intervista, i suoi discorsi sono più formali, si vede che dopo ogni domanda riflette su quello che deve dire e soprattutto non ride e scherza come era accaduto durante l’evento di PwC Italia e il Foglio. Quando l’inquadratura la riprende integralmente, si nota più volte un movimento oscillatorio con lo sgabello che non suggerisce di certo calma e tranquillità.

## 2.5.4 Analisi del servizio delle Iene

L'11 maggio 2022 è stato mandato in onda un servizio delle Iene che parla dello scandalo riguardante Elisabetta Franchi; il servizio non la intervista direttamente, ma spiega l'accaduto e intervista Lucia Borgonzoni, sottosegretaria alla cultura, ed Elena Bonetti, ministra per le pari opportunità, entrambe presenti al convegno organizzato da PwC Italia e il Foglio.

L'incaricata delle Iene domanda alla sottosegretaria cosa ne pensasse delle parole di Elisabetta Franchi dato che durante il convegno non ha proferito parola. Lucia Borgonzoni risponde: "Non potevo perché avevo già parlato io. La politica deve dare delle risposte, non deve fare la polemica di alzarsi e rispondere. Io nelle cose concrete che faccio, aiutare le donne per me è una cosa fondamentale".

In primo luogo, si può vedere come la sottosegretaria cerchi di giustificarsi attraverso un'affermazione che non c'entra nulla con la domanda che le era stata posta per poi continuare attraverso una generalizzazione riferita alla politica. Si sposta poi su un piano più personale e con un'argomentazione soggettiva chiude il suo discorso. Il problema in questo caso è che non è stata abbastanza chiara e concreta, piuttosto ha preferito girarci intorno.

L'intervistatrice, infatti, prosegue ribadendo il problema: "Però il fatto che tutti siete stati zitti normalizza il fatto che noi possiamo essere pagate meno, normalizza il fatto che probabilmente non arriveremo mai a livelli apicali".

Lucia Borgonzoni risponde: "Se io dovessi alzarmi ogni volta che a un convegno che qualcuno dice qualcosa che non condivido assicuro tristemente che sono veramente tante le volte".

Anche in questo caso si nota come la sottosegretaria non dia dare alcuna risposta rispetto alla questione centrale, ma tenti una via che potremmo definire "procedurale" per difendere il suo operato, concentrandosi sulla non possibilità di intervenire a interrompere in un convegno quando si sente un'opinione non condivisa.

In questo caso la difesa di sé stessi e del proprio operato può rivelarsi controproducente rispetto alla rilevanza del tema. L'effetto che può avere sul pubblico è dare la sensazione che non si voglia affrontare la questione di petto e si è più interessati

a giustificare le proprie scelte. Va anche d'altra parte considerato che, trattandosi di un servizio montato, è possibile che la sottosegretaria avesse fatto altre affermazioni che non sono entrate nella versione finale.

Nella seconda parte del servizio viene intervistata Elena Bonetti che in una dichiarazione precedente che sembrava giustificare le parole di Elisabetta Franchi sul danno alla carriera dell'uscita dal mondo del lavoro da parte delle donne per esigenze personali. L'incaricata delle Iene come introduzione fa riferimento alle parole sopra riportate e la ministra conferma pienamente: "Ma attenzione, Elisabetta Franchi ha dato conto del fatto che la discontinuità nella carriera lavorativa di una donna è una penalizzazione".

L'intervistatrice domanda perché lei non si è sentita di dissociarsi dalle parole dell'imprenditrice e la ministra replica: "Il compito della politica non è quello di commentare, una figura istituzionale come la mia non commenta, dà risposte concrete, è quello che io ho fatto".

Anche in Elena Bonetti possiamo registrare la manovra di giustificazione del proprio operato a discapito del dare risposte sul tema centrale. Dopo quest'ultima affermazione la ministra cerca di andarsene per cercare di concludere al più presto l'intervista, atteggiamento che non la aiuta, dato che sembra che per l'ennesima volta non voglia dire nulla a riguardo.

L'intervistatrice cerca di seguirla e le chiede la sua opinione in merito alle affermazioni di Elisabetta Franchi sulle donne in posizioni importanti, ma solo perché 'anta'. La ministra risponde:

"Sono parole che danno conto di una discriminazione di cui sono state per troppo tempo vittime le donne nel nostro paese, una discriminazione dovuta a comportamenti errati nel mondo dell'impresa, ma altrettanto a strumenti mancanti da parte delle istituzioni".

È in questo momento che la ministra decide di affrontare la centralità della questione riconoscendo la piena responsabilità sia delle imprese che delle istituzioni. L'effetto è un parziale recupero rispetto all'atteggiamento iniziale evasivo, anche se permane nella dinamica del servizio il gesto di volersi sottrarre alle domande, che di nuovo sottolinea una certa tendenza a non voler affrontare la questione.

## 2.6 Analisi della reazione degli utenti

Saranno analizzati in seguito alcuni commenti relativi al post di scuse pubblicato sul profilo Instagram di Elisabetta Franchi il 9 maggio 2022. Sarà analizzato questo specifico post perché ha avuto il maggior numero di interazioni.

Il post conta 9.261 commenti per la maggiore negativi; inoltre, Elisabetta Franchi non ha mai risposto a nessuno di essi, né ha dato segnali attraverso reaction.

Molti sono i commenti di indignazione, con formulazioni del tipo: “Squallido!!”, “Agghiacciante”, “Incommentabile”, “Pietà”, “Che tristezza”, “L’ipocrisia del sistema”, “W Luisa Spagnoli, una vera imprenditrice”, “Ma aveva bisogno di farsi un po’ di pubblicità”, “Che caduta di stile”, “No comment”, “Smettete di comprare i suoi vestiti”.

Altri commenti presentano insulti espliciti, attacchi ad hominem e generalizzazioni: “La menopausa ti ha dato alla testa”, “Ormai hai quasi 60 anni vai in pensione, sei una vecchia, Largo ai giovani!!!!”, “Come donna dovresti vergognarti”, “Buffona, imprenditrice dei miei stivali. Tutto sei tranne che una buona imprenditrice. E i tuoi abiti di plasticazza speriamo rimangano nei magazzini. Ipocrita.”, “Bel discorso sulle donne.....Il mio cane è meno cane di te”, “Vigliacca..squallida..questa sei”, “Vergognosa”, “Fai pena.”, “Un po’ di sana vergogna, no?”, “Fenomeno da circo. Un Pagliaccio a più Dignità”, “Meglio la roba del mercato che una buffona come te cafonazza”.

Tutti questi commenti sono privi di argomentazioni critiche e lo scopo fondamentale delle persone è quello di posizionamento o disturbo. La scelta di non rispondere risulta quindi opportuna. In questi commenti, infatti, si perde l’argomento centrale della disputa e dare loro seguito non produrrebbe alcun effetto.

Accanto a questi sono presenti commenti che esprimono un posizionamento a favore della stilista, secondo la tipica dinamica di polarizzazione che si osserva online: “Grande Elisabetta, tutta la mia stima”, “Da titolare di impresa concordo pienamente”, “Condivido appieno”, “Quello che sostieni è tutto giusto”, “Condivido su tutti i fronti”.

Ci sono però anche dei commenti che meriterebbero una risposta perché correttamente argomentati e con lo scopo di contribuire alla discussione. Vediamo alcuni esempi:

“La nostra costituzione all’art. 37 stabilisce che la donna lavoratrice ha gli stessi diritti e, a parità di lavoro, le stesse retribuzioni che spettano al lavoratore. Le condizioni di lavoro devono consentire l’adempimento della sua essenziale funzione familiare e assicurare alla madre e al bambino una speciale adeguata protezione”.

“Ma dopo ci lamentiamo che il nostro paese è solo di vecchi ma come si mette su famiglia se non si fanno lavorare le giovani donne, non siamo più a 50 anni fa che bastava il lavoro dell’uomo ed inoltre visto che le sta tanto a cuore il ruolo delle donne le faccio presente che solo così si creano donne libere ed indipendenti...con il lavoro e le opportunità”.

“Cara Elisabetta. Chi ti scrive è una mamma, ingegnere, manager in azienda. Due mesi fa ho partorito la mia seconda figlia, e tre ore prima di andare in ospedale ero sul mio pc, a lavorare, come sempre. Sono al mio secondo, terzo, quarto, quinto giro di boa ma sarei stata brillante ieri come oggi, perché se ami il tuo lavoro e quello che fai dai sempre il meglio! Sempre. Con affetto. Una quasi ANTA”.

Questi commenti, rispetto a quelli polarizzati e privi di argomentazione sono quelli a cui l’imprenditrice avrebbe potuto dar seguito e rispondere, in maniera tale da ribadire e spiegare meglio il suo pensiero. Avrebbero rappresentato un’occasione di interagire mettendoci la faccia e avvicinandosi ad essi. In questo aver tralasciato qualsiasi interazione, senza dare ulteriori risposte alle sollecitazioni critiche, ha ulteriormente ridotto l’efficacia della risposta iniziale, dando un segnale di chiusura e indisponibilità a discutere non solo con gli utenti aggressivi, ma anche con quelli disposti a un confronto argomentato.



## Capitolo 3. Il sondaggio

### 3.1 Domanda di ricerca

L'indagine<sup>9</sup> si pone l'obiettivo di esaminare e analizzare due variabili principali: la tematica relativa al tema dei femminili professionali e la questione relativa al caso di Elisabetta Franchi.

Per quanto riguarda i femminili professionali viene studiata la loro conoscenza, quindi, se le persone fossero consapevoli della questione anche prima dell'introduzione del sondaggio, dove viene spiegato brevemente cosa sono; il posizionamento da parte degli intervistati, quindi l'essere d'accordo o meno con il loro utilizzo e il perché; se oggi vengono utilizzati e soprattutto da chi; infine, le motivazioni che dovrebbero spingere le persone a non utilizzarli. Inoltre, facoltativamente, viene data la possibilità di aggiungere ulteriori informazioni o idee a riguardo.

La questione di Elisabetta Franchi viene invece introdotta dal video integrale dell'intervista e dalla sua trascrizione, che facoltativamente può essere guardato o letto da chi non fosse a conoscenza della tematica o da chiunque volesse comprendere il quadro generale. In questo caso viene studiato se le persone, prima della visione o lettura della parte precedente, fossero a conoscenza della tematica. Successivamente sono mostrati due spezzoni di intervista molto significativi, si è scelto di mostrare questi in particolare perché sono state le parti diventate più virali sul web e viene chiesto ai partecipanti se siano d'accordo o meno con le parole di Elisabetta Franchi e perché.

L'indagine analizzerà la tematica relativa al tema dei femminili professionali e la questione relativa al caso di Elisabetta Franchi in relazione a due variabili, il genere e il target d'età.

---

<sup>9</sup> Questionario: <https://forms.gle/o8KNdNur4DtjwnVs8>

## 3.2 Impianto metodologico

Per la rilevazione dei dati è stata scelta una ricerca quantitativa attraverso la somministrazione di un questionario online non strutturato composto da 13 domande totali. Il questionario presenta 7 domande obbligatorie a risposta chiusa tra cui 3 a intensità di gradimento, 1 a scelta multipla, 1 a scelta multipla a risposta singola e 2 a risposta dicotomica sì/no; dove, data la sensibilità del tema, è sempre stata lasciata la possibilità di scrivere qualcosa in più attraverso l'opzione "Altro" in ogni domanda. Presenta poi 4 domande a risposta aperta, di cui 3 obbligatorie e una facoltativa, dove non sono stati dati limiti sul numero di parole, in maniera tale che ognuno potesse spiegarsi al meglio; una di queste è facoltativa e dà la possibilità a chi vuole di fornire maggiori informazioni a riguardo. Infine, ci sono due domande biografiche che domandano il sesso e l'età dell'intervistato.

Il questionario è stato postato sui miei account personali Facebook e Instagram e su 2 gruppi WhatsApp universitari; ha contato 88 risposte, di cui 64 da donne e 24 da uomini. Il gruppo dei partecipanti non ha nessuna rappresentatività e rilevanza statistica.

La scelta di una ricerca quantitativa e nello specifico di un questionario online non strutturato è dovuta dalla volontà di analizzare il maggior numero di persone possibili e dalla sensibilità del tema. Attraverso un questionario online si riescono ad ottenere molte più risposte rispetto a un'intervista dal vivo, che richiede molto più tempo e impegno sia da parte degli intervistati sia dell'intervistatore. Inoltre, un'intervista faccia a faccia non sarebbe stata adeguata perché la sensibilità delle tematiche affrontate avrebbe fatto sentire le persone più sotto pressione e magari per vergogna non avrebbero espresso liberamente il loro pensiero come invece è accaduto in questo caso. Inoltre, la standardizzazione del questionario permette che tutti i rispondenti ricevano gli stessi stimoli, se pur in questo caso la strutturazione delle risposte è differente per ognuno, dato che il questionario non è strutturato.

Come già affermato in precedenza le due principali domande di ricerca verranno analizzate secondo due variabili, la variabile genere composta da uomo, donna e qualsiasi altro genere in cui una persona si identifichi e la variabile età. Il campione prevede infatti due fasce d'età differenti: 18-39 e 40+. Questo specifico criterio di suddivisione è dovuto principalmente dal caso di Elisabetta Franchi; l'imprenditrice, infatti, durante la sua

intervista fa riferimento a donne che hanno superato gli 'anta'. In questo modo il campione è diviso tra chi non è in quella fascia d'età di riferimento del contenuto e chi è invece nella fascia d'età che si trova nella situazione descritta da Elisabetta Franchi.

### **3.3 Ipotesi preliminari**

Questa ricerca nasce dalla volontà di indagare cosa ne pensino le persone di tematiche attuali e contemporanee come la questione dei femminili professionali e le affermazioni rilasciate da Elisabetta Franchi, pensiero che è condiviso da molti nella nostra società.

Ciò che lega le due domande di ricerca è la rappresentazione della donna nel mondo del lavoro, centrale in entrambe le questioni.

Inoltre, si è scelto un campione proveniente principalmente dai social media proprio perché tematiche di questo genere hanno raggiunto su queste piattaforme grande rilievo e interazione proprio tra gli interlocutori a cui è stato sottoposto il sondaggio.

Di seguito saranno elencati alcuni risultati possibili della ricerca, delle ipotesi di partenza che non si basano sui risultati del sondaggio, e che potranno poi essere smentiti o confermati dai dati dell'indagine che verranno analizzati successivamente; le domande di ricerca saranno considerate separatamente entrambe in relazione alla variabile genere e target d'età.

Relativamente al tema dei femminili professionali, la maggioranza delle donne con un target d'età tra i 18 e i 39 anni conoscono la questione e la considerano rilevante, sono d'accordo con il loro utilizzo e sentono la necessità di utilizzarli. La maggioranza delle donne più grandi invece, comprese in una fascia d'età che va dai 40 anni compresi in su, non è a conoscenza della questione e la ritiene rilevante ma in misura minore rispetto alle donne del target 18-39. L'ipotesi che si può formulare è che le seconde, già inserite nel mondo del lavoro e abituate ad essere chiamate con determinati titoli, sarebbero meno sensibili alla loro diffusione.

Per quanto riguarda gli uomini, indipendentemente dal target d'età, pochi sono a conoscenza della questione relativa ai femminili professionali e pochi sono d'accordo con il loro utilizzo perché ritenuto inutile e superfluo.

Rispetto alle parole rilasciate da Elisabetta Franchi, sia le donne appartenenti al target 18-39 sia quelle appartenenti al target 40+ sono a conoscenza dello scandalo relativo alle parole dell'imprenditrice. Gli uomini invece che conosco la questione sono solo coloro che appartengono al target 18-39, tra quelli più grandi la conoscenza è più sporadica.

La maggioranza delle donne indipendentemente dall'età, sono contrarie alle sue affermazioni perché ogni donna che vuole una famiglia e allo stesso tempo una buona posizione lavorativa vuole poter rivendicare i propri diritti. Mentre gli uomini hanno pensieri diversi in base alla fascia d'età cui appartengono; i più giovani, per la maggior parte, sono contrari alle sue parole perché ormai situazioni del genere sono lontane dalla visuale di una persona che è appena entrato nel mondo del lavoro e che convive con donne lavoratrici che ricoprono tutti i tipi di ruoli. Gli over 40 invece, per la maggior parte, si ritrovano ad accettare e condividere in parte le parole dell'imprenditrice perché abituati a vivere quotidianamente, anche all'interno della propria famiglia, situazioni di disparità di genere.

### **3.4     Analisi delle risposte**

Sono stati ottenuti 88 questionari utili, di cui hanno risposto 64 donne e 24 uomini; ogni domanda sarà analizzata tenendo in considerazione le variabili età e genere. Interessante notare come la grande maggioranza dei rispondenti sia composta da donne piuttosto che da uomini; questo elemento sembrerebbe far intendere che le tematiche riportate siano più rilevanti per le donne che per gli uomini.

#### **3.4.1   Prima dell'introduzione di questo questionario, eri a conoscenza della questione relativa ai femminili professionali?**

Attraverso una domanda dicotomica sì/no viene domandato ai partecipanti quanti di loro fossero a conoscenza della questione relativa ai femminili professionali prima dell'introduzione del questionario, dove viene spiegato brevemente cosa sono. La

maggior parte degli intervistati, 75 su 88, è già a conoscenza della questione; in particolare 32 donne su 37, con un target d'età compreso tra i 18 e i 39 anni, sono a conoscenza della questione e anche 13 uomini su 17 appartenenti allo stesso target ne sono a conoscenza.

Nel caso del target d'età più alto, 40+, 25 donne su 27 sono informate sulla questione nonostante l'introduzione del questionario e anche 5 uomini su 7. In questo caso, indipendentemente da sesso e target d'età, la maggioranza dei rispondenti è già a conoscenza della questione, un ottimo punto di partenza perché permette di capire che la questione relativa ai femminili professionali è conosciuta da molti.

### **3.4.2 Sei d'accordo con il loro utilizzo?**

Successivamente viene chiesto ai partecipanti quanto siano d'accordo con l'utilizzo dei femminili professionali, indipendentemente dalla conoscenza o meno della questione grazie all'introduzione del questionario, attraverso una domanda a intensità di gradimento su una scala che va da "Molto d'accordo" a "Per niente d'accordo", con la possibilità di selezionare anche l'opzione "Altro".

Per quanto riguarda il target d'età più basso, 20 donne su 37 si ritrovano "Molto d'accordo", 11 su 37 rispondono "Abbastanza d'accordo", 5 su 37 "Poco d'accordo", nessuna si trova "Per niente d'accordo" e solo 1 ha scelto l'opzione "Altro" specificando:

"Non so come pormi di fronte alla questione".

In questo caso la maggioranza delle donne mostra un atteggiamento favorevole alla questione, anche se alcune con dei dubbi; il fatto che nessuna abbia risposto "Per niente d'accordo" è un segno che fa intendere la rilevanza della questione per le donne. In linea generale le risposte appartengono ai punti di accordo più alti.

Gli uomini dello stesso target, 18-39, rispondono così: 8 su 17 "Abbastanza d'accordo", 4 "Per niente d'accordo", 3 "Poco d'accordo", 2 su 17 "Molto d'accordo". Si nota in questo caso la diversità di distribuzione di risposte rispetto alle donne, anche in questo target le persone sono per la maggiore d'accordo con l'utilizzo dei femminili

professionali. Le risposte però sono distribuite diversamente e puntano ad un'intensità di accordo minore; infatti, 4 persone su 17 scelgono "Per niente d'accordo", dato che non era stato rilevato dalle donne appartenenti allo stesso target d'età.

Nel target d'età femminile 40+ si registrano invece i seguenti dati: 10 donne su 27 rispondono "Molto d'accordo", 10 "Abbastanza d'accordo", 3 "Per niente d'accordo" e 2 "Poco d'accordo". Due donne hanno selezionato l'opzione altro e dicono rispettivamente:

"Non mi sono posta il problema".

"... se devono essere accompagnati da minore rispetto meglio di no".

Anche in questo caso la maggior parte delle rispondenti si trova d'accordo con la questione, ma allo stesso tempo si notano alcune posizioni contrarie che nel campione donne, 18-39, non era invece presente.

Tra gli uomini appartenenti al target 40+ si hanno i seguenti risultati: 4 uomini su 7 sono "Molto d'accordo", 2 "Poco d'accordo", 1 "Abbastanza d'accordo"; in questo caso, a differenza delle risposte degli uomini più giovani, sono tutti in accordo con la questione, anche se alcuni non del tutto, ma nessuno si è trovato a rispondere "Per niente d'accordo". In questo caso data la poca partecipazione di uomini appartenenti al target 40+, il campione è insufficiente per trarre delle conclusioni fondate.

### **3.4.3** Spiega in poche righe il motivo della risposta precedente

Nella terza domanda, domanda aperta senza limite di parole, viene chiesto agli intervistati di spiegare le motivazioni delle risposte precedenti. Non saranno riportate tutte le 88 risposte, ma saranno considerate le risposte più significative dal punto di vista del contenuto, riportando più di un campione di risposta per ogni grado di intensità di gradimento della domanda precedente.

Si analizzano ora le motivazioni riportate dalla variabile donna 18-39 con intensità di gradimento "Molto d'accordo", alcune spiegazioni sono:

“Come esiste il sostantivo maschile per identificare una professione, è giusto per questioni egualitarie che si utilizzi anche il sostantivo femminile qualora si parli di una donna”.

“Nel mondo ci sono donne e uomini, non solo uomini”.

“Non vedo perché non debbano essere utilizzati dato che esistono e sono, a livello linguistico, corretti. Il genere femminile esiste a livello professionale e deve essere rappresentato allo stesso modo di maschile”.

“Viviamo in una società maschilista in cui la declinazione (e il genere) maschile ha sempre predominato. Mi sembra giusto e legittimo utilizzare anche il corrispettivo femminile, soprattutto se ci riferiamo a posizioni di rilievo”.

“Non vedo perché non utilizzarli nei casi in cui la grammatica italiana lo permette”.

Queste sono alcune delle risposte che motivano il “Molto d’accordo” delle donne under 40 e in linea generale tutte vogliono rivendicare questo diritto sia per ragioni di parità dei sessi sia perché permesso dalla grammatica italiana.

Per coloro che hanno risposto “Abbastanza d’accordo” alcune motivazioni non sono differenti rispetto le precedenti:

“Negli ultimi - relativamente - pochi anni abbiamo fatti enormi passi avanti nel permettere alle donne di intraprendere qualsiasi carriera professionale, ed è giusto riconoscere queste donne come professioniste declinando al femminile le loro professioni”.

“Per ottenere una parità dei sessi nelle grandi questioni è necessario che tale concezione sia compresa nella quotidianità e pertanto anche nel linguaggio che usiamo”.

Altre come:

“Credo non sia per forza necessario essere definite al femminile per vedere riconosciuti i propri diritti lavorativi”.

“Dipende dal contesto”.

Questi casi mostrano una posizione più distaccata dalle motivazioni precedenti anche se per quanto riguarda la prima risposta, grado di intensità dell’accordo e motivazione non combaciano.

Per coloro che hanno risposto “Poco d’accordo” le motivazioni sono:

“Non vedo la motivazione di dover per forza ostentare così la femminilità. Penso che una donna possa mostrare il suo valore lavorativo in qualsiasi modo esso venga definito”.

“In questi esempi si rivendica la neutralità delle cariche e la possibilità di mostrare i propri pregi indipendentemente da come si viene appellati”.

“Non credo che faccia differenza. Se sono un architetto lo sono e posso chiamarmi tale sia se sono donna sia se sono uomo, non mi serve avere la versione al femminile per sentirmi più valorizzata. L'italiano è una lingua che non ha il genere neutro e quindi si sa che ci saranno sempre e comunque situazioni come questa. A prescindere dall'ambito... che in questo caso è più comprensibile di altri”.

In questo caso le donne rivendicano la neutralità delle cariche e non sentono alcuna importanza nel distinguere i sostantivi perché ognuna può mostrare i propri pregi e valori indipendentemente da come viene appellata.

Gli uomini under 40 che rispondono “Molto d'accordo” dicono:

“Perché se una persona di sesso maschile ha diritto ad una carica con un nome al maschile, una persona di sesso femminile non ha ce l'ha?”.

“Come ci sono i maschili professionali debbono esserci anche i femminili”.

Ragioni quindi di parità e di normalità appellandosi al fatto che è giusto che esistano.

Altri invece che hanno affermato “Abbastanza d'accordo” motivano così:

“Da un lato in alcuni casi mi sembra inutile e una sorta di eccessiva vittimizzazione in contesti molto ‘leggeri’, dall'altro capisco e rispetto che anche cose come queste che io percepisco come ‘piccole’ possano essere estremamente importanti per qualcuno”.

“Abbastanza perché molti al femminile perdono un po' di sonorità e si storpiano, come avvocatessa, molto meglio avvocatessa”.

“Penso sia importante e giusto declinare alcune parole al femminile nell'uso comune, sia per un fattore culturale che per un fattore etico. Troppe volte vengono utilizzati sostantivi maschili o pronomi maschili per generalizzare il tutto”.

“Il lessico italiano è improntato sul genere maschile, è giusto che tutte le professioni con declinazione di genere possano trasmettere uguale importanza per il genere femminile. Allo stesso tempo penso che la semantica sia più importante della sintassi. Quindi, al netto dell'ultima vocale



usata per nominare una professione, l'importante è che la parola sia universalmente riconosciuta per descrivere ambo i generi”.

Le motivazioni in questo caso sono molto diverse tra loro, c'è chi non è del tutto d'accordo perché fa riferimento a questioni di cacofonia, chi invece lo ritiene appropriato perché troppe volte il maschile è utilizzato per generalizzare e chi nonostante trovi la questione inutile capisce e è a favore perché si mette nei panni di coloro che la ritengono una questione rilevante.

Coloro che hanno risposto “Poco d'accordo” affermano:

“Credo sia un inutile appesantimento della lingua, parlata o scritta. Il titolo professionale non identifica un sesso, ma un insieme di competenze, di ruoli e di funzioni che non cambia tra uomo e donna”.

“Ritengo inutile perdere tempo in queste frivolezze”.

“Ritengo che spesso siano abusati. Alcuni termini, se nati al maschile, non vedo perché debbano essere necessariamente trasformati anche al femminile, solo per una concezione contemporanea”.

In questo caso è possibile vedere come le motivazioni di donne e uomini siano differenti, le donne fanno riferimento alla neutralità delle cariche mentre gli uomini non danno alcun peso alla questione ritenendola frivola e priva di senso e nata solo per una concezione temporanea.

I “Per niente d'accordo” affermano:

“Li trovo ridicoli e che sminuiscono la carica stessa”.

“Trovo che sia solo un fenomeno di agenda setting. Invece di affrontare i veri problemi sulla disparità si preferisce discutere sul maschile o femminile di un nome..”.

Si pensa in questi casi che i problemi siano altri e che sia solo un fenomeno dovuto ai media.

Per le donne appartenenti al target d'età più alto le risposte in linea con “Molto d'accordo” sono:

“Non è mai esistito il problema a chiamare una donna maestra, professoressa, sarta, infermiera.. perché non farlo quando le donne assumono cariche dirigenziali e diventano Miniatre, Avvocate, Architetto?”.

“Mi sembra normale declinare al femminile cariche e ruoli professionali”.

“Emancipazione”.

“È doveroso che le donne possano identificarsi nella loro professione al meglio, anche scegliendo il genere”.

In questi casi si vuole fare riferimento alla normalità della questione e a motivi di emancipazione.

Le “Abbastanza d’accordo” dicono:

“Sono d'accordo purché venga utilizzato in termini costruttivi e non solo in termini di polemica, che potrebbe solo incentivare ulteriori differenze”.

“Per cambiare le cose, bisogna fare cose che non si erano mai fatte prima”.

“Anche se ancora non hanno un suono familiare, quindi in un certo senso mi stonano all'orecchio, trovo sensato che il nome della figura professionale sia declinata”.

“È importante utilizzare parole che non penalizzino professionalmente il genere femminile, credo però che ci siano problemi più sostanziale di discriminazione verso le donne nel mondo del lavoro”.

In questo caso le opinioni sono più contrastanti, si pensa infatti che sia opportuno il loro utilizzo ma che allo stesso tempo ci siano problemi più rilevanti, che siano efficaci solo se usati adeguatamente.

Le donne che hanno risposto “Poco d’accordo” affermano:

“A me non dà fastidio incontrare un avvocato e trovarmi di fronte ad un avvocato femmina”.

“Perché femminilizzare alcuni termini, tipicamente maschili, non ha senso, si ridicolizza solo il termine. Avvocato è avvocato anche se donna e non toglie nulla alla professionalità femminile”.

In questo caso si fa riferimento alla ridicolezza della questione e al fatto che utilizzare un termine piuttosto che un altro non cambi nulla. Interessante notare una certa

tendenza a esprimere motivazioni più soggettive e di principio: “non dà fastidio”, “non ha senso”, “non toglie nulla”.

Coloro che invece non sono “Per niente d’accordo” dicono:

“Per me non è una questione di genere ma anzi l'immagine professionale prescinde dal sesso”.

“Non cambia nulla..architetto o architetta è la stessa cosa”.

Anche in questo caso l’utilizzo dei femminili professionali non è rilevante perché utilizzare un termine piuttosto che un altro non fa nessuna differenza dal punto di vista soggettivo degli intervistati.

Gli uomini 40+ nel caso in cui sono “Molto d’accordo” affermano:

“Se serve alla parità di genere, sono molto d'accordo. Ma non tutte le donne ritengono questo un problema”.

“Sono convinto della necessità di rendere il linguaggio inclusivo e rispettoso della realtà”.

Si crede quindi che sia una questione rilevante e necessaria nella società odierna.

L’unico uomo “Abbastanza d’accordo” dice:

“Penso sia corretto definire il sesso della professione a prescindere da ogni orientamento”.

I due uomini “Poco d’accordo” postulano rispettivamente:

“Tantissime lingue al mondo non distinguono tra femminile e maschile e nessuno ne fa una questione”.

“Perché x certi lavori ci vuole la presenza”.

La scarsa partecipazione maschile del target d’età 40+ è insufficiente per trarre delle conclusioni.

### 3.4.4 Secondo te, oggi i femminili professionali vengono utilizzati o no?

Nella quarta domanda, una domanda a scelta multipla a risposta singola, viene chiesto ai partecipanti di indicare se i femminili professionali vengono utilizzati nella società attuale. Le possibilità di risposta sono: “Sì, di più dalle donne”, “Sì di più dagli uomini”, “Sì, sia da donne che da uomini”, “No”, “Altro”.

12 su 37 donne comprese nel target d'età 18-39 hanno risposto “No”, 11 su 37 “Sì di più dalle donne”, 5 su 37 “Sì, sia da donne che da uomini”, 4 su 37 “Sì, di più dagli uomini”.

Chi ha scelto “Altro” ha dato le seguenti risposte:

“Una via di mezzo, sento qualche donna usarli ma non molte”.

“Vengono usati quelli che esistono nella lingua italiana”.

“Secondo me dipende (dall'ambito, dall'istruzione e dall'educazione di una persona, dal rispetto verso l'altra persona. Non credo c'entri tanto il genere di chi utilizza la parola)”.

“Penso vengano usati. Non so dire se più da donne o più da uomini”.

“A volte, ma per alcuni nomi siamo portati ad usare il maschile, per esempio: avvocato. È poco diffuso sentire il femminile. Esattamente come la parola architetto”.

La maggior parte delle donne crede quindi che siano utilizzati, dalle donne stesse, solo poche credono infatti che siano utilizzati di più dagli uomini. Una parte molto elevata delle partecipanti crede inoltre che i femminili professionali non siano utilizzati.

Gli uomini under 40 rispondono così: 8 su 17 “No”, 6 su 17 “Sì, di più dalle donne”, 1 su 17 “Sì, sia da donne che da uomini”.

I 2 che hanno scelto “Altro” scrivono:

“In alcuni casi, ad esempio avvocatessa o ministra”.

“Come accennato, solo in alcuni casi, per di più in articoli giornalistici”.

In questo caso si può notare come le donne abbiano una visione più positiva della situazione; infatti, la maggioranza di loro crede che i femminili professionali siano utilizzati nella società odierna, mentre gli uomini hanno una visione più negativa e

credono che le poche persone che li usino siano le donne. È interessante notare come 4 donne su 37 abbiano risposto che siano gli uomini ad utilizzarli maggiormente, un dato che non è comparso tra i partecipanti uomini dello stesso target. Solo un partecipante afferma che sono utilizzati da entrambi i sessi, un dato che era più elevato nel target femminile.

Le donne over 40 invece la pensano così: 9 su 27 “No”, 6 donne su 27 rispondono “Sì, di più dalle donne”, 6 su 27 “Sì, sia da donne che da uomini”, 1 su 27 “Sì, di più dagli uomini”.

Chi ha scelto “Altro” risponde:

“Rispondo sì da entrambi ma il mio sì è in base a una valutazione sul mio contesto lavorativo”.

“Molto poco e solo in alcuni casi”.

“Poco”.

“Poco da entrambi”.

“Non li sento utilizzare”.

In questo caso le donne di entrambi i target d’età la pensano alla stessa maniera: i femminili professionali sono utilizzati maggiormente dalle donne e allo stesso modo da entrambi i sessi. Solo 1 donna pensa che siano usati di più dagli uomini e un numero elevato crede invece che non vengano assolutamente utilizzati.

Gli uomini over 40 dicono: 4 su 7 “Sì, di più dalle donne”, 1 su 7 “Sì, sia da donne che da uomini”, 1 su 7 “No” e un altro afferma “Non abbastanza”. Come sul target maschile 18-39, gli uomini credono che siano utilizzati maggiormente dalle donne e ancora una volta non appare nessun dato in cui gli uomini affermino che sono loro stessi a utilizzarli di più. La maggioranza delle persone, indipendentemente dal genere, crede quindi che vengano utilizzati e che lo siano maggiormente dalle donne.

### 3.4.5 Secondo te, qual è il motivo per il quale alcune persone preferiscono non utilizzare i femminili professionali?

La quinta domanda, a risposta multipla, chiedeva ai partecipanti il motivo per il quale le persone non usassero i femminili professionali e le alternative di risposta erano: “Per motivi relativi alla grammatica italiana”, “Per motivi relativi alla stranezza della parola”, “Per motivi culturali e sociali”, “Per abitudine”, “Per motivi relativi alla bruttezza della parola”, “Perché i problemi sono altri”, “Per la neutralità delle cariche”, “Altro”.

Nel target donna 18-39, 26 persone hanno scelto come opzione “Per abitudine”. “Per motivi culturali e sociali” è stato scelto da 22 donne e “Per motivi relativi alla stranezza della parola” da 20 di esse. Due partecipanti hanno aggiunto:

“Per la poca tutela dello stato verso il sesso femminile negli incarichi importanti”.

“I motivi culturali e sociali influenzano i motivi relativi alla stranezza della parola”.

Le altre opzioni sono state scelte con una frequenza minore rispetto a quelle sopra elencate infatti “Per motivi relativi alla grammatica” è stato scelto da 8 donne; “Per la neutralità delle cariche” da 8 donne; “Per motivi relativi alla bruttezza della parole” da 7 donne e “Perché i problemi sono altri” da 5 donne.

Gli uomini dello stesso target hanno scelto come motivazione più frequente “Per motivi relativi alla grammatica” scelta da 13 uomini. Anche l’opzione “Per motivi relativi alla stranezza della parola” è stata scelta da 10 di essi e anche le opzioni “Per abitudine” e “Per la neutralità delle cariche” sono state scelte rispettivamente da 8 e 7 uomini. L’alternativa “Per motivi relativi alla bruttezza delle parole” è stata scelta da 7 uomini mentre “Per motivi culturali e sociali” da 6. L’opzione “Perché i problemi sono altri” hanno contato solo 4 risposte. Un rispondente aggiunge:

“Nessuno ci hai mai insegnato ad usarli, anzi erano sbagliati in passato”.

Interessante notare come a differenza del target femminile, pochi uomini abbiano scelto la motivazione “Per motivi culturali e sociali”, opzione che invece è stata scelta

molto frequentemente dalle donne. La variante abitudine e stranezza della parola invece accomuna i due sessi.

Le donne 40+ in 14 hanno risposto “Per abitudine”, seguito da “Per motivi culturali e sociali” scelto da 11 donne. Anche le motivazioni riguardanti la grammatica e la stranezza delle parole sono state scelte diverse volte, rispettivamente da 8 e 7 donne. L’opzione “Per la neutralità delle cariche” è stata scelta da 5 donne e “Per motivi relativi alla bruttezza delle parole” e “Perché i problemi sono altri” sono state scelte da 2 donne ciascuna. Come per le donne dell’altro target d’età le motivazioni rilevanti sono state quelle riguardanti i problemi culturali e sociali, l’abitudine e la stranezza delle parole.

Il target maschile invece, ha risposto con maggior frequenza alle motivazioni riguardanti la neutralità delle cariche e la stranezza della parola. Anche in questo caso l’opzione “Per motivi culturali e sociali” non ha avuto molte risposte, ugualmente al target maschile under 40. Altra similitudine sta nell’opzione “Per la neutralità delle cariche”, che ha riscosso successo anche tra gli uomini appartenenti all’altro target d’età.

Curioso è il fatto che solo nei target femminili l’opzione “Per motivi culturali e sociali” ha avuto un numero di risposte rilevanti, dato che questa come è stato affermato nel capitolo 1, è la motivazione più fondata e rilevante mentre le altre opzioni risentono di difetti di conoscenza e argomentazioni fallaci che non considerano con completezza il cuore del problema.

### **3.4.6** Facoltativamente, esplicita al meglio il tuo pensiero in merito alla questione dei femminili professionali

La sesta domanda era una domanda aperta facoltativa, che dava la possibilità a chi volesse di esplicitare al meglio il suo pensiero in merito ai femminili professionali, data la sensibilità della questione.

Tra il target donne 18-39 hanno deciso di rispondere in 4 e affermano:

“È vero che i femminili professionali suonano in modo strano, ma questo è dovuto principalmente al fatto che la lingua italiana (le cui regole sono state scritte e impartite secoli e secoli fa) non le preveda ufficialmente. Se la lingua italiana si aggiornasse per stare al passo con i tempi che corrono, allora il problema verrebbe risolto probabilmente”.

“Non comprendo perché ostinarsi a non utilizzare parole che in italiano esistono, solo perché x persona non la conosce o non è abituato ad usarla non significa che non esiste o che sia scorretta, inoltre le donne che preferiscono farsi chiamare con una professione al maschile nonostante esiste la versione al femminile, per me sono sintomo di un'abitudine di vivere sotto al patriarcato, in cui la professione al maschile sembra essere rilevante e la versione al femminile sembra sminuirla quando il concetto è identico”.

“In merito anche alla domanda precedente, credo sia una questione complessa. Penso che siamo tutti abituati a sentire pronunciare i nomi al maschile e tendiamo a non utilizzare il femminile perché non ha lo stesso potere, non è stato riconosciuto allo stesso modo. Diciamo che ha meno rilevanza ed è come se, la forza del termine, in qualche modo legittimasse anche la ‘forza’, la bravura di una persona. Credo che per la maggior parte delle persone sia così. E poi, proprio perché non siamo abituati, risulta quasi ‘strano’”.

“Non ha senso dire che suona male, sono male solo perché non ci siamo abituati. Grammaticalmente è corretto: infermiere/infermiera, sindaco/sindaca ecc”.

Tra gli uomini under 40, decidono di rispondere in 3:

“Se a scuola scrivevo avvocata mi dicevano che era sbagliato”.

“Io stesso pur condividendone l'utilizzo in linea teorica spesso non ci faccio caso. Altre volte la parola suona strana e sbagliata, quindi per rischiare di fare una figuraccia si va sul sicuro e si usa il maschile”.

“Credo che sia un modo per creare dibattiti sui social network levando spazio ai veri problemi di disparità. Salario, lavoro, istruzione, sport, servizi, queste sono tematiche su cui dibattere però lo stessi prima di tutto ci si ferma sul genere di un nome? Senza senso”.

Le donne 40+ rispondono in 11 e affermano:

“Credo sia importante valorizzare le capacità e i successi al femminile attraverso riconoscimenti diversi ( es. Incentivi, progressioni di carriera..) rispetto all'etichetta nominale”.

“Il titolo dovrebbe essere ininfluente e generico perché NON C'È DIFFERENZA fra la professionalità di un uomo e di una donna. Non dovrebbe interessarmi di che sesso è un professionista. Parimenti, se il mio titolo è architettata e guadagno meno di un uomo...”.

“Il punto è che una donna deve lottare il doppio per avere la stessa considerazione, ma non trascuriamo che se uno è incapace o non preparato può essere uomo o donna”.



“Credo sia un problema legato ad una questione sociale. E purtroppo ancora ad una ideologia sessista”, “Per me è soprattutto il fatto che sono parole desuete e non orecchiabili. Non penso ci sia un problema di questione femminile”.

“È auspicabile che diventino di uso comune”.

“Sarebbe veramente lungo da scrivere, ma sono disponibile in altra sede, eventualmente”.

“Alcuni termini sono molto maschilisti e quindi apprezzerei la possibilità di utilizzare il femminile. Altri invece li percepisco come neutrali e non mi disturbano”.

“Credo sia giunto il momento che tutti si inizi ad utilizzarli con serenità”.

“A volte le parole usate sono cacofoniche...spesso quelle col suffisso ‘essa’”.

“Focalizza le differenze invece che annullarle”.

Tra gli uomini dello stesso target hanno risposto 3 di loro:

“La donna va rispettata, a prescindere, ma applicare etichette ovunque non è una soluzione e non serve. Anzi. Immaginiamo che domani il pilota si punta e vuole essere chiamato pilota. Effettivamente i problemi e discussioni devono essere altri e decisamente più seri”.

“Le cariche importanti sono state esclusiva del sesso maschile, ora non è più così e quindi le cose vanno aggiornate”.

“Conosco almeno un'avvocata che non vuole farsi chiamare così, e preferisce il maschile. Non credo sia l'unica. È molto soggettivo”.

### **3.4.7** Prima della visione dei video, eri a conoscenza dello scandalo di Elisabetta Franchi avvenuto in seguito al rilascio dell'intervista?

Si analizzerà in seguito la parte del questionario relativa a Elisabetta Franchi.

Nella settima domanda del questionario viene domandato ai partecipanti, attraverso una domanda dicotomica sì/no, se prima dell'introduzione della parte dove viene spiegato l'accaduto, fossero a conoscenza dello scandalo relativo a Elisabetta Franchi. La maggior parte dei rispondenti ne è già a conoscenza, 64 persone su 88. In particolare, nelle donne comprese nel target 18-39, 31 su 37 conoscono la questione; negli uomini dello stesso target 7 su 17 sono già a conoscenza. Nel target d'età 40+, le donne che conoscono la questione sono 21 su 27, mentre gli uomini 4 su 7. In linea generale la questione è più conosciuta dalle donne, indipendentemente dal target d'età.

### 3.4.8 Sei d'accordo con queste parole?

L'ottava domanda, è una domanda a intensità di gradimento, e chiede ai partecipanti se dopo la visione di uno spezzone di intervista fossero d'accordo o meno con le parole dell'imprenditrice, su una scala che va da "Molto d'accordo" a "Per niente d'accordo", con la possibilità di selezionare anche l'opzione "Altro". Le parole dell'imprenditrice su cui viene chiesto di ragionare sono:

"Io adesso parlo dalla parte dell'imprenditore, quando metti una donna in una carica importante, se è molto importante, poi non ti puoi permettere di non vederla arrivare per due anni, perché quella posizione è scoperta e un imprenditore investe tempo, energia e denaro e se ti viene a mancare è un problema. E quindi anch'io da imprenditore responsabile della mia azienda spesso ho puntato su uomini".

Per quanto riguarda il target d'età 18-39 delle donne, 16 su 37 si trovano "Per niente d'accordo", 13 su 37 "Poco d'accordo", 5 "Abbastanza d'accordo", 1 "Molto d'accordo" e due hanno scelto l'opzione "Altro", scrivendo rispettivamente:

"Ne sì e ne no".

"Sono d'accordo sul fatto che possa essere un problema ritrovarsi con una posizione importante scoperta, ma ciò non avviene nel giro di due giorni; quindi, vi è tutto il tempo per organizzarsi e trovare un/a sostituto/a".

La maggioranza delle rispondenti si trova quindi in disaccordo con le sue parole, solo poche sono d'accordo e appoggiano, anche se in parte, le parole della stilista.

Gli uomini dello stesso target rispondono così: 7 su 17 sono "Abbastanza d'accordo", 4 "Poco d'accordo", 3 "Per niente d'accordo", 2 "Molto d'accordo" e 1 sceglie l'opzione "Altro" dicendo di non capire. A differenza dello stesso target al femminile, dove per la maggiore erano presenti posizioni contrarie alle parole dell'imprenditrice, in questo caso molti uomini si trovano nella posizione di dire "Abbastanza d'accordo" e quindi di appoggiare, anche se in parte, le parole pronunciate.

Le donne over 40 invece rispondono così: 13 su 27 sono “Per niente d’accordo”, 5 sono “Poco d’accordo”, 3 si ritrovano “Molto d’accordo” e 3 “Abbastanza d’accordo”. 3 rispondenti hanno scelto l’opzione “Altro” scrivendo:

“Ritengo sia un problema che ad oggi non ha trovato soluzioni”.

“Non sono per niente d'accordo ma capisco che nella società attuale la donna donna mamma in molti casi continua ad essere in grande difficoltà”.

“...al50%”.

Anche per la maggioranza delle donne over 40, il pensiero più ricorrente è quello di essere in disaccordo, elemento emerso anche nelle donne del target minore.

Gli uomini rispondono così: 2 su 7 sono “Per niente d’accordo”, 2 “Abbastanza d’accordo”, 1 “Molto d’accordo”, 1 “Poco d’accordo” e 1 scrive:

“Ogni azienda mette delle regole dure per essere più o meno produttivi. Ad avere un atteggiamento prepotente e intimidatorio è decisamente scorretto”.

I pochi risultati ottenuti da questo target specifico non permettono di trarre delle conclusioni.

### **3.4.9** Spiega in poche righe il motivo della risposta precedente

Successivamente, è presente una domanda aperta senza limite di parole, dove viene chiesto agli intervistati di spiegare le motivazioni delle risposte precedenti. Non saranno riportate tutte le 88 risposte, ma saranno considerate le risposte più significative dal punto di vista del contenuto, riportando più di un campione di risposta per ogni grado di intensità di gradimento della domanda precedente.

Una donna del target 18-39 ha risposto “Molto d’accordo” e ha motivato così:

“Purtroppo, nel bene e nel male, è una realtà. Anche se non ci piace”.

Per coloro che hanno risposto “Abbastanza d’accordo” alcune motivazioni sono:

“Per quanto sia necessario vedere il lavoro in un’ottica egualitaria, l’ottica imprenditoriale è in linea con il pensiero di Elisabetta Franchi”.

“Perché credo che al suo posto farei la stessa cosa, ha solo avuto il coraggio di dire la verità”.

“Perché ad oggi si può utilizzare lo smart working quindi il problema potrebbe essere arginato però comunque capisco le sue parole”.

“Mettendosi dal punto di vista dell’imprenditrice, l’assenza per due anni di una figura punto di riferimento della sua area è una grande ‘perdite’ in termini di tempo e potenzialmente di sviluppo/entrate di quel reparto”.

In questo caso il pensiero ricorrente che giustifica la posizione è quella di capire la stilista dalla parte imprenditoriale.

Le motivazioni che hanno giustificato i “Poco d’accordo” sono:

“Investire su una persona capace, anche se per poco tempo potrebbe comunque portare beneficio all’azienda”.

“Perché l’azienda può benissimo andare avanti lo stesso con una buona organizzazione e unità del personale”.

“Da un punto di vista emozionale da donna è brutto sentire queste parole, da un punto di vista più pratico e distaccato tendo a prendere in considerazione quello che dice Elisabetta Franchi, nel momento in cui lo Stato non si mobilita”.

“Perché si parla di una donna che viene a mancare per due anni per via della maternità ma i figli si fanno da sempre in due. Il fatto che la maternità femminile sia molto più lunga e riconosciuta di quella maschile (paternità) non significa che sia corretto svantaggiare una donna per il suo desiderio di diventare madre. Un uomo che desidera diventare padre lo può fare senza dover scegliere tra questo e il lavoro. Una donna invece si trova in difficoltà fin da subito, già nel momento in cui cerca lavoro. In più penso che la cosa più ‘terribile’ sia il fatto che queste parole vengano dalla bocca di una donna”.

In questi casi si fa riferimento al fatto che una persona, anche se per poco tempo, può contribuire al beneficio dell’azienda e che una buona unità e organizzazione del personale sopperisce a problemi di questo genere.

Coloro che hanno risposto “Per niente d’accordo”, scrivono:

“Perché ogni persona, a prescindere dal genere di appartenenza, deve essere libera di poter avere nella propria vita sia una famiglia che una carriera, se è quello che vuole”.

“Con l'avvento dello smart working ci dobbiamo rendere conto che ci sono molti modi per evitare di avere una posizione scoperta per un certo tempo. L'impiego dovrebbe essere in base alla competenza della persona, non in base al fatto che questa persona debba o meno restare a casa per del tempo”.

“La Franchi da di tutta l'erba un fascio, escludere a priori donne e spesso giovani perché potrebbero aver figli è una gran castroneria. ci sono donne giovani che non vogliono o non possono avere figli, che facciamo le lasciamo senza lavoro perché non si sa mai? come ci sono donne "anta" che fanno figli. inoltre non diamo per scontato che un uomo sia disponibile costantemente, non partorirà ma ci possono essere milioni di imprevisti nella vita per rimanere a lungo a casa da lavoro. da imprenditrice la Franchi dovrebbe investire di più sui suoi dipendenti piuttosto che scartare a prescindere le persone perché potrebbero avere figli e stare a casa”.

“Capisco la difficoltà da parte di un imprenditore nell'assumere una donna, infatti penso che sarebbe giusto, legalmente, dare la possibilità alle coppie di scegliere chi si occuperà del bambino per i primo due anni, poiché attualmente il congedo di maternità è molto più lungo di quello di paternità. Allo stesso tempo non vedo perché attuare una discriminazione su tutte le giovani donne: molte non vogliono o non possono avere figli, molte possono avere figli ma decidere di non rimanere a casa da lavoro per due anni eccetera”.

In questo caso le motivazioni sono molto varie. C'è chi rivendica il fatto che lo smart working permette di potersi assentare per lunghi periodi, chi dice che non per forza le donne giovani vogliono o possono avere figli e che allo stesso modo donne più adulte possano farne. Inoltre, c'è chi sostiene che non per forza una donna si deve assentare per un periodo di tempo molto lungo e che anche gli uomini per qualsiasi problema potrebbero avere bisogno di lunghi periodi di congedo dal posto di lavoro.

Un uomo dello stesso target commenta il “Molto d'accordo” così:

“È lecito voler formare una famiglia e avere dei figli, ma se si lavora in una posizione di rilievo è anche giusto capire che ci sono delle priorità a cui devi rispondere. Spesso secondo me una donna in procinto di tale scelta (carriera lavorativa in corso/formazione di una famiglia) deve raggiungere una posizione di compromesso”.

Coloro che hanno risposto “Abbastanza d'accordo” invece rispondono così:

“Perchè capisco che chi dedica una vita a creare un ‘impero’ non è entusiasta nel vedere rallentare od ostacolare il progresso dell'azienda”.

“Inevitabilmente quando un imprenditore non è tutelato dallo stato in seguito a questo tipo di mancanze è ovvio che punti sugli uomini, una cosa tanto sbagliata quanto veritiera che farebbero tutti”.

“Una madre è libera di essere una madre, ma ci sono ruoli, cariche e lavori che richiedono la presenza al 100% anche oltre l'orario di lavoro. È inutile obbiettare, non tutti i lavori sono uguali ed il CEO di una multinazionale non può permettersi di mancare due anni e mettere al suo posto un sostituto. Non può mancare così tanto che sia uomo o donna; e una madre nel primo anno tra gravidanza e parto non è in grado di dedicarci così tanto tempo”.

“La possibilità che una donna decida di avere un figlio e quindi poi debba rimanere a casa per un periodo più o meno lungo è molto concreta e credo sia normale per un imprenditore tenerne conto quando si assume personale. Soprattutto per quanto riguarda cariche importanti e difficilmente rimpiazzabili in breve tempo. Poi ovviamente gli imprevisti e le assenze prolungate dal posto di lavoro non sono prevedibili e non dipendono solo dall'età o dal fatto di essere uomo o donna”.

Si fa riferimento al fatto che una persona indipendentemente dal sesso, se ricopre una carica di rilievo deve essere sempre disponibile e cosciente del fatto che certi ruoli richiedono più tempo e dedizione di altri, elementi che vengono sottratti di conseguenza alla famiglia.

I “Poco d'accordo” commentano così:

“Capisco che un imprenditore pensi ai propri interessi, comunque da un punto di vista di etica personale lo trovo imbarazzante”.

“Legge italiana fallacea crea effettivamente una problematica al titolare dell'azienda, d'altra parte è anche giusto che le persone abbiano diritto di farsi una famiglia”.

“Perché capisco che se non parlassimo di persone e fosse solo una questione di soldi o comunque lavorativa, lo stato non tutela un imprenditore nel modo più corretto. Chiaramente l'ero parliamo di persone, di donne che voglio e hanno tutto il diritto di realizzarsi, e devono essere tutelate, devono avere il diritto medesimo che hanno gli uomini qualsiasi sia la carica a chi aspirano. Una persona non può perdere in partenza, ci devono essere pari opportunità per tutti: donne, uomini o qualsiasi sia il sesso in cui ci si identifica”.

In questo caso si rivendica la libertà di decidere di costruirsi una famiglia e si incolpa anche lo stato che con le sue leggi non tutela le persone nella maniera migliore.

I “Per niente d’accordo” affermano:

“Le donne e gli uomini devono avere lo stesso trattamento”.

“Esistono anche i congedi per il padre dando la possibilità alla donna in carriera e fortemente impegnata di recuperare dal parto e tornare a lavorare. In più anche un uomo può assentarsi 2 anni in caso di malattia o incidente, e che fai? Mica fallisce un'azienda, è un errore imprenditoriale l'insostituibilità di una figura professionale”.

Si vuole ribadire che uomini e donne hanno stessi diritti e opportunità e che allo stesso modo possono fare richiesta di assentarsi per lunghi periodi qualora l'altro avesse un ruolo che richiedesse una presenza lavorativa il più costante possibile.

Le donne over 40 motivano così le risposte riguardanti i “Molto d’accordo”:

“Un ruolo importante prevede ovviamente continuità”.

“È la verità cruda di quello che succede oggi giorno”.

“Perché è vero. E purtroppo non c'è via di mezzo. Nella maggior parte delle donne che lavorano la famiglia viene sempre prima del lavoro. E tu ti trovi a dovere coprire il lavoro anche della lavoratrice che è in maternità, quella che è a casa per la malattia del figlio o deve andare ai colloqui con la scuola o non può perdere la festa all'asilo alla mattina alle 10..... Ed i padri non prendono mai un permesso che sia uno. Nell'era della digitalizzazione si dovrebbe potere ripartire equamente i permessi per legge con scambio di dati tra amministrazioni obbligatoriamente”.

In questo caso le donne affermano che purtroppo è la verità dei fatti.

Coloro che hanno risposto “Abbastanza d’accordo” scrivono:

“Purtroppo, è così.... da imprenditrice ha detto le cose come stanno”.

“Purtroppo c'è differenza fra essere donna ed essere uomo”.

Ancora una volta viene fatto riferimento al fatto che questa è la realtà dei fatti e che le opportunità per i due sessi sono differenti.

Invece i “Poco d’accordo” sono argomentati in questo modo:

“Da dipendente e donna non sono d'accordo, queste scelte impediscono alle donne di potersi realizzare nel lavoro e nella vita/famiglia. Certo che l'imprenditore purtroppo deve fare l'imprenditore e ha ragione a fare delle scelte che tutelino la sua azienda”.

“Il mondo del lavoro è maschilista, una donna imprenditrice dovrebbe avere idee più aperte e moderne”.

“Capisco le motivazioni di un imprenditore, però una società va avanti se viene preservato il diritto di una donna di avere figli. Occorrono più aiuti e collaborazione da parte di tutte le parti sociali”.

Ancora una volta il fatto che a parlare sia un'imprenditrice di successo giustifica quasi le sue parole, ma allo stesso tempo si nota il pensiero comune che le donne si trovano in una posizione discriminatoria rispetto agli uomini.

Quelle che invece si trovano “Per niente d'accordo” affermano:

“La maternità non deve essere un incidente di percorso. È un valore per la società”.

“Perché fare figli non deve essere un handicap o una scelta basata su fattori esclusivamente economici”.

“Perché è una schifezza tutto ciò che ha detto, non rispetta i diritti delle donne e non fa che aumentare la discriminazione già grande”.

“Una imprenditrice come la Franchi avrebbe dovuto pensare ad un asilo, proprio perché è donna, madre e lavoratrice. Le donne vogliono lavorare e non è vero che mancano per due anni. Poteva dare l'esempio ...ha perso l'ennesima occasione ...”.

“Trovo che si possano trovare altre strategie e modalità di gestione del personale. Anche se concordo sul fatto che servirebbero politiche adeguate a sostegno del lavoratore ma anche dell'azienda”.

“Perché tutte le posizioni devono avere la possibilità di assentarsi. Non solo i capi azienda. Lavorare di gruppo consente di tamponare le assenze e non incidere sulla qualità del lavoro”.

Le donne che sono totalmente in disaccordo con le sue parole affermano che la maternità non deve essere vista come un'opportunità di lavoro in meno, piuttosto dovrebbe essere aiutata da più tutele.

L'unico uomo del target 40+ che si trova “Molto d'accordo” dice:

“Perché purtroppo il posto rimane scoperto per un po' di mesi se dovessero rimanere incinta”.



In questo caso viene dato per scontato e assodato che debba essere obbligatoriamente una donna a occuparsi della nascita e dell'allevamento del figlio.

Quelli "Abbastanza d'accordo" invece affermano:

"Per come è organizzato il lavoro oggi, ha ragione, purtroppo. Nei primi mesi di vita, a mio parere, un padre e una madre non sono del tutto intercambiabili".

"L'impresa e l'imprenditore sono penalizzati da quella mancanza, bisogna trovare un'alternativa".

Anche in questo caso si afferma che la figura materna sia imparagonabile e insostituibile a quella paterna.

Quello "Poco d'accordo" afferma:

"Perché il valore di una brillante talentuosità femminile a volte vale più della sua naturale momentanea assenza per i motivi familiari e la gravidanza è prerogativa esclusivamente femminile che l'imprenditore deve agevolare e non deve in nessun modo diventare penalizzante da alcun punto di vista".

Mentre quelli "Per niente d'accordo" dicono:

"Ragionamento puramente egoista.. ci sono compromessi nella vita".

"Semplicemente pensiero impresentabile, maschilista, retrogrado. Ipostatizza la maternità come limite per la performance e la carriera femminili".

In questo caso viene sottolineata la non pertinenza del discorso, definendolo sessista e retrogrado.

### **3.4.10 Sei d'accordo con queste parole?**

Successivamente viene mostrato un ulteriore spezzone di intervista, in cui l'imprenditrice afferma:

“Io oggi le donne le ho messe ma sono ‘anta’, perché questo va detto comunque ancora ragazze, ma delle ragazze cresciute. Se dovevano sposarsi si sono già sposate, se dovevano avere figli li avevano già fatti, se dovevano separarsi hanno fatto anche quello, per cui io le prendo che hanno fatto tutti e quattro i giri di boa. Sono lì belle tranquille che lavorano con me al mio fianco e lavorano h24, questo è importante”.

Ai partecipanti viene chiesto attraverso una domanda ad intensità di gradimento, quanto su una scala da “Molto d’accordo” a “Per niente d’accordo” e con l’opzione “Altro”, siano appunto d’accordo con le parole rilasciate da Elisabetta Franchi.

La grande maggioranza delle donne comprese nel target 18-39 è “Per niente d’accordo”, infatti 24 su 37 rispondono così. Poi 7 donne si trovano “Poco d’accordo” e 6 “Abbastanza d’accordo”. Nessuna ha scelto l’opzione “Molto d’accordo”. La maggioranza delle partecipanti è quindi in disaccordo con le parole e, importante notare, come nessuna donna abbia scelto l’opzione “Molto d’accordo”.

Gli uomini dello stesso target invece si posizionano così: 6 su 17 “Poco d’accordo”, 5 “Per niente d’accordo”, 3 “Abbastanza d’accordo”, 1 “Molto d’accordo” e 2 scelgono l’opzione “Altro”. Rispettivamente affermano:

“Non capisco”.

“Purtroppo un imprenditore fa i suoi interessi, e da un lato sono d’accordo mentre dall’altro è ingiusto”.

Si può vedere come gli uomini in questo caso abbiano un posizionamento differente rispetto a quelle delle donne, il dato “Poco d’accordo” non viene scelto numerose volte come invece è successo nelle donne della stessa età.

Le donne appartenenti al target 40+ per la maggiore si ritrovano “Per niente d’accordo”, infatti 16 su 27 la pensano così. 6 sono “Abbastanza d’accordo”, 3 “Molto d’accordo”, 1 “Poco d’accordo” e 1 sceglie l’opzione “Altro” scrivendo:

“...al 50%”.

In questo caso, a differenza delle donne che rappresentano l'altro target si può vedere come più volte sia stata scelta l'opzione "Molto d'accordo", dato che invece non è apparso tra le donne over 40. Inoltre, il posizionamento è più marcato, c'è chi si trova totalmente in disaccordo con le affermazioni rilasciate e chi invece appoggia le affermazioni anche se in parte. Ugualmente alle donne appartenenti al target inferiore però si può notare come l'opzione "Per niente d'accordo" sia stata scelta più volte.

Gli uomini dello stesso target d'età scelgono: 3 "Per niente d'accordo", 1 "Molto d'accordo", 1 "Abbastanza d'accordo", 1 "Poco d'accordo" e 1 l'opzione "Altro". Colui che ha scelto l'ultima opzione, scrive:

"Purtroppo l'azienda non viene tutelata quando una persona manca per due anni (per qualsiasi motivo sia). Il problema sta a monte, ovvero politico".

I partecipanti sono troppo pochi per trarre delle conclusioni.

### **3.4.11 Spiega in poche righe il motivo della risposta precedente**

Saranno elencate ora le motivazioni che hanno portato i partecipanti a posizionarsi in un determinato modo nella domanda precedente; l'undicesima domanda è infatti una domanda a risposta aperta senza limiti di parole. Non saranno riportate tutte le 88 risposte, ma saranno considerate le risposte più significative dal punto di vista del contenuto, riportando più di un campione di risposta per ogni grado di intensità di gradimento della domanda precedente.

Le donne under 40 che hanno scelto "Abbastanza d'accordo" affermano:

"In una logica egualitaria Elisabetta ha cercato di unire l'assunzione di donne con le necessità imprenditoriali", "Perché come ho detto prima farei lo stesso".

"Il suo ragionamento non fa una piega, secondo me. Non è Elisabetta Franchi da incolpare/attaccare, ma il sistema italiano arretrato e che non gioca in favore delle donne. Se lo stato non facilita la gravidanza, non possiamo aspettarci che gli imprenditori riescano a risolvere questo problema, anche perché credo che il loro sforzo risulterebbe vano in confronto al peso fiscale da sostenere".

“La risposta sarebbe ripetitiva. Si riveda la risposta scritta precedente. La vita di una persona non è sempre definita da delle tappe che avvengono a una determinata età, per quelle che invece si possono “incastonare” all’incirca sulla linea del tempo per un fattore naturale, è un pensiero abbastanza valido. Un’azienda (“purtroppo”) deve fare affidamento su persone presenti fisicamente e mentalmente. Purtroppo io stessa (donna) vorrei sia essere manager sia essere mamma, Se un datore di lavoro avesse dei dubbi sul fatto che io possa esserlo al 100% da tutte e due le parti, posso capirlo perché deve proteggere l’azienda da potenziali rischi”.

In questo caso ciò che accomuna questo posizionamento è il fatto che un comportamento come quello di Elisabetta Franchi può essere giustificato dal fatto che da un punto di vista logico e imprenditoriale è giusto fare così; viene inoltre fatto riferimento ancora una volta allo Stato come responsabile, in parte, della situazione delle donne lavoratrici.

Quelle che si trovano “Poco d’accordo” affermano:

“Ciò che conta è la qualità e non la quantità, la bravura, l’impegno e la passione che metti contano e queste cose ci sono a prescindere dall’età e dal tempo che lavori”.

“In parte, è corretto poter dare opportunità anche a delle persone che ad una certa età faticano a trovare un posto di lavoro”.

“Perché sono persone affidabili che hanno davvero bisogno di lavorare o che comunque non avranno una scusa per rimanere a casa spesso come purtroppo accade con molte giovani”.

“Una donna deve essere assunta e assegnata per la sua capacità lavorativa e competenza non sulla base dei suoi personali progetti di vita”.

Si fa riferimento qui sia al fatto che è comunque una buona strategia dare lavoro alle donne più adulte, che hanno ugualmente bisogno di lavorare, e che una persona non deve essere giudicata secondo le sue caratteristiche personali come l’età, ma dalle sue capacità.

Le donne giustificano i “Per niente d’accordo” così:

“Si toglie possibilità di crescita e realizzazione professionali a persone che non hanno colpe, se non per il fatto di essere nate donne”.

“Mi sarei trovata faccio se il motivo fosse stato ‘per l'esperienza delle donne dopo i 40 anni’, ma impiegare delle donne più avanti con l'età solo perché non devono affrontare maternità, matrimonio, o altri doveri di famiglia, semplicemente non è giusto”.

“Non si può negare a ragazza un posto di lavoro perché avrà forse un marito e dei figli, non permettendo così una formazione di base e discriminando il genere femminile dando per scontato che ognuna di noi abbia come obiettivo nella vita quello di essere madre”.

“Manca la libertà nelle sue parole”.

“Vale quello che ho scritto in precedenza; non credo assolutamente che sia giusto ed etico assumere delle donne solo se hanno già avuto figli, se si sono già sposata e sono già ‘apposto’. Di questo passo continueremo ad avere una società in cui gli uomini primeggiano e non vengono date giuste ed eque condizioni”.

“Ci sono molti imprenditori che hanno trovato diverse soluzioni per riuscire ad assumere e aiutare anche quelle ragazze che poi in un futuro non lontano possono diventare delle mamme in carriera, esempio, diversi imprenditori hanno aperto asili all'interno delle proprie aziende, concordo con il fatto che gli uomini dovrebbero essere meno “mammoni” e aiutare di più in casa e con i figli”.

In questo caso, coloro che sono completamente in disaccordo con le parole dell'imprenditrice, sostengono che a livello etico e di diritti umani non è possibile negare determinati lavori a delle donne che vogliono allo stesso tempo avere una famiglia.

L'unico uomo del target 18-39 che ha scelto “Molto d'accordo” si giustifica così:

“La mentalità dell'imprenditore (che sia uomo o donna) verte sempre sul fatturato e sul miglioramento della propria azienda. Ha il completo diritto di selezionare i propri lavoratori in base alle proprie esigenze”.

Per quanto riguarda coloro che hanno scelto “Abbastanza d'accordo” scrivono:

“Il filo logico che esprime Elisabetta è trainato dalla sua mentalità di imprenditrice quindi a lei servono risorse su cui investire con costanza”.

“Collegandomi a quanto detto nella risposta precedente, alcune cariche, a mio avviso le più ‘prestigiose’ o in generale ‘impegnative’, richiedono dedizione. Non riesco a pensare a una moglie e madre tre figli esemplare e che allo stesso tempo sia presidente della Tesla. Ammetto che la mia risposta è condizionata da esperienze famigliari personali e cultura personale”.

“Sono abbastanza d'accordo, anche perché parla solo di lavori altolocati che di solito arrivi ad età avanzata perché devi avere esperienza è averne viste tante, nel mentre impari, fai figli, divorzi ecc.. e quando hai fatto i 4 giri di boa arrivi ad avere un ruolo importante, pensando dal punto di vista di un imprenditore”.

Gli uomini che si trovano in parte d'accordo con le affermazioni rilasciate dichiarano che difficilmente una donna può essere una brava madre e allo stesso tempo avere una buona posizione lavorativa.

I “Poco d'accordo” scrivono:

“Non sono d'accordo perché una donna potrebbe essere pronta pure a trenta, non è l'età a determinare ciò”.

“Credo che sia vero quello che ha detto Elisabetta nel primo video ma in questo non sono d'accordo perché bisogna dare la possibilità a tutti forse anche meglio se più giovani con più strada da fare e per imparare più cose”.

“Sì rientra sempre nel caso in cui l'imprenditore pensa solo ai propri interessi. Il problema secondo me non è propriamente che non voglia assumere ragazze giovani, ma che si aspetti che i propri collaboratori siano disponibili h24 e che debbano mettere il lavoro al primo posto”.

“Queste frasi invece le trovo di cattivo gusto, pur essendo il pensiero alla base condivisibile. Si è espressa male e ha generalizzato e semplificato molto la questione”.

In questo caso c'è chi fa riferimento al fatto che l'età di una donna non è dipendente dalla sua capacità lavorativa e chi invece rimane sconcertato per i toni e i modi che l'imprenditrice ha utilizzato.

I “Per niente d'accordo” affermano:

“Capisco che la Franchi stia parlando da imprenditrice, ma non si possono sentire queste parole nel 2022, sono retrograde oltremodo”.

“La generalizzazione non porta mai a nulla di buono non è detto che superato una determinata età il problema non si ponga più”.

“Per me prevalgono le competenze prima di tutto indipendentemente dalle prospettive di una persona”.

“Anche in questo caso, non riesco a capire il modo in cui parla. Se con ‘anta’ intende donne sposate e senza intenzione di rimanere ulteriormente incinte, allora non sono ovviamente d'accordo nemmeno in questo caso. Per lo stesso motivo della risposta sopra. Tutte e tutti, senza distinzione di sesso, genere ed età, devono essere tutelati all'interno del proprio lavoro”.

Gli uomini che sono in totale disaccordo sostengono che una donna può essere abile a lavorare a qualsiasi età e che questo non può dipendere dalla volontà di farsi una famiglia.

Le donne appartenenti al target d'età 40+, giustificano i “Molto d'accordo” così:

“È vero, a meno che non si facciano carico della assistenza dei genitori anziani. A cinquant'anni hai maggiore tempo da investire”.

“Perché è la verità dei fatti”.

“Senza ipocrisia sta dicendo cose come stanno...piuttosto lo stato dovrebbe intervenire per aiutare le donne e le imprese”.

Ancora una volta si sostiene che questa è la cruda realtà.

Coloro che hanno risposto “Abbastanza d'accordo” scrivono:

“Comunque avere una prospettiva di lavoro dopo una certa età è importante e molti invece la vedono come un ostacolo”.

“Dipende dal ruolo. Se è di responsabilità vale ciò che ho detto prima e cioè conta la continuità”.

“Purtroppo è vero che ad una certa età hai già fatto delle scelte importanti per la tua vita e sei più libera di dedicarti al lavoro”.

“Come imprenditrice cerca di trovare delle soluzioni ,giuste o sbagliate prova con i suoi mezzi a svincolare un grosso problema,dando comunque importanza ad altre donne ,non più radicate al nuovo ruolo di mamme .ma pronte a riprendersi le soddisfazioni professionali e personali con la fortuna di avere comunque delle capacità.non dando per scontato che tutte le donne abbiamo capacità creative o dirigenziali”.

Anche coloro che sono “Abbastanza d'accordo” con le sue parole commentano dicendo che le donne adulte, che nella loro vita hanno già affrontato diverse esperienze, sono più adeguate a determinati ruoli perché hanno più tempo da dedicare al lavoro.

La donna che ha risposto con “Poco d’accordo” scrive:

“Razzista”.

Coloro che hanno risposto “Per niente d’accordo” affermano:

“Perché la sfera personale non può diventare oggetto di discriminante lavorativa”.

“Il valore di una donna è l'unico requisito che conta”.

“Perché il lavoro è sicuramente impegno serio, a volte sacrificio ma non deve essere schiavitù, e una imprenditrice NON Dovrebbe fare questi discorsi ! Nè riferendosi a donne di 40 che come dice lei hanno già fatto “ giro di boa”, nè per una giovanissima donna che entra a far parte del mondo del lavoro”.

“Provo tanta pena per lei ...per lcome con un’intervista è’ riuscita a buttare tutta la stima che aveva ricevuto ...probabilmente non assume giovani donne perché non accetta di invecchiare ...mi da molta tristezza la sua intervista ! In più non è un vanto lavorare h 24 ...tempo per gli affetti ?cultura? Altri?”.

“Lavorare h 24 può essere una scelta per alcuni ma non è in sé un valore ; le giovani menti portano alcuni contributi e le menti anziane altri. Un privato sceglie i dipendenti in base alle loro capacità e alle proprie necessità ma credo che la giovinezza abbia più energia e capacità lavorativa della maturità....e forse anche più entusiasmo”.

“Tante sono le problematiche e le esperienze che ogni donna affronta nella sua vita e le donne le affrontano ad ogni età sia sotto che sopra i quaranta. Non creda che oggi dopo gli anta sia diverso. Anzi aumentano. E le donne sono in grado di essere produttive sempre se le si da la possibilità di farlo senza ostacolare con stupidi pregiudizi figli di una società patriarcale e misogena, portata avanti anche da certe imprenditrici”.

In questo caso molte donne sostengono l’idea per la quale una donna deve essere scelta per le sue capacità e non per le scelte riguardanti la sua vita privata; inoltre c’è chi si sofferma sulla frase: “Sono lì belle tranquille che lavorano con me al mio fianco e lavorano h24, questo è importante”. Molte, infatti, hanno valutato questa frase come inopportuna e priva di valori.

Le motivazioni degli uomini over 40 sono le seguenti. Un uomo si ritrova “Molto d’accordo” e afferma:



“Perché si spera che essendo ‘anta’, sono più libere oltre ad avere più pratica di una più giovane”.

L’uomo “Abbastanza d’accordo” dice:

“Effettivamente l’impegno che una mamma deve dare nei confronti di un neonato in qualche modo interrompere il rapporto e l’impegno sul lavoro”.

Le affermazioni rilasciate da questi due uomini sono in linea con il pensiero per il quale è una donna che deve occuparsi dei figli e non l’uomo.

Quello che si ritrova “Poco d’accordo” afferma:

“Perché così si rischia di condizionare e penalizzare ulteriormente la già difficile situazione delle nuove coppie abbassando ulteriormente la natalità”.

Quelli che hanno scelto “Per niente d’accordo” affermano:

“Ragionando così le giovani donne non hanno futuro”.

“È l’h24 la cosa sbagliata. Vivere per lavorare invece che lavorare per vivere”, “Come sopra, con in più il culto del lavoro H24 come un valore”.

Ancora una volta ciò che colpisce e allo stesso tempo allontana le persone dalle idee di Elisabetta Franchi è l’affermazione riguardante le 24 ore.

### **3.5 Considerazioni finali**

Parte delle ipotesi preliminari individuate sono state confermate ex-post. Come si era ipotizzato la variabile genere e target d’età influiscono sui risultati della ricerca.

Come era già stato affermato la maggior parte delle donne appartenenti al target 18-39 conosce la questione relativa ai femminili professionali. Lo stesso però, a differenza di quello che si era ipotizzato, vale anche per le donne appartenenti al target 40+ e per gli

uomini di entrambi i target d'età. La questione è conosciuta da un numero molto alto di partecipanti, 75 su 88, indipendentemente da sesso e target d'età.

Come confermano le ipotesi preliminari la maggioranza delle donne appartenenti al target d'età più basso è d'accordo con il loro utilizzo; mentre gli uomini, a differenza di quello che si era ipotizzato sono per la maggior parte d'accordo anche se con dei livelli di intensità d'accordo minore, nessuno di loro sceglie infatti l'opzione "Molto d'accordo" a differenza delle donne.

Le donne over 40 sono anch'esse per la maggior parte d'accordo con l'utilizzo dei femminili professionali, anche se con un posizionamento più basso rispetto alle donne più giovani. Le ipotesi preliminari sono quindi confermate dai dati analizzati.

Gli uomini invece, a differenza di quello che si era presupposto, sono d'accordo con il loro utilizzo, e più della metà si posiziona "Molto d'accordo"; elemento non comparso tra gli uomini del target 18-39. In questo caso target d'età e sesso influiscono in parte sui risultati, la maggioranza dei partecipanti è a favore della diffusione dei femminili professionali, ma con gradi di intensità di posizionamento che dipendono dalle due variabili che si sono prese in considerazione. Da tenere in considerazione i limiti del campione maschile 40+, data la scarsa partecipazione.

Per quanto riguarda la questione relativa a Elisabetta Franchi, la maggioranza delle donne appartenenti al target d'età 18-39 è a conoscenza della vicenda, come si era postulato nella ipotesi preliminari; allo stesso modo anche le donne del target 40+ confermano ciò che si era detto, ossia che la grande maggioranza ne era a conoscenza.

Gli uomini under 40 che conoscono la questione sono pochi, a differenza delle ipotesi preliminari dove si pensava che fossero la maggioranza. Mentre la maggior parte degli uomini over 40 sanno cosa è successo, elemento differente rispetto alle ipotesi iniziali.

Si era ipotizzato che la maggior parte delle donne indipendentemente dal target d'età fosse contraria alle affermazioni rilasciate dall'imprenditrice, un dato che viene confermato dall'analisi delle interviste.

Per gli uomini si era ipotizzato che avessero pensieri differenti in base al target d'età, ossia che i più giovani si allontanassero dalle affermazioni rilasciate, mentre quelli appartenenti al target 40+ appoggiassero di più il pensiero di Elisabetta Franchi.

Dopo l'analisi dei dati solo pochi uomini si trovano "Per niente d'accordo", molti

infatti sono “Abbastanza d’accordo”; anche gli uomini over 40 non hanno confermato le ipotesi preliminari, solo uno di loro è completamente d’accordo con le sue parole. In questo caso la variabile genere sembra aver influito sui risultati.

## Conclusioni

Come si è detto inizialmente, la comunicazione permette alle persone di esprimersi e di condividere le proprie idee, le proprie posizioni e i propri pensieri. Con l'arrivo della società di massa e dei social media la comunicazione è diventata uno strumento sempre più forte che ha dato la possibilità alle persone di interagire con chiunque indipendentemente dallo spazio e dal tempo (Castells, 2009). Questa situazione di relazionalità esponenziale ha portato le persone sempre più a posizionarsi, ad allontanarsi e rifiutare idee diverse dalle proprie, favorendo la creazione delle cosiddette casse di risonanza. Per disputare felicemente e correttamente è opportuno uscire da queste bolle e cercare di prendere in considerazione il punto di vista dell'altro, anche se diverso; partendo da una base solida e comune, infatti, si costruiscono le condizioni per un buon dibattito (Mastroianni, 2017).

La situazione di relazionalità esponenziale in cui ci si trova ha permesso a questioni come quella dei femminili professionali e il caso di Elisabetta Franchi di diventare rilevanti per il dibattito pubblico.

Per quanto riguarda la questione dei femminili professionali, attraverso il quadro storico si è visto come pian piano la questione ha acquisito sempre più rilevanza fino a essere considerata e conosciuta da uomini e donne di diverse età. Il sondaggio attraverso il quale si è deciso di indagare sulla questione ne è la conferma. Le posizioni che le persone decidono di assumere richiamano la questione dei bivi. Il fatto di valutare sistematicamente un argomento come a favore o contro, come vero o falso, in accordo o in disaccordo non aiuta una buona articolazione del problema e rinforza tendenzialmente i posizionamenti.

Il sondaggio che è stato fatto per valutare la questione mostra come idee contrarie e divergenti siano molto diffuse sia tra gli uomini, ma soprattutto tra le donne. Il fatto di essere restii e non pienamente d'accordo con l'utilizzo di queste forme fa capire l'ostilità della società al cambiamento.

I risultati del questionario mostrano come la grande maggioranza dei partecipanti, indipendentemente da sesso e target d'età, è a conoscenza della questione. Un esito che permette di capire quanto le tematiche del genere abbiano una buona diffusione e rilevanza sui social media. Entrando nello specifico, la maggioranza delle donne under 40 afferma di essere pienamente d'accordo con il loro utilizzo, mentre le donne appartenenti al target 40+ mostrano gradi di accordo leggermente inferiori. Gli uomini più giovani sono per la maggior parte d'accordo anche se con un'intensità minore rispetto alle donne dello stesso target. Gli uomini 40+, invece, mostrano gradi di accordo più alti.

Le opinioni in merito alla questione dei femminili confermano i primi studi nati in relazione a questa tematica. Cecilia Robustelli attraverso diversi articoli come "Infermiera sì, ingegnera no?" spiega come il problema del non utilizzo di queste forme sia dovuto ad aspetti sociali e culturali che riguardano la società. Nonostante la parità di genere sembri raggiunta, è proprio nelle questioni come quella riguardante i femminili professionali che si capisce come le differenze di genere permeano ancora il nostro mondo e creano forti disuguaglianze. I dati emersi dal questionario sembrano confermare queste affermazioni.

Interessante notare come alcune donne si sentano come inferiori rispetto agli uomini rivendicando la non necessità di essere appellate o di utilizzare i femminili professionali. Per questa parte di campione, infatti, è come se i femminili non avessero lo stesso significato che avrebbe il medesimo termine nella forma maschile. Come se essere chiamate *avvocata*, *architetta*, *ministra*, *assessora*, fosse sinonimo di una carica meno importante e non a pari livello di quella maschile. Inoltre, a differenza degli uomini, le donne che non sono pienamente d'accordo con l'utilizzo di questi termini si appellano alla neutralità delle cariche spiegando che utilizzare un termine piuttosto che un altro non farebbe alcuna differenza.

Tutto questo permette di capire che la difficile diffusione dei femminili professionali parte dalle donne stesse che o per rassegnazione o per poca autostima non sentono la necessità di rivendicare i propri diritti. Se ancora oggi, nel XXI secolo, vengono innalzate problematiche e reazioni contrarie all'utilizzo di queste forme, difficilmente si potrà rivendicare una vera e propria parità dei sessi. È interessante anche il fatto che siano molte donne a non appoggiare la diffusione dei femminili professionali, perché per prime non si sentono allo stesso livello dell'uomo.

Attraverso l'analisi della questione relativa a Elisabetta Franchi è stato possibile studiare quanto il modo in cui vengono espresse le idee identifichi chi le esprime, in rete soprattutto. Argomentare in una certa maniera, utilizzare determinate parole piuttosto che altre decide il buono o cattivo esito non solo della comunicazione (Cattani, 2018), ma ha effetti anche sulla reputazione. Oltre al contenuto di ciò che si afferma, anche il linguaggio non verbale ha una forte importanza, trasmette le emozioni e lo stato d'animo di chi comunica. La posizione che si assume, il fatto di muoversi in un determinato modo, lo sguardo che si ha, influiscono sul buono o cattivo esito della comunicazione (Mastroianni, 2017). Nel caso di Elisabetta Franchi, si è potuto notare come la scelta di utilizzare determinate parole e trasmettere le opinioni in maniera diretta sia stata la causa del fallimento della sua comunicazione. L'imprenditrice, infatti, ha scelto di esprimere le sue opinioni con un linguaggio informale e senza giri di parole, linguaggio che per il fatto di essere stato fin troppo concreto ha suscitato molte reazioni negative. La maggior parte delle persone si è trovata contraria e in disaccordo con le sue parole.

Anche il tentativo della stilista di rimediare al danno che aveva fatto, attraverso il post di scuse pubblicato su Instagram e Twitter, non è stato utile, anzi ha peggiorato la situazione. Il contenuto riportava, infatti, dati riguardanti la sua situazione aziendale, come per esempio il maggiore numero di donne lavoratrici rispetto agli uomini. Il problema è che Elisabetta Franchi non è stata attaccata per il numero di donne lavoratrici presenti nella sua azienda, bensì per la non possibilità delle donne giovani di ricoprire ruoli dirigenziali, argomento trattato per ultimo nel testo e in maniera marginale. Questa manovra di evasione e allontanamento dall'argomento non ha fatto che peggiorare la situazione, aggravando le reazioni negative del pubblico.

A riprova del fatto che la comunicazione non verbale è importante tanto quanto il contenuto di quello che si vuole trasmettere, si può notare la differenza delle due interviste in cui ha partecipato. Nella prima, che è stata l'intervista che ha dato inizio alla crisi, la stilista ha riportato le sue idee in maniera spontanea e sicura. Infatti, attraverso la sua postura e al suo modo quasi ironico di comportarsi, ha trasmesso informalità. Nella seconda, invece, dove era tenuta a esplicitare meglio ciò che aveva detto, ha assunto un atteggiamento impostato, era palesemente più agitata, le sue parole più ponderate e l'atteggiamento più formale e meno scherzoso.

L'analisi del questionario ha permesso di comprendere il punto di vista di uomini e donne di diverse età in relazione alle due tematiche sopra elencate. I risultati indicano che le donne, indipendentemente dal target d'età, non sono d'accordo con le affermazioni rilasciate dall'imprenditrice; al contrario la maggioranza degli uomini si trova d'accordo, anche se non completamente. La variabile di genere, in questo caso, sembrerebbe aver influito sui risultati, a differenza della variabile età.

Attraverso l'analisi si è potuto osservare come, per molti ancora, sia diffusa l'idea per la quale le donne non abbiano gli stessi diritti a livello lavorativo degli uomini. Si crede che una donna debba in primis rispondere ai doveri legati alla casa e all'allevamento dei figli, piuttosto che alla realizzazione lavorativa. Curioso notare come nel commentare le parole dell'imprenditrice, nonostante il posizionamento che i partecipanti assumevano, tutti abbiano dato per scontato che debba essere la donna a rallentare il suo percorso lavorativo per badare ai figli. Nessuno ha menzionato la possibilità che lo stesso potrebbe essere fatto da un uomo.

Questo conferma che nella società italiana odierna il pensiero in merito all'allevamento dei figli sia ancora molto legato a schemi del passato. Molte volte viene dato per scontato che sia una donna a doversene occupare, come se l'uomo fosse l'unico in grado a ricoprire posizioni lavorative di rilievo.

## Bibliografia

- Biemmi I., Chiappelli T., 2013. *Verso una cittadinanza di genere e interculturale*, Firenze, Ed. Consiglio Regionale della Toscana.
- Blain J., 1994. *Discourses of agency and domestic labor: Family discourse and gendered practice in dual-earner families*, Journal of Family Issues, Vol.15, Issue 4, in <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/019251394015004001>.
- Boccia Artieri G., Bentivegna S., 2019. *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale*, Bari-Roma, Laterza.
- Byerly C., Ross K., 2004. *Women and media: International perspectives*, New Jersey, Blackwell.
- Carassai M., Crucianelli E., 2017. *Linguaggio e relatività*, Roma, Castelvecchi.
- Castells M., 2017. *Comunicazione e potere*, Milano, Università Bocconi Editore.
- Cattani A., 2018. *Palestra di botta e risposta: per una formazione al dibattito*, Padova, libreriauniversitaria.it Edizioni.
- Edley N., Wetherell M., 1999. *Imagined futures: Young men's talk about fatherhood and domestic life*, British Journal of Social Psychology, 38 (Pt.2), pp. 181-194, in <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/10392449/>.
- Finn M., Henwood K., 2009. *Exploring masculinities within men's identificatory imaginings of first-time fatherhood*, British Journal of Social Psychology, 48 (Pt.3), pp. 547-62, in <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19091163/>.
- Gheno V., Mastroianni B., 2018. *Tienilo acceso. Posta, commenta, condividi senza spegnere il cervello*, Milano, Longanesi.
- Gheno V., 2018. *Tutti i modi dell'hate speech sui social media: quando la lingua separa e ferisce*, AgendaDigitale.eu, 3 maggio 2018, in



<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/quando-la-lingua-separa-e-ferisce44241/>, visitato il 20 novembre 2022.

Gheno V., Mastroianni B., 2019. *Comunicare bene in rete, le regole (che tutti dovrebbero seguire) per una internet migliore*, AgendaDigitale.eu, 20 gennaio 2019, in <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/comunicare-bene-in-rete-le-regole-che-tutti-dovrebbero-seguire-per-una-internet-migliore/>, visitato il 20 novembre 2022.

Gheno V., 2019. *Femminili singolari*, Firenze, EffeQu.

Gheno V., 2020a. *Ministra, portiera, architetta: le ricadute sociali, politiche e culturali dei nomi professionali femminili*, Linguisticamente.org, 27 luglio 2020, in <https://www.linguisticamente.org/nomi-femminili-2/>, visitato il 20 novembre 2022.

Gheno V., 2020b. *Lo schwa tra fantasia e norma*, Academia.edu, 29 luglio 2020, in [https://www.academia.edu/43743928/Lo\\_schwa\\_tra\\_fantasia\\_e\\_norma\\_Come\\_superare\\_il\\_maschile\\_sovraesteso\\_nella\\_lingua\\_italiana\\_La\\_Falla\\_L\\_al\\_manacco\\_del\\_cassero\\_LGBT\\_Center\\_29\\_luglio\\_2020](https://www.academia.edu/43743928/Lo_schwa_tra_fantasia_e_norma_Come_superare_il_maschile_sovraesteso_nella_lingua_italiana_La_Falla_L_al_manacco_del_cassero_LGBT_Center_29_luglio_2020), visitato in data 20 novembre 2022.

Gili G., 1990. *La teoria della società di massa. Contesti, problemi, attualità*, Napoli, ESI.

Gill R., 2014. *Unspeakable inequalities: Post feminism, entrepreneurial subjectivity, and the repudiation of sexism among culturalworkers*, Social Politics, Vol.21, Issue 4, Oxford, Oxford University Press.

Hays S., 1996. *The cultural contradictions of motherhood*, New Haven, Yale University Press.

Krijnen T., Van Bauwel S., 2015. *Gender and media. Representing, producing, consuming*, Londra, Routledge.

Lasio D., Putzu D., Serri F., De Simone S., 2017. *Psicologia della salute*, Milano, FrancoAngeli.

- Lavizzari A., Prearo M., 2019. *Il movimento anti-genere in Italia: la partecipazione cattolica tra politica elettorale e protesta*, Londra, Routledge.
- Lippmann W., 1922. *L'opinione pubblica*, Roma, Donzelli Editore.
- Mastroianni B., 2017. *La disputa felice, dissentire senza litigare sui social network*, Firenze, Franco Cesati Editore.
- Mastroianni B., 2020. *Litigando si impara, disinnescare l'odio online*, Firenze, Franco Cesati Editore.
- Miller T., 2007. "Is this what motherhood is all about?" *Weaving experiences discursive through transition to first-time motherhood*, *Gender & Society*, Vol. 21, Issue 3, in <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0891243207300561>.
- Quattrocioni W., Vicini A., 2016. *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Milano, FrancoAngeli.
- Robustelli C., 2013. *Ingegnera sì, infermiera no?*, Accademia della Crusca, 8 marzo 2013, in <https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/infermiera-si-ingegnera-no/7368#:~:text=La%20rappresentazione%20delle%20donne%20attraverso,pi%C3%B9%20anche%20per%20quello%20economico>, visitato il 20 novembre 2022.
- Robustelli C., 2000. *Lingua e identità di genere. Problemi attuali nell'italiano*, Studi italiani di linguistica teorica e applicata, Vol.29, pp. 507-527 in [https://www.academia.edu/30666073/Intervista\\_a\\_Cecilia\\_Robustelli](https://www.academia.edu/30666073/Intervista_a_Cecilia_Robustelli).
- Ross K., Bachmann I., Cardo V., Moorti S., Scarcelli C. M., 2020. *The international encyclopedia of gender, media, and communication*, New Jersey, Wiley & Sons.
- Sabatini A., 1987. *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*, in <https://www.funzionepubblica.gov.it/sites/funzionepubblica.gov.it/files/doc>

umenti/Normativa%20e%20Documentazione/Dossier%20Pari%20opportunit%C3%A0/linguaggio\_non\_sessista.pdf.

- Scarcelli C. M., Krijnen T., Nixon P., 2021. *Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape*, Information, Communication & Society, Vol. 24, Issue 8, Londra, Routledge.
- Tonello F., 2020. *Stereotipi di genere nei mass media: uno sguardo di genere*, Farete salute di genere, Professionisti a confronto per il benessere nelle relazioni di coppia, Ordine degli psicologi della Toscana, pp. 124-132, in <https://www.ordinepsicologitoscana.it/public/files/9504-atti-ultimi-280916.pdf#page=124>.
- Torkkola S., Ruoho, I., 2011. *Looking for gender equality in journalism*, in Krijnen T., Alvares C., Van Bauwel S. (Eds.), *Gendered transformations. Theory and practices on gender and media*, Intellect, pp. 203-220.
- Tuchman G., Daniels A.R., Benet J., 1978. *Hearth and home: Images of women in mass media*, Oxford, Oxford University Press.
- Turner J., Tajfel H., 2004. *The social identity theory of intergroup behavior*, in Jost J. T., Sidanius J. (Eds.), *Political psychology: Key readings*, Psychology Press, pp. 276-293.
- Wolf V., 2020. *Post porno. Corpi liberi di sperimentare per sovvertire gli immaginari sessuali*, Torino, Eris.

## Sitografia

(I link hanno come ultima data di consultazione il 20/11/2022)

### **Basi linguistiche del genere**

[https://www.treccani.it/enciclopedia/genere-dei-nomi\\_%28La-grammatica-italiana%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/genere-dei-nomi_%28La-grammatica-italiana%29/).

### **Dati Istat:**

Anno di riferimento 2011; anno di pubblicazione 2012

<https://www.istat.it/en/archivio/61203>.

Anno di riferimento 2014; anno di pubblicazione 2015

<https://www.istat.it/it/archivio/171864>.

Anno di riferimento 2019; anno di pubblicazione 2020

<https://www.istat.it/donne-uomini/bloc-1a.html?lang=it>.

### **Dati Eurostat:**

Anno di riferimento 2010; anno di pubblicazione 2011

[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-NK-06-004/EN/KS-NK-06-004-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NK-06-004/EN/KS-NK-06-004-EN.PDF).

Anno di riferimento 2020; anno di pubblicazione 2021

[https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK\\_DS-055846\\_QID\\_-77E0F001\\_UID\\_-3F171EB0&layout=SEX,L,X,0;TIME,C,X,1;GEO,L,Y,0;AGE,L,Z,0;CITIZEN,L,Z,1;UNIT,L,Z,2;INDICATORS,C,Z,3;&zSelection=DS-055846AGE,Y15-64;DS-055846INDICATORS,OBS\\_FLAG;DS-055846CITIZEN,TOTAL;DS-](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK_DS-055846_QID_-77E0F001_UID_-3F171EB0&layout=SEX,L,X,0;TIME,C,X,1;GEO,L,Y,0;AGE,L,Z,0;CITIZEN,L,Z,1;UNIT,L,Z,2;INDICATORS,C,Z,3;&zSelection=DS-055846AGE,Y15-64;DS-055846INDICATORS,OBS_FLAG;DS-055846CITIZEN,TOTAL;DS-)

055846UNIT,PC;&rankName1=UNIT\_1\_2\_-1\_2&rankName2=AGE\_1\_2\_-1\_2&rankName3=CITIZEN\_1\_2\_-1\_2&rankName4=INDICATORS\_1\_2\_-1\_2&rankName5=SEX\_1\_2\_0\_0&rankName6=TIME\_1\_0\_1\_0&rankName7=GEO\_1\_2\_0\_1&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&cDM=true&footnes=false&empty=false&wai=false&time\_mode=ROLLING&time\_most\_recent=false&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%23.%23%23%23&lang=EN&lang=EN.

Anno di riferimento 2021; anno di pubblicazione 2022

[https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK\\_DS-055846\\_QID\\_-77E0F001\\_UID\\_-3F171EB0&layout=SEX,L,X,0;TIME,C,X,1;GEO,L,Y,0;AGE,L,Z,0;CITIZEN,L,Z,1;UNIT,L,Z,2;INDICATORS,C,Z,3;&zSelection=DS-055846AGE,Y15-64;DS-055846INDICATORS,OBS\\_FLAG;DS-055846CITIZEN,TOTAL;DS-055846UNIT,PC;&rankName1=UNIT\\_1\\_2\\_-1\\_2&rankName2=AGE\\_1\\_2\\_-1\\_2&rankName3=CITIZEN\\_1\\_2\\_-1\\_2&rankName4=INDICATORS\\_1\\_2\\_-1\\_2&rankName5=SEX\\_1\\_2\\_0\\_0&rankName6=TIME\\_1\\_0\\_1\\_0&rankName7=GEO\\_1\\_2\\_0\\_1&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&cDM=true&footnes=false&empty=false&wai=false&time\\_mode=ROLLING&time\\_most\\_recent=false&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%23.%23%23%23&lang=EN&lang=EN](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK_DS-055846_QID_-77E0F001_UID_-3F171EB0&layout=SEX,L,X,0;TIME,C,X,1;GEO,L,Y,0;AGE,L,Z,0;CITIZEN,L,Z,1;UNIT,L,Z,2;INDICATORS,C,Z,3;&zSelection=DS-055846AGE,Y15-64;DS-055846INDICATORS,OBS_FLAG;DS-055846CITIZEN,TOTAL;DS-055846UNIT,PC;&rankName1=UNIT_1_2_-1_2&rankName2=AGE_1_2_-1_2&rankName3=CITIZEN_1_2_-1_2&rankName4=INDICATORS_1_2_-1_2&rankName5=SEX_1_2_0_0&rankName6=TIME_1_0_1_0&rankName7=GEO_1_2_0_1&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&cDM=true&footnes=false&empty=false&wai=false&time_mode=ROLLING&time_most_recent=false&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%23.%23%23%23&lang=EN&lang=EN)

**Sito dello shop online di Elisabetta Franchi per la biografia**

<https://www.elisabettafranchi.com/it/>.

**Account Instagram personale di Elisabetta Franchi**

<https://www.instagram.com/elisabettafranchimylife/>.

**Sito di PwC e Il Foglio per comprendere il quadro dell'intervista**

<https://www.pwc.com/it/it/>.

<https://www.ilfoglio.it/moda/>.

**Account Youtube di PwC Italia per il video integrale dell'intervista del 4/05/2022**

<https://www.youtube.com/watch?v=lOfQqbGvM4M>.

**Account Instagram e Twitter ufficiali del marchio Elisabetta Franchi per il post di scuse del 9/05/2022**

<https://www.instagram.com/elisabettafranchi/>.

<https://twitter.com/bettafranchi>.

**Sito di Raiplay per l'intervista di Elisabetta Franchi a Porta a Porta del 19/05/2022**

<https://www.raiplay.it/video/2022/05/Porta-a-Porta-03d85c90-5637-4b16-bb3f-831bc1b47386.html>.

**Sito delle Iene per il servizio del 11/05/2022**

[https://www.iene.mediaset.it/video/elisabetta-franchi-donne-e-lavoro\\_1147971.shtml](https://www.iene.mediaset.it/video/elisabetta-franchi-donne-e-lavoro_1147971.shtml).