

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE, GIURIDICHE E
STUDI INTERNAZIONALI

Corso di laurea *Triennale* in Scienze politiche, relazioni internazionali e diritti
umani



“Linguaggi e media: come gli stereotipi influenzano la
rappresentazione delle donne in politica e i loro ruoli”

Relatrice: Prof.ssa Lorenza Perini

Laureanda: Alice Brunello

Matricola: 2006294

A.A. 2023/2024

1222 • 2022
800
ANNI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

A nonna Norma.

Dalla mia parte di terra alla tua parte di cielo.

Oggi splendiamo assieme.

Indice

INTRODUZIONE	2
CAPITOLO 1: Il linguaggio e gli stereotipi	4
1.1: La grammatica nella lingua di genere	4
1.2: Stereotipi e pregiudizi	7
CAPITOLO 2: Donne e politica nei media	11
2.1: Donne e politica: breve excursus storico	11
2.2: I numeri delle donne in politica	13
2.3: Le donne politiche nell'arena televisiva	18
2.4: Le donne politiche nella stampa	25
CAPITOLO 3: Giorgia Meloni al potere	32
3.1: Chi è Giorgia Meloni?	32
3.2: L'ascesa politica di Fratelli d'Italia	35
3.3: La rappresentazione mediatica	40
CONCLUSIONE	45
BIBLIOGRAFIA	47
SITOGRAFIA	48

Introduzione

Nel presente elaborato l'obiettivo è quello di comprendere come le donne vengono rappresentate attraverso l'utilizzo di stereotipi e pregiudizi che impediscono loro di intraprendere un percorso di *empowerment* e, quindi, realizzarsi.

Nel primo capitolo verrà trattato il tema del linguaggio e come esso sia fonte primaria della discriminazione di genere, presente nella società da millenni. Attraverso l'analisi di numerose fonti si può arrivare a comprendere quanto sia fondamentale, oggi, rieducare la società all'uso di un linguaggio inclusivo e che utilizzi termini corretti per descrivere il ruolo che le donne hanno all'interno di essa.

Dopo aver compreso come cambiare il modo di esprimersi, nel secondo capitolo verrà analizzato come le donne politiche vengono rappresentate. Partendo da un breve percorso storico e di come le donne sono entrate a far parte del mondo della politica, si arriverà ad esaminare come esse vengono rappresentate nei principali media italiani, dalla televisione ai quotidiani. Risulterà evidente che, purtroppo, la televisione ha un ruolo fondamentale nella creazione e nel mantenimento degli stereotipi imponendo nelle coscienze delle idee distorte rispetto alla realtà. Ciò che risulta evidente dall'analisi dei media è che le donne maggiormente esposte sono soggette a dei commenti duri, crudi e denigratori rispetto alla loro carriera. Non è stato semplice reperire informazioni riguardo alle donne politiche in quanto, nella maggior parte dei documenti, ad essere esaminate sono le donne che svolgono il lavoro del giornalismo. Proprio per questo la fonte principale è stata la televisione perché attraverso le numerose interviste che i principali *talk show* fanno a coloro che lavorano nella politica, si è potuto comprendere come la sottorappresentanza delle donne sia il punto chiave.

Nel terzo e ultimo capitolo si analizzerà un caso che, oggi, è fondamentale per capire il ruolo della donna politica nella società: il caso di Giorgia Meloni. Percorrendo la sua vita e l'inizio della sua carriera politica, si analizzerà come Meloni e il suo partito abbiano fatto ad ottenere un ruolo così importante come quello della Presidenza del Consiglio dei ministri abbattendo anni di patriarcato e di convinzione che un ruolo di quel genere dovesse appartenere solo agli uomini.

Giorgia Meloni è la prima donna nella storia della Repubblica a ricoprire una carica fondamentale per lo Stato italiano, dando la dimostrazione che essere una donna non significa non poter arrivare in alto, ma significa poterlo fare combattendo contro pregiudizi che spesso impediscono il raggiungimento di determinati livelli. Successivamente all'analisi del partito Fratelli d'Italia, quindi, si ricercherà come Meloni viene rappresentata nei media e come gli stereotipi siano stati scossi con il suo arrivo alla Presidenza del Consiglio. Verranno presi in esame i social media, in particolar modo instagram, i quotidiani e le numerose interviste che Meloni ha rilasciato alle tv. Particolare attenzione verrà posta anche su come Giorgia Meloni controbatte ai giudizi, sfruttando la sua innata capacità di comunicare con il popolo specialmente durante i comizi elettorali.

Al termine dell'elaborato sarà chiaro come l'Italia vede e rappresenta la donna politica, ricoperta di stereotipi e figlia di una sottorappresentanza tale da far sentire il timore e la paura di vedere una donna ricoprire un ruolo che prevede una grande responsabilità.

Risulterà evidente che, nonostante i successi ottenuti dalle donne degli anni Novanta, il patriarcato e il pregiudizio siano ancora dei temi molto discussi in ambito politico e come spesso, purtroppo, vengano negati nonostante siano evidenti.

CAPITOLO 1

IL LINGUAGGIO E GLI STEREOTIPI

1.1. La grammatica nella lingua di genere

Per capire a cosa ci serve la lingua che parliamo dobbiamo prima chiederci: che cos'è?

La lingua è una costruzione politica nata dall'esigenza di relazionarsi nella società al fine di creare una comunità linguistica di riferimento all'interno della quale sentirsi al sicuro. Quando si creano relazioni, si creano i significati e di conseguenza si costruiscono la realtà e la conoscenza: è così che nascono stereotipi e pregiudizi.¹

Una lingua può cambiare nel tempo sotto la spinta di trasformazioni sociali e culturali, ma allo stesso tempo può resistere a causa della tradizione. Mi riferisco in particolare al ruolo della donna nel linguaggio. Infatti, nella lingua italiana le donne vengono da sempre descritte con l'uso della forma maschile anziché femminile, specialmente quando si parla di titoli professionali e per i ruoli istituzionali ricoperti (*ministro/ministra; il presidente/la presidente*).

I nuovi ruoli delle donne nella società portano delle importanti innovazioni linguistiche che richiedono del tempo proprio a causa del pensiero diffuso: se un lavoro è sempre stato declinato al maschile, allora deve rimanere tale. Il linguista Giulio Lepschy afferma: “L'ipotesi generale è che la lingua non solo manifesta, ma anche condiziona il nostro modo di pensare: essa incorpora una visione del mondo e ce la impone. Siamo noi ad essere parlati dalla nostra lingua, anziché essere noi a parlarla. [...] La discriminazione sessista e gli stereotipi 'di genere' pervadono la lingua nella sua interezza e sono rafforzati da essa”.²

¹ Cavagnoli, S. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 9). Giulia Giornaliste

² Lepschy, G. (1989), *Lingua e sessismo*, in *Nuovi Saggi di linguistica italiana* (pp. 61-84), Bologna, Il Mulino

Se le donne stanno conquistando maggiore partecipazione alla vita sociale e civile, gli uomini faticano a riconoscere tali posizioni e a chiamarle con il proprio nome. L'utilizzo del maschile fornisce una falsa neutralità alla questione della lingua di genere perché, così facendo, nasconde stereotipi e discriminazioni dietro alle regole grammaticali. Declinare correttamente le parole significa mettere in dubbio e modificare i rapporti di potere che da secoli appartengono agli uomini. Fusco afferma: "Pertanto ministra, sindaca, ingegnera sono parole come le altre, né belle né brutte: l'unica differenza sta nel fatto che i parlanti non sono sempre abituati a pronunciarle o scriverle. Solo continuando a discutere e far circolare i nuovi termini, attraverso grammatiche, dizionari, saggi di divulgazione linguistica e i mezzi di informazione, si potrà giungere a un cambiamento nei comportamenti linguistici realmente condiviso dalle cittadine e dai cittadini".³

Stefania Cavagnoli, professoressa associata di linguistica generale, linguistica applicata e teoria della prassi della traduzione all'Università Tor Vergata di Roma, detta alcune regole per combattere il sessismo linguistico:

1. Utilizzare espressioni non marcate (non uomo, ma persona);
2. Alternare, negli elenchi, maschile e femminile;
3. Usare in modo simmetrico la lingua;
4. Accordare aggettivi e sostantivi in base alla maggioranza, e non sempre al maschile;
5. Differenziare gli epiceni attraverso l'articolo (la giudice, non il giudice se si tratta di una donna);
6. Utilizzare le cariche al femminile (la ministra, non il ministro).⁴

La lotta al sessismo linguistico fu proposta per la prima volta in Italia nel 1987 da Alma Sabatini che scrisse *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*. Fu un lavoro molto criticato perché ritenuto lontano dall'ottenere una parità tra uomini e donne, ma fece luce su un problema che ancora oggi esiste.

³ Fusco, F. (2012), *La lingua e il femminile nella lessicografia italiana, Tra stereotipi e (in)visibilità*, Alessandria, Edizioni dell'Orso

⁴ Cavagnoli, S. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 215). Giulia Giornaliste

Infatti, sta cambiando la forma delle parole ma non gli stereotipi che sono radicati nella cultura italiana (e non solo) mediante i quali la donna viene raffigurata sempre allo stesso modo nei film, nei quotidiani, nella televisione e nei social media.

Alma Sabatini affermava che le forme linguistiche che utilizziamo sono creatrici di stereotipi e pregiudizi che facciamo fatica a riconoscere, facendo passare in secondo piano il sessismo linguistico.⁵

Si parla di linguaggio androcentrico perché la forma maschile è percepita come norma, mentre la forma femminile è vista come 'l'altro'.

Proprio per questa visione la disparità tra uomo e donna rimane viva nella mente delle persone, anche se non sempre ci si rende conto.

Non esiste quindi una lingua neutra, ma esiste una lingua scelta in maniera più o meno consapevole da chi la utilizza. Proprio per questo riflettere sull'utilizzo delle parole è un punto di partenza per modificare delle situazioni che mettono in una posizione di inferiorità le donne e impediscono loro di creare un percorso di empowerment in grado di garantire la parità di genere.

⁵ Sabatini, A. (1987), *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*
https://web.uniroma1.it/fac_smfn/sites/default/files/IlSessismoNellaLinguaItaliana.pdf

1.2 Stereotipi e pregiudizi

Fin dalla prima infanzia, siamo tutti sommersi in stereotipi e pregiudizi molto rigidi, che ci fanno vedere un mondo tutto rosa, fatto di bambole, cassette, fiorellini e capelli lunghi per le bambine e tutto blu pieno di automobili, motociclette, sport e forza per i bambini. La formazione di queste immagini nelle menti degli infanti, creano delle idee distorte di quella che è la realtà, categorizzando ambienti e abitudini fino alla semplificazione totale.

Nel vocabolario Treccani lo stereotipo viene definito come “Opinione preconstituita su persone o gruppi, che prescinde dalla valutazione del singolo caso ed è frutto di un antecedente processo d’ipergeneralizzazione e ipersemplicificazione, ovvero risultato di una falsa operazione deduttiva. [...] Quando si parla di stereotipo di genere si fa riferimento agli s. sociali, ossia a credenze condivise da più persone. Gli s. sociali o di gruppo sono stati definiti operativamente nei termini della proporzione di membri di un gruppo che sono d’accordo nell’attribuzione di ‘etichette’ ai membri di un altro gruppo o ai membri del proprio gruppo. [...]”⁶

Per la loro resistenza, gli stereotipi possono essere visti come verità biologiche dalle quali è impossibile fuggire, creando così una barriera di opposizione ai cambiamenti della società, specialmente quella femminile.

In Italia, in particolare, le costruzioni delle idee delle donne sono dovute in parte anche ad una cultura cattolica radicata nella società che vede la donna come madre e quindi, di natura, obbligata a svolgere il lavoro di cura lasciando al marito il diritto al lavoro. Nella stessa direzione va anche la televisione, che rappresenta la donna come elemento essenziale della famiglia e quindi impossibilitata ad uno sviluppo personale in qualsiasi altro ambiente.

Come affermato precedentemente, la lingua italiana utilizza un maschile generico creando così un’asimmetria semantica. Alma Sabatini scrisse “L’uso di un termine anziché di un altro comporta una modificazione nel pensiero e nell’atteggiamento

⁶ <https://www.treccani.it/enciclopedia/stereotipo/>

di chi lo pronuncia e quindi di chi lo ascolta. La parola è una materializzazione, un'azione vera e propria".⁷

Ma come si possono modificare gli stereotipi? Analizzare la lingua che si utilizza può essere un primo passo verso la consapevolezza; inoltre, seguire le regole presentate da Cavagnoli aiuta a combattere il sessismo linguistico che, purtroppo, colpisce tutti noi. Anche analizzare i titoli di giornale e le trasmissioni televisive può essere utile per capire dove si trovano gli stereotipi.

Sempre Stefania Cavagnoli, grazie alla squadra di "Giulia giornaliste" presenta alcuni esempi di stereotipi presenti nella quotidianità dei programmi televisivi e dei giornali.

1. "Sul Corriere, Torino, 14 dicembre 2018, si riporta l'episodio di una comandante di aereo che è stata insultata con offese sessiste perché non corrispondeva, evidentemente, a chi si aspettava di essere guidato da un uomo. 'In cabina il comandante è donna, frasi sessiste sul volo Torino-Bari'. Anche in questo caso, sebbene l'articolo consideri negativamente il fatto avvenuto, nel titolo si usa il maschile, inconsciamente a rimarcare l'allontanamento dalla realtà".⁸
2. "A 'I Soliti Ignoti' gli ignoti vengono definiti usando il maschile anche per riferirsi a una donna. Stasera l'ignoto numero tre è un navigatore di rally. Davvero un peccato, considerando la fascia oraria e il tipo di utenza".⁹

Sono solo due dei numerosi esempi che Cavagnoli riporta, mettendo in luce quanto sia difficile per una donna vedersi riconoscere dei meriti che, culturalmente, dovrebbero appartenere solo agli uomini. Citando l'esempio della comandante d'aereo, spesso capita che le persone si stupiscano quando vedono una donna alla guida di un'auto di grossa cilindrata oppure alla direzione di un'impresa importante.

⁷ Sabatini, A. (1987), *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana* https://web.uniroma1.it/fac_smfn/sites/default/files/IlSessismoNellaLinguaItaliana.pdf

⁸ Cavagnoli, S. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 37). Giulia Giornaliste

⁹ Cavagnoli, S. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 37). Giulia Giornaliste

Questo stupore è generato dai preconcetti che sono nell'inconscio di tutti noi, gonfiati ancora di più dalle immagini che vengono presentate in tutti i principali canali di informazione.

Non solo ci vengono presentate, ma molto spesso questi stereotipi sono talmente radicati all'interno di ognuno di noi che delle donne politiche, tranne qualche eccezione, si autorappresentano consapevolmente con l'immagine idealizzata della donna. Un chiaro esempio, che analizzeremo in seguito, è Giorgia Meloni, il nostro Presidente del Consiglio, la quale ha esplicitamente chiesto di essere chiamata "IL Presidente" e non "LA Presidente", salvo poi ritrattare e lasciare il via libera ai cittadini di chiamarla come meglio ritengono.

Gli stereotipi di genere possono essere un vantaggio o uno svantaggio per le donne che decidono di intraprendere una carriera politica, anche se molto spesso il rischio di omologazione al genere maschile per arrivare a ricoprire i ruoli più elevati è elevato.

Esiste un luogo comune che ritiene che le donne non siano realmente interessate alla politica e al potere, idea condivisa sia dagli uomini sia dalle donne, specialmente da coloro che si dedicano al lavoro di cura e alla custodia degli affetti. Si tratta di uno stereotipo difficile da sradicare a causa anche della scarsa presenza di donne ai ruoli di potere.

Le donne, per candidarsi, devono affrontare numerosi ostacoli e uno di questi è il fenomeno '*double bind*' individuato da Kathleen Jamieson. L'autrice americana ritiene che le donne debbano dimostrarsi aggressive, ma non troppo: se si dimostra l'aggressività, si dimostra di non essere deboli e, quindi, di poter affrontare dei ruoli carichi di tensione che richiedono fermezza; al contrario, se si dimostra troppa decisione si viene criticate perché poco morbide.¹⁰ Le Politiche, quindi, devono dimostrare consapevolezza nel loro agire, mettendo in luce le loro ragioni ma allo stesso tempo rispettando quei tratti femminili che richiede la società.

Il *double bind effect* vede la donna politica come una madre, esasperando i suoi lati femminili: questa visione tende a portare l'immagine della donna come estensione

¹⁰ Jamieson, K.H. (1997), *Beyond the Double Bind: Women and Leadership*, Oxford University Press

dell'uomo, il vero leader nella politica. Un chiaro esempio lo vediamo in Giorgia Meloni, la quale si è sempre elevata la paladina delle madri italiane, ricalcando la figura che da secoli cataloga la donna come addetta ai lavori di cura. Al suo opposto, invece, troviamo Elly Schlein, prima donna segretaria del Partito Democratico, la quale adotta la strategia dell'imitazione della leadership maschile, sacrificando anche la sua immagine.

Entrambe, però, sono riuscite ad arrivare a ricoprire dei ruoli di alto livello, dimostrando che ogni donna, in qualche modo, può scalare la montagna di stereotipi, pregiudizi e aspettative sociali per realizzarsi e sono riuscite a scrivere un pezzo di storia che ispirerà, probabilmente, generazioni di giovani femministe.

CAPITOLO 2

DONNE E POLITICA NEI MEDIA

2.1 Donne e politica: breve excursus storico

Nel 1912 il Parlamento italiano approvò una riforma elettorale che estendeva il diritto di voto a tutti coloro che avessero compiuto trent'anni. Tutti, tranne le donne. Sidney Sonnino e Filippo Turati, durante il dibattito, avevano proposto di concedere il diritto di voto anche alle donne, ma Giovanni Giolitti, l'allora Presidente del Consiglio, bocciò la proposta senza rifletterci un momento. Per Giolitti si trattava di un 'salto nel buio' troppo difficile da affrontare.¹¹

In tutto il mondo occidentale le donne hanno dovuto lottare per vedersi riconosciuto un diritto che oggi diamo per scontato. Era il 1906 quando la Finlandia concesse alle donne di poter partecipare alle elezioni politiche seguita, nel 1913, dalla Norvegia e ancora da Danimarca e Islanda (1915). Gli Stati Uniti, da sempre considerati i portatori di democrazia, concederanno il diritto di voto alle donne solamente nel 1920.

Ma l'Italia? Il nostro paese dovrà attendere il 1945 per rendere universale il suffragio.¹² Un anno dopo, nel 1946, il Governo Bonomi riconosce, inoltre, il diritto di elettorato passivo. Un tempo lungo che ancora oggi soffre della lentezza del cambiamento perché le donne che partecipano alla vita istituzionale devono fare i conti con ideologie di un passato che, in realtà, non è stato superato.

Sono ventuno le donne che entrano a far parte dell'Assemblea Costituente: Adele Bei, Bianca Bianchi, Laura Bianchini, Elisabetta Conci, Maria de Unterrichter Jervolino, Filomena Delli Castelli, Maria Federici, Nadia Gallico Spano, Angela Gotelli, Angela Maria Guidi Cingolani, Leonilde Jotti, Teresa Mattei, Angelina Livia Merlin, Angiola Minella, Rita Montagnana Togliatti, Maria Nicotra Fiorini, Teresa Noce Longo, Ottavia Penna Buscemi, Elettra Pollastrini, Maria Maddalena

¹¹ Senato della Repubblica (2023), *Parità vo cercando*.
https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg19/attachments/documento/files/000/029/019/DA24_Parita%CC%80_vo_cercando.pdf

¹² Brunelli, G. (2006), *Donne e politica*, Bologna, Il Mulino

Rossi e Vittoria Titomanlio.¹³ Ventuno, su cinquecentocinquanta sei eletti, donne che sono entrate a far parte della storia della nostra Repubblica.

Di queste ventuno donne, cinque presero parte della Commissione dei 75, incaricata di scrivere la Costituzione italiana. Maria Federici, Nilde Iotti, Angelina Merlin,



Figura 1 <https://online.scuola.zanichelli.it/ultimora/2021/12/02/le-donne-la-costituente-la-costituzione-e-luguaglianza/>

Teresa Noce e Ottavia Penna Buscemi furono coloro che collaborarono con altri settanta uomini per redigere quella che è la base della nostra democrazia.

Nella I legislatura, il 5 per cento del Parlamento è formato da donne: un numero molto basso, si parla di 49 donne su 982 parlamentari, ma che trasmette un messaggio fondamentale: la politica non è solo cosa da uomini.

¹³ Senato della Repubblica (2023), *Parità vo cercando*. https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg19/attachments/documento/files/000/029/019/DA24_Parita%CC%80_vo_cercando.pdf

2.2 I numeri delle donne in politica

Sin dalla I legislatura, i numeri della presenza delle donne in politica sono sempre stati contenuti, soprattutto se si analizzano quante donne hanno ricoperto ruoli elevati. La soglia minima di presenza femminile affinché la parità di genere sia efficace è il 30 per cento, limite che spesso il Parlamento italiano non ha raggiunto. Il 2013 è stato l'anno di inversione di tendenza: infatti, si è passati da un 19,1 per cento di donne politiche della XVI legislatura ad un 30,1 per cento di presenze femminili nella XVII legislatura. L'apice di rappresentanza di genere è stato toccato nelle elezioni del 2018, quando al Parlamento risultano elette 334 donne (pari al 35 per cento), calato poi nella XIX legislatura, con un 33 per cento di donne, dato appena sopra la media europea.

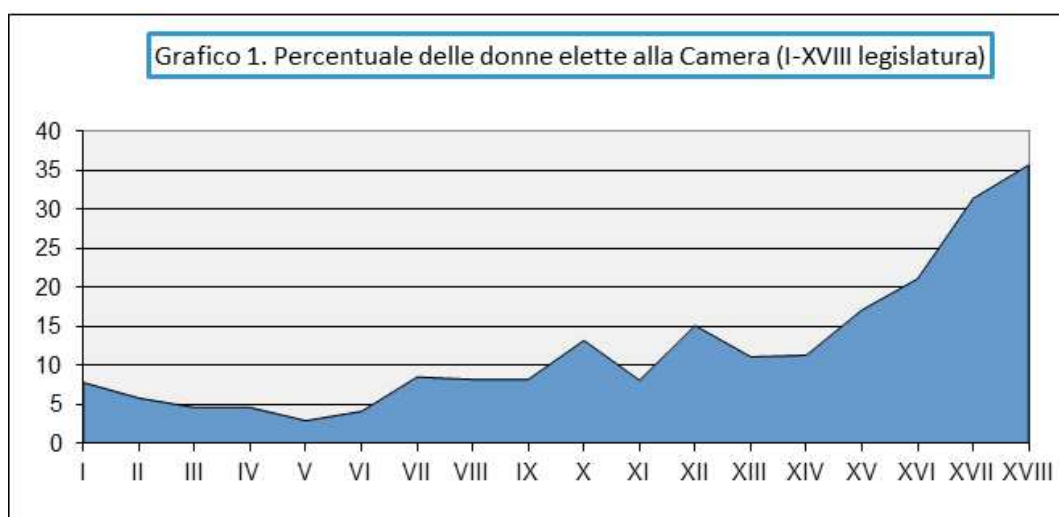


Figura 2 https://documenti.camera.it/leg18/dossier/testi/AC0340.htm?_1701677174435

Come possiamo vedere, l'andamento delle presenze femminili è stato molto altalenante, con delle flessioni tra la I e la IV legislatura per poi risalire dalla VI. È solo dalla XIV legislatura che vediamo una crescita continua di presenze di donne all'interno della Camera dei deputati.

Con l'inaugurazione della XIX legislatura le donne presenti alla Camera sono 129, pari al 32,3 per cento di presenze femminili, una percentuale leggermente minori

rispetto al 34,5 per cento (pari a 69 donne) nel Senato.¹⁴ Nel seguente grafico possiamo notare, infatti, una leggera flessione rispetto alla legislatura precedente, anche se ci sono dei nuovi dati fondamentali che riguardano le elezioni del 2022: alle posizioni di vertice, per la prima volta nella storia della Repubblica, è stata nominata la prima donna Presidente del Consiglio, Giorgia Meloni.



Figura 3 https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

Nell'attuale governo sono sei le donne con la carica di ministre su un totale di ventiquattro: al Ministro per la Famiglia, la Natalità e le Pari opportunità troviamo Eugenia Maria Roccella; al Ministro per le Riforme istituzionali e la Semplificazione normativa troviamo Maria Elisabetta Alberti Casellati, la quale è stata la prima donna nella storia italiana ad essere eletta Presidente del Senato della Repubblica nel 2018; al Ministro per le disabilità troviamo Alessandra Locatelli; al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali troviamo Marina Elvira Calderone; al Ministero dell'Università e della Ricerca troviamo Anna Maria Bernini e al Ministero del Turismo troviamo Daniela Garnerò Santanchè.

Anche per quanto riguarda le parlamentari europee troviamo un risultato incoraggiante: infatti, le donne italiane al Parlamento Europeo sono pari al 41,1 per

¹⁴ Camera dei deputati (24 marzo 2023), *Dossier "La partecipazione delle donne alla vita politica e istituzionale"*, https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

cento dei seggi spettanti al nostro paese, superando addirittura la media delle donne al Parlamento europeo, 40,6 per cento ¹⁵

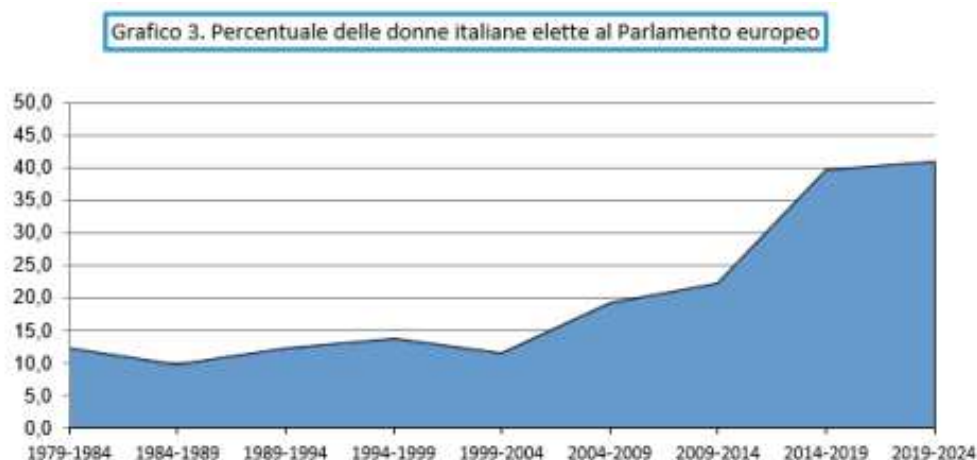


Figura 4 https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

Anche la presenza delle donne nei Consigli delle Regioni e delle Province autonome si attesta al 21,7 per cento al di sotto della media europea (34,2 per cento), ma comunque un numero che fa ben sperare nel raggiungimento della parità di genere nelle posizioni politiche.

Sempre secondo il dossier della Camera stilato a marzo 2023, la regione che registra il numero più alto di donne nei Consigli è il Lazio, seguito da Umbria ed Emilia-Romagna.¹⁶ Il Veneto vede la presenza di 21,6 per cento di donne, pari a 22 su 62 Consiglieri regionali, compreso il Presidente della Regione.

Presenza delle donne nei Consigli delle Regioni e delle Province autonome (dato al 21 marzo 2023)				
	donne	uomini	totale	% donne
Abruzzo	5	26	31	16,1
Basilicata	2	19	21	9,5
Calabria	3	28	31	9,7
Campania	11	40	51	21,6
Emilia Romagna	16	34	50	32,0
Friuli Venezia Giulia	6	43	49	12,2
Lazio	21	30	51	41,2
Liguria	3	28	31	9,7
Lombardia	22	58	80	27,5
Marche	6	25	31	19,4
Molise	5	16	21	23,8
Piemonte	8	43	51	15,7
Puglia	5	46	51	9,8
Sardegna	8	52	60	13,3
Sicilia	15	55	70	21,4
Toscana	12	29	41	29,3
Umbria	8	13	21	38,1
Valle d'Aosta	10	25	35	28,6
Veneto	11	40	51	21,6
Provincia autonoma di Bolzano	9	26	35	25,7
Provincia autonoma di Trento	9	26	35	25,7
totale	195	702	897	21,7

Figura 5 https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

¹⁵ Camera dei deputati (24 marzo 2023), *Dossier "La partecipazione delle donne alla vita politica e istituzionale"*, https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

¹⁶ Camera dei deputati (24 marzo 2023), *Dossier "La partecipazione delle donne alla vita politica e istituzionale"*, https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

Ma a cosa sono dovuti i numeri, in crescita, delle donne all'interno dell'arena politica?

Innanzitutto, all'articolo 51 della Costituzione, il quale recita:” Tutti i cittadini dell'uno o dell'altro sesso possono accedere agli uffici pubblici e alle cariche elettive in condizioni di eguaglianza, secondo i requisiti stabiliti dalla legge. A tale fine la Repubblica promuove con appositi provvedimenti le pari opportunità tra donne e uomini. [...]”¹⁷ troviamo il diritto per i cittadini di accedere ai ruoli istituzionali senza distinzione di sesso.

La parità di accesso alle cariche elettive è poi rimarcata dall'articolo 117, settimo comma, della Costituzione, il quale prevede che le Regioni devono rimuovere qualsiasi ostacolo che impedisca il raggiungimento della piena parità tra uomo e donna.¹⁸

Oltre alla Costituzione, l'Italia adempie anche agli obblighi previsti dalla Convenzione ONU per la eliminazione di ogni forma di discriminazione contro le donne (CEDAW) del 1979 e alla Dichiarazione di Pechino del 1995, le quali guardano al raggiungimento della parità effettiva uomo-donna. Inoltre, la Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea prevede che la parità tra i generi debba essere assicurata in tutti i campi.¹⁹

Una particolare spinta, però, è avvenuta negli ultimi venti anni: nel 2006, ad esempio, è stato approvato il ‘Codice delle pari opportunità tra uomo e donna’ il quale mira a rimuovere qualsiasi ostacolo che impedisca alle donne di accedere alla vita sociale, economica, politica e al mondo del lavoro.

Inoltre, sono state approvate numerose leggi per promuovere la partecipazione politica delle donne negli enti locali, ad esempio la legge 15 febbraio 2016, n. 20,

¹⁷ Costituzione italiana, articolo 51, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-i/titolo-iv/articolo-51>

¹⁸ Costituzione italiana, articolo 117, comma 7, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-ii/titolo-v/articolo-117>

¹⁹ Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, articolo 23, <https://fra.europa.eu/it/eu-charter/article/23-parita-tra-donne-e-uomini#:~:text=La%20parit%C3%A0%20tra%20donne%20e,di%20lavoro%20e%20di%20retribuzione>.

la quale prevede la “promozione delle pari opportunità tra donne e uomini nell’accesso alle cariche elettive” per le elezioni dei consigli regionali.²⁰

Ancora, l’anno seguente il Parlamento ha approvato la legge 3 novembre 2017, n. 165, comunemente conosciuta come “Rosatellum”, la quale prevede che nei collegi plurinominali i candidati siano ordinati secondo lo schema 1-1 sia alla Camera sia al Senato, pena l’inammissibilità: ciò significa che nessuno dei due generi può essere rappresentato in misura superiore al 60 per cento.

Analizzando i grafici e i vari dati presentati, possiamo quindi notare un aumento sulla percentuale riguardo la partecipazione femminile alla vita politica, ma è altrettanto vero che i numeri attuali non sono cresciuti in maniera significativa. Secondo l’Inter-Parliamentary Union, un’organizzazione internazionale che stila ogni mese una classifica relativa alla percentuale di donne presenti nei parlamenti nazionali, l’Italia si trova al cinquantaseiesimo posto piazzandosi al di sotto di alcuni Stati che non prevedono la democrazia, come gli Emirati Arabi Uniti.²¹

Questo indica che le donne politiche italiane sono ancora enormemente sottorappresentate ed è necessario un cambiamento culturale per combattere il patriarcato che costituisce in principale ostacolo all’emancipazione femminile.

Oltre alla sottorappresentanza negli organi istituzionali, le donne vengono quotidianamente discriminate nei media e nella televisione, specialmente quando occupano un ruolo di rilievo.

²⁰ Legge 15 febbraio 2016, n.20 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-02-15;20>

²¹ Inter-Parliamentary Union -Monthly ranking of women in national parliaments <https://data.ipu.org/women-ranking/?month=1&year=2023>

2.3 Le donne politiche nell'arena televisiva

Nella cultura italiana le donne vengono spesso rappresentate come se avessero una 'doppia presenza' che le vede prima madri e, subito dopo, lavoratrici. Specialmente nella televisione, la rappresentazione delle donne viene legata all'immagine familiare, soprattutto quando ad essere intervistate sono le donne politiche.

Per comprendere meglio il perché le politiche italiane vengono rappresentate sulla base degli stereotipi, è bene capire come l'immagine generale della donna viene presentata nella televisione e nei media.

Nel 2005 il *Global Media Monitoring Project (GMMP)* - la più ampia ricerca internazionale sulla rappresentazione di donne e uomini nell'informazione - ha analizzato quattro indicatori di genere nell'informazione in 76 paesi:

- La rappresentazione di donne e uomini come soggetti dell'informazione;
- Le caratteristiche e rispettive responsabilità di giornaliste e giornalisti e reporters;
- Contenuto delle notizie, centralità femminili, stereotipi e ineguaglianza nell'informazione;
- Pratica giornalistica, in relazione alla possibilità di superare gli stereotipi²²

ed è risultato che:

- le donne sono drammaticamente sottorappresentate nelle notizie: il 21 per cento dei soggetti sono donne;
- come autorità o esperte le donne non appaiono quasi mai nell'informazione: le opinioni esperte sono prevalentemente maschili → l'83 per cento delle voci di 'esperti' sono maschili e l'86 per cento dei portavoce sono uomini;
- il punto di vista delle donne è raramente presentato sulle questioni che dominano l'agenda del media: nell'informazione politica le donne sono presenti solo per il 14 per cento; in economia per il 20 per cento. Anche

²² [Introduzione_GMMP_2009.pdf](#)

nell'informazione relativa a violenze in cui le donne sono coinvolte, domina la voce maschile (64 per cento);

- le notizie sulla discriminazione nei confronti delle donne sono praticamente inesistenti: solo 4 per cento delle notizie sottolinea problematiche legate alle disuguaglianze, su questioni quali diritti umani e relazioni sociali.²³

Sono poche, quindi, le donne presenti nelle notizie di politica e altri campi considerati 'duri' per le donne.

Sempre alla ricerca del 2005, l'Università di Padova e l'Osservatorio di Pavia insieme all'Associazione Nazionale delle Consigliere di Parità, l'Università di Torino e la onlus COSPE di Firenze, hanno realizzato la ricerca della parte italiana.

Tra i risultati:

- le donne nelle questioni politiche sono il 17 per cento, misura minore rispetto agli uomini (39 per cento);
- le donne sono meno rappresentate sotto il profilo professionale o di status sociali rispetto agli uomini;
- nella maggioranza dei casi, la visibilità mediatica delle donne dipende dal coinvolgimento diretto in fatti che hanno superato la soglia della notiziabilità²⁴, mentre gli uomini risultano inclusi nell'informazione anche se non sono protagonisti diretti degli eventi notiziati;
- la radio è il mezzo che registra maggiore equilibrio tra donne e uomini sia nel ruolo di conduttori (46 per cento donne e 56 per cento uomini), sia nel ruolo di corrispondenti (48 per cento donne e 52 per cento uomini).²⁵

²³ [Introduzione GMMP 2009.pdf](#)

²⁴ Con il termine 'notiziabilità' si intendono quelle notizie che riguardano un evento di una certa importanza, data dai soggetti coinvolti e dall'impatto dell'interesse generale; eventi che godono di ampio materiale informativo e che possano essere comunicati con uno stile narrativo televisivo corredato da materiale visivo.

²⁵ [Introduzione GMMP 2009.pdf](#)

Negli anni i dati non sono migliorati molto, come possiamo vedere dal rapporto RAI stilato nel 2022 svolto su un campione di 1.750 trasmissioni andate in onda tra le ore 06:00 e le ore 02:00 nei canali generali (Rai 1, Rai 2, Rai 3):

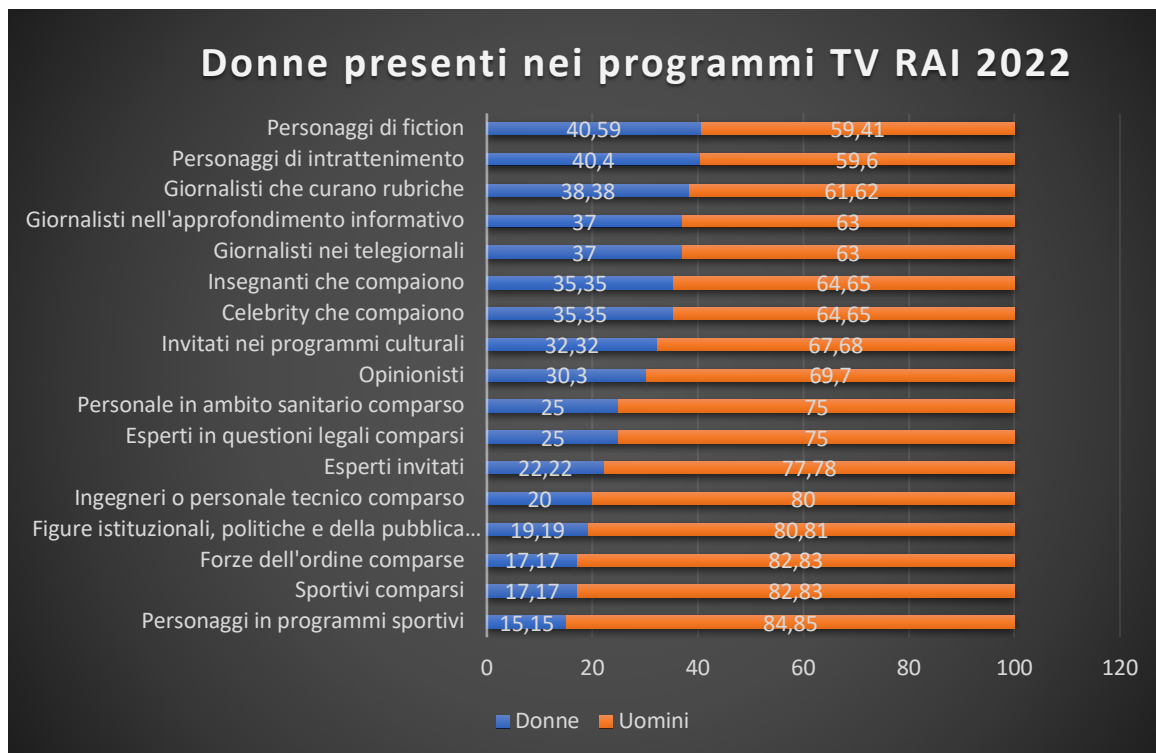


Figura 6 *Donne nei programmi RAI 2022*

Rivolgendo uno sguardo al mondo istituzionale, si nota come solamente il 19,19 per cento delle presenze totali sia femminile.

Ma di cosa si occupano queste donne facenti parti del 19 per cento?

La maggior parte di esse (47,2 per cento) si occupa di questioni sociali e sono invitate a partecipare alle trasmissioni non in quanto esperte, ma in quanto persone sensibili ai temi della società. Si ricade così nello stereotipo della donna sensibile alle disuguaglianze, rivolgendo indirettamente un giudizio negativo agli uomini definendoli così 'insensibili'. Seguono poi l'istruzione (44,4 per cento), arte, spettacolo e media (39,4 per cento) e vanno a chiudere, con un 32,8 per cento, i discorsi riguardati la politica interna.²⁶

²⁶ https://www.infodata.ilsole24ore.com/2023/11/19/i-ruoli-di-genere-in-tv-la-presenza-femminile-piu-elevata-in-rai-si-ha-tra-i-personaggi-delle-fiction/?refresh_ce=1

In aggiunta, l'aspetto estetico della donna politica svolge un ruolo fondamentale nelle trasmissioni televisive: secondo il campione analizzato dal monitoraggio RAI, più del 70 per cento²⁷ degli intervistati ritiene che le donne siano troppo spesso valorizzate solo per l'aspetto fisico più che per il sapere. Si tratta di una discriminazione sessuale, che categorizza il femminile sulla base dell'esibizione del corpo.

Le ragioni per le quali la televisione favorisce una rappresentazione stereotipata della donna sono diverse: in primo luogo, in base al tipo di ospiti previsti in un programma si definisce la linea televisiva che si vuole percorrere, sia essa fonte di informazione, intrattenimento, *talk show* o altro genere; inoltre, il target che si vuole raggiungere. La maggior parte dei programmi di intrattenimento, ad esempio, sono seguiti in prevalenza da donne e per questo motivo vengono riprodotte delle immagini femminili nelle quali il pubblico abbia la possibilità di riconoscersi e quindi di seguire il programma.

Tutt'altra rappresentazione hanno i programmi di satira politica, i quali prevalgono per un pubblico maschile, come *Striscia la Notizia* che prevede la presenza delle 'veline' al fianco dei conduttori, vestite in abiti succinti presentando un corpo giovane, bello e ridotto alla subordinazione del corpo allo svolgimento del programma.

Non solo la satira televisiva, ma anche nei quotidiani questa forma di ironia politica prende spesso di mira le donne. Un esempio, molto discusso nel 2017, è il caso di Maria Elena Boschi: dopo lo scandalo della crisi della Banca Etruria, che vedeva la presenza del padre dell'allora ministra all'interno del consiglio di amministrazione, Marco Natangelo (giornalista e vignettista per 'Il Fatto Quotidiano') pubblicò una vignetta che scatenò l'ira del web.

²⁷

https://www.rai.it/dl/doc/1688372695098_Sintesi%20estesa%20FIGURA%20FEMMINILE%20022.pdf



Figura 7 Il cosciometro <https://www.ilfattoquotidiano.it/2017/12/16/il-cosciometro/4043110/>

Si tratta di una vignetta sessista che offese Maria Elena Boschi, la quale dichiarò pubblicamente di essersi sentita attaccata in quanto donna. Nel disegno, infatti, si allude al fatto che più la ministra si sente in colpa per degli errori commessi, più si spoglia allo scopo di ottenere consensi e non andare incontro alle proprie responsabilità.

Ma la satira funziona così anche per i politici? Certamente ministri, deputati, segretari ed altre cariche dello Stato vengono utilizzati a scopo satirico, ma nessuno ha mai provato a ritrarre un uomo politico che prova a mercificare il suo corpo per togliersi il senso di colpevolezza. L'immagine del corpo sessualizzato viene utilizzata solamente con le politiche, per rimarcare loro il fatto che il loro aspetto estetico verrà sempre prima delle loro competenze.

Analizzando ora il ruolo della televisione, possiamo notare che essa veicola numerosi stereotipi di genere, ma non solo: utilizza anche delle immagini non stereotipate ma che, riproposte in continuazione, creano un'illusione negli spettatori. La figura della donna madre non è uno stereotipo se preso da solo, ma riproporre sempre l'immagine della madre che educa i figli mentre il padre lavora, crea nelle coscienze una visione distorta della realtà.

Particolare rilevanza hanno i programmi di approfondimento informativo come *Porta a Porta*, condotto da Bruno Vespa, nei quali è stata rilevata la presenza di una donna ogni cinque uomini. La scarsa presenza femminile nelle classi dirigenti svantaggia le donne nella partecipazione ai dibattiti incentrati prevalentemente sulle grandi inchieste pubbliche che riguardano temi come relazioni internazionali, politica interna o economia; esse vengono ospitate quando si parla di genitorialità, educazione e violenza.

Inoltre, alle politiche vengono molto spesso rivolte delle domande personali come se la loro esperienza servisse a coprire quella autorità che non viene riconosciuta. Il tema dei figli delle donne politiche è molto ricorrente anche se è un paradosso: coloro che sono madri sono percepite dall'opinione pubblica come persone dall'aspetto rassicurante, ma allo stesso tempo la responsabilità dei figli è vista come un ostacolo alla carriera politica. Si tratta di uno stereotipo difficile da decostruire e che genera un danno per le donne che vogliono svolgere il lavoro della politica.

Saveria Capecchi ha svolto una ricerca molto valida ai fini dell'analisi sulle donne politiche nella televisione²⁸, analizzando alcuni *talk show* delle principali reti televisive (Rai, Mediaset, La7) nel periodo tra febbraio e marzo 2015.

Capecchi ha cercato di rispettare l'equilibrio di presenza tra donne politiche dei partiti di destra e di sinistra, considerando lo spazio dato loro e il titolo con cui esse sono state presentate al pubblico, ovvero se il linguaggio utilizzato era in accordo con il genere delle ospiti.

Dalla ricerca emergono numerosi stereotipi come quello che definisce le donne 'di destra' più belle rispetto alle donne 'di sinistra' mettendo al centro della discussione il corpo femminile. Un esempio di ciò è presente nella puntata sulle elezioni per la Presidenza della Regione Veneto, andata in onda il 2 aprile 2015, nella quale Bruno Vespa presenta degli articoli in cui Alessandra Moretti – appartenente al gruppo parlamentare del Partito Democratico – affermava che la bellezza estetica in politica è un valore aggiunto. L'ex vicesindaca di Vicenza non ha espresso alcuna

²⁸ Capecchi S. (2015) *Donne politiche sulla scena dei media*, Fascicolo 3, Il Mulino - Rivisteweb

opposizione se non per il fatto che nel servizio c'erano alcune imprecisioni politiche.

L'immagine delle donne politiche viene così marginalizzata al fatto che esse fanno carriera perché hanno una giusta dose di *sex appeal* che permette loro di sedurre gli uomini e conquistare così la fiducia. Immagine, questa, interiorizzata da alcune donne che accettano, forse per strategia, di essere considerate più per la loro bellezza piuttosto che le loro doti intellettuali.

Altre politiche, invece, adottano delle strategie di difesa diverse, ad esempio riducendo al minimo indispensabile i contatti con i media e le televisioni, oppure andando apertamente contro gli stereotipi come ha fatto Laura Boldrini nel programma *DiMartedì*, condotto da Giovanni Floris, la quale alla domanda del conduttore "Si dice *la* presidente?", risponde "Certo, sono una donna".

In conclusione, possiamo affermare che la televisione gioca un ruolo decisivo nel rappresentare in maniera stereotipata l'immagine della donna e mette in risalto quegli aspetti che la società è abituata a vedere in modo tale da non perdere consensi e continuare a generare profitti.

Si tratta di un approccio completamente sbagliato, soprattutto in un'epoca come quella attuale dove la donna si vede ancora negare dei diritti fondamentali che le spettano in quanto essere umano.

2.4 Le donne politiche nella stampa

Dopo aver analizzato come le donne, in particolare le donne politiche, vengono rappresentate in televisione, è bene analizzare anche come esse vengono presentate nei quotidiani di maggior rilievo in Italia.

Innanzitutto, bisogna precisare che nel 1995, in occasione della *Quarta Conferenza mondiale sulle donne* svoltasi a Pechino, è stata sottoscritta da 189 Stati membri dell'ONU la *Dichiarazione e Piattaforma d'azione di Pechino* che riconosce il settore dei media come uno dei dodici piani strategici per lo sviluppo delle pari opportunità. Quindi i media, assieme alla famiglia, alla scuola e alle istituzioni, contribuiscono a creare una visione equa di donne e uomini nella società.

Facendo un passo indietro possiamo notare che tra gli anni Quaranta e Cinquanta ci fu una vera e propria esplosione dei settimanali. Fin da subito i corpi delle donne furono utilizzati come mezzi pubblicitari – da secoli il corpo delle donne era oggetto di sguardi maschili, soprattutto nell'arte – e il settimanale con la massima sessualizzazione femminile fu “Le Ore. Settimanale fotografico d'informazione politica e letteraria”. Oggi il settimanale è ricordato come un giornale pornografico, nonostante fosse nato come canale d'informazione.

Negli anni Cinquanta i quotidiani non usavano numerose fotografie, tuttavia le poche immagini presenti rappresentavano donne bianche, giovani, eterosessuali, in posizioni di dominazione e passività. Luigi Gariglio, assieme alla squadra di

GiULia giornaliste²⁹, porta l'esempio più significativo di questa sessualizzazione del corpo femminile: la copertina di "Le Ore" nel 1953.

Figura 8 'Le Ore. Settimanale fotografico d'informazione politica e letteraria' 17 ottobre 1953. <https://picclick.it/Le-Ore-settimanale-di-attualità-N°-23-303495925374.html>



Potrebbe essere questa l'origine della sessualizzazione del corpo femminile nella stampa italiana, immagini che ancora oggi invadono i media e aiutano a mantenere vivi stereotipi ormai radicati profondamente nella cultura.

Non solo le figure nude, ma anche le parole contribuiscono a creare delle discriminazioni che sminuiscono le donne.

Saveria Capecchi ha analizzato alcune testate giornalistiche per capire come le donne politiche vengono rappresentate. La sociologa ha preso in esame due testate fondamentali: il "Corriere della Sera" e "la Repubblica". Il periodo analizzato è lo

²⁹ Gariglio, L. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 159). Giulia Giornaliste

stesso spazio di tempo osservato per la ricerca delle donne politiche nella televisione, sfruttando anche la stessa metodologia di ricerca. Nel periodo che va da febbraio a marzo 2015 le donne politiche comparse nelle testate giornalistiche sono complessivamente diciannove per il “Corriere della Sera” e ventidue per “la Repubblica”, dando maggiore visibilità alle notizie che riguardano la politica interna dell’allora Governo Renzi, riservando qualche posto alle maggiori donne politiche sul piano internazionale come Angela Merkel e Hilary Clinton.

Dalla ricerca condotta da Capecchi sono emersi quattro *frame*³⁰ con i quali le donne attive nella politica vengono rappresentate nei quotidiani:

1. La leader autorevole, ruolo nel quale spicca l’immagine della cancelliera tedesca considerata ferma e decisa nelle sue decisioni ma al contempo descritta come una donna con grande sensibilità d’animo.
2. La battagliera/passionale, ovvero la donna che non teme nessun tipo di confronto con gli uomini portando avanti le proprie idee.
3. La giovane inesperta, titolo spesso attribuito a Giorgia Meloni la quale, all’epoca dei fatti, appariva come la “mascotte di Salvini”³¹ più che una donna indipendente.
4. La portavoce fedelissima, autorappresentazioni di donne che fanno emergere un senso di dedizione verso il loro leader. Maria Rosaria Rossi, in una intervista a ‘la Repubblica’ del 13 marzo 2015, affermava: “Chi attacca me attacca Berlusconi. Io faccio solo quello che decide lui. Io sono fedele solo al Presidente”³².

A questi quattro frame va ad aggiungersene un quinto riferito al genere delle politiche. Esse, infatti, vengono spesso definite ‘figlie’ (come il caso di Marine Le

³⁰ Capecchi S. (2015) *Donne politiche sulla scena dei media, Fascicolo 3*, Il Mulino - Rivisteweb
³¹

https://www.repubblica.it/politica/2015/02/26/news/meloni_sar_con_matteo_per_costruire_insieme_e_una_destra_giovane-108209356/

³² https://www.repubblica.it/politica/2015/03/13/news/verdini-berlusconi_duello_finale_ora_scegli_tra_me_e_la_rossi_silvio_mi_trattate_da_rimbambito_-_109410719/

Pen), ‘mamme’ (Giorgia Meloni), ‘nonne’ (Hilary Clinton), calcando quelli che sono gli stereotipi più comuni presentati nei giornali.

Gli stereotipi sopra evidenziati rappresentano tutti una critica sulle capacità di leadership che può presentarsi in diversi modi, creando dei dubbi sul carisma delle donne politiche e mettendo enfasi sullo stile da esse prescelto, ricadendo nel *double bind effect*. Un ulteriore pregiudizio che la stampa contribuisce ad affermare è il timore che la donna politica non sia in grado di gestire le crisi, in quanto mancano di quella durezza d’animo tipicamente maschile e che identifica le donne come emotive, sensibili e indecise rispetto ai loro colleghi.

Inoltre, la stampa, come la televisione, si focalizza molto sull’aspetto personale, minando il ruolo autorevole e competente che le donne leader – e non – possiedono. Ad attirare l’attenzione dei quotidiani sono soprattutto le immagini familiari, riducendo la figura della donna ad una riproduzione del ruolo tradizionale di cura della famiglia sminuendo la carriera politica. In ogni immagine presentata, la donna politica deve avere un abbigliamento formale, i capelli in ordine, il trucco impeccabile e non può assolutamente ostentare gioielli di valore; per questo le fotografie vengono molto spesso manipolate attraverso l’utilizzo del fotoritocco, adattando le caratteristiche della donna politica agli stereotipi comuni.

Ad essere rappresentate negativamente sono soprattutto le donne politiche che rispettano i canoni di bellezza tradizionali; attraverso commenti sulla vita intima e sulle relazioni personali, etichettando con termini per nulla affini alla loro carriera lavorativa, la sessualizzazione delle donne politiche è un enorme ostacolo alla loro credibilità.

Un caso italiano che ha scatenato un’ondata di misoginia e maschilismo è quello di Mara Carfagna.

Nata a Salerno nel 1975³³, Carfagna inizia la sua carriera lavorativa in televisione come co-presentatrice di *Domenica In* nel 1997. Nel 2004 si avvicina al mondo politico guidando un movimento interno di Forza Italia e solamente due anni dopo viene candidata alla Camera dei deputati ed eletta Segretaria. Dal 2008 al 2011 è stata Ministra per le pari opportunità, combattendo per la violenza sulle donne e

³³ <https://www.treccani.it/enciclopedia/mara-carfagna/>

sullo stalking. La sua carriera televisiva è stata spesso giudicata dai media italiani in quanto ricopriva i panni di una *showgirl* e, di conseguenza, il suo aspetto fisico è sempre stato oggetto di ritocchi per attirare l'attenzione sull'estetica piuttosto che sulla sua abilità politica.

Un ulteriore esempio lo troviamo su “Liberò” dove il giornalista Vittorio Feltri definì Virginia Raggi “patata bollente”.



Figura 9 "Liberò" 15 gennaio 2017
https://www.repubblica.it/politica/2017/02/10/news/virginia_raggi_patata_bollente_libero-157991370/

L'allora sindaca di Roma reagì pubblicando sui *social media* un post in cui affermava di voler chiedere un risarcimento per diffamazione e ribadendo il concetto che una donna può essere sindaca, ottenendo la solidarietà da parte di tutti i partiti politici italiani.

Laura Clarke, Daniela Gambino e Monica Luongo hanno intervistato delle giornaliste per capire come le donne politiche vengono rappresentate nei quotidiani – e nei media in generale – seguendo le linee guida fornite da alcuni ricercatori lettoni. Le interviste sono state svolte durante i primi anni Duemila, in concomitanza con le elezioni Europee del 2004.

Alla domanda delle ricercatrici “In che modo i mezzi d’informazione favoriscono o ostacolano l’accesso delle donne ai poteri decisionali, riproponendo degli

stereotipi di genere?”³⁴ Marina Pivetta, giornalista ed ex direttrice del foglio di informazione giornalistica ‘Il Paese delle donne’ deceduta nel 2020, rispose senza esitazione: “Secondo me le sfavoriscono al 100%. Una delle responsabilità più grosse sta proprio nella non volontà [...] di non mettere in primo piano il protagonismo delle donne, che è sempre sottaciuto, screditato con varie forme di ironia. In genere i giornalisti usano quegli attributi femminili che svalutano l’immagine della persona politica.”

Dalla risposta di Pivetta, si può comprendere come il mondo del giornalismo percorra il circolo vizioso del potere maschile, presentando in continuazione stereotipi e pregiudizi che, in un certo senso, ghezzano le donne ai temi femminili.

Nei giornali i cliché sulle donne si ripetono in continuazione: le ‘politiche’ sono sottorappresentate e poste costantemente sotto il giudizio del lettore. L’interesse maggiore è nei confronti della vita private di queste donne, delle loro relazioni intime, dei loro affetti e del loro aspetto estetico.

Mentre il quadro familiare per un politico viene considerato come punto di forza e come aspetto favorevole della carriera politica, per le donne esso viene spesso a confliggere con la loro attività. Vengono accusate di abbandono dei propri impegni nella cura dei figli, della casa e del partner, obbligandole a cercare delle strategie per mantenere saldi questi aspetti con il loro lavoro. Perché fare politica, per le donne, non è normale.

La tesi presentata in questo capitolo mira a presentare un problema attuale, evidente e pericoloso soprattutto dal momento che chiunque ha libero accesso ai media in qualsiasi momento, siano essi tecnologici o cartacei, e la continua presentazione di stereotipi di genere non contribuisce a creare una visione paritaria tra i sessi. Sarebbe cosa giusta, per i giornalisti e i direttori analizzare parola per parola e decostruire quei luoghi comuni che da secoli sminuiscono l’immagine della donna.

³⁴ Clarke, L., Gambino, D., Luongo, M., Molfino, F. (2006), *Donne, politica e stereotipi. Perché l’ovvio non cambia?*, Milano, Baldini Castoldi Delai editore

A partire dalla televisione e arrivando ai quotidiani, ai settimanali e nei media in generale, lo scopo deve essere quello di abbattere qualsiasi costruzione sociale che pone la donna in una posizione di netto svantaggio rispetto agli uomini; la rappresentazione deve essere neutra, uguale e garantire alle donne il permesso di crescere nell'attività lavorativa, qualsiasi essa sia.

Le donne politiche combattono ogni giorno per vedersi riconosciuti dei diritti che, purtroppo, non riescono ad esercitare a causa del maschilismo e del patriarcato presente in ogni dove. Esse devono compiere dei passi importanti per ottenere la parità, cominciando dal prendere consapevolezza del loro essere e non autorappresentarsi tramite immagini stereotipate, tramite la ri-educazione sulla parità ed esponendosi a diverse prospettive, le quali possono aiutare a capire quali siano gli stereotipi e distruggerli.

Soltanto una riflessione costante sui propri pensieri, azioni, parole e abitudini può far emergere il problema e, una volta individuato, è bene essere un modello positivo che riprenda i valori dell'inclusività e della diversità.

CAPITOLO 3

GIORGIA MELONI AL POTERE

3.1 Chi è Giorgia Meloni?

Il 2022 è stato un anno fondamentale per il percorso lavorativo di Giorgia Meloni. Anche dal punto di vista storico quell'anno ha segnato per sempre un cambio di rotta negli organi istituzionali italiani. Infatti, il 13 ottobre 2022, Meloni è stata la prima donna nella storia della Repubblica italiana ad essere eletta per ricoprire la carica di Presidente del Consiglio dei ministri. Il percorso politico di Giorgia Meloni è cominciato negli anni '90, ma per capire come sia arrivata a ricoprire un ruolo che sembrava destinato ad essere solamente maschile è bene capire chi è Giorgia Meloni. Le parole che potrebbero riassumere la personalità della Presidente del Consiglio si possono ritrovare nel suo slogan diventato la perfetta sintesi di chi è: donna, madre, cristiana. Chi è, quindi, Giorgia Meloni?

Giorgia Meloni nasce a Roma nel 1977 e cresce in un quartiere della cosiddetta 'Roma bene', alla Camilluccia. Si trattava di una zona rispettabile, frequentata e vissuta da persone di una certa importanza, politici perlopiù. Nonostante vivesse in una casa elegante, Meloni vive degli anni complicati a causa dell'abbandono di suo padre, un noto commercialista di Roma Nord. Nel suo libro autobiografico, *Io Sono Giorgia*, ammette di non avere ricordi del padre perché le è sempre sembrato di non aver vissuto con lui. Ciò che rammenta con nostalgia, però, è il forte legame che la legava – e che la lega tutt'oggi – a sua sorella Arianna. Tutto cominciò a cambiare quando una notte lei ed Arianna incendiarono, per distrazione, la casa in cui vivevano e furono costrette, quindi, a trasferirsi. Andarono a vivere alla Garbatella, un famoso quartiere popolare di Roma. È proprio in quel quartiere che Meloni, in età adolescenziale, si avvicina ai movimenti giovanili di destra entrando, inizialmente, a far parte del Fronte della Gioventù – sezione giovanile del Movimento Sociale Italiano – per poi aderire ad Azione Studentesca, un movimento studentesco di Alleanza Nazionale. Meloni racconta gli anni scolastici come periodi di continua lotta studentesca e attività nella politica e, nonostante il suo impegno costante presso i movimenti, si diploma con il massimo dei voti al liceo linguistico.

Contemporaneamente alla sua partecipazione politica, intraprende una carriera nel giornalismo scrivendo per il Secolo d'Italia, giornale che rappresentava tutte le idee politiche dell'allora destra italiana.

La sua dote di *leadership* e il suo carattere puntiglioso, le permettono subito di diventare responsabile nazionale del movimento studentesco, creandosi così una fama da donna politica all'interno di un ambiente prettamente maschile. Grazie alla sua determinazione, a ventuno anni diventa consigliera della Provincia di Roma e fu quello l'inizio della sua carriera politica. A ventinove anni, infatti, viene eletta alla Camera, diventando una dei quattro vicepresidenti della Camera dei deputati durante la XV legislatura, per poi essere nominata ministra per la gioventù solamente due anni più tardi, durante il governo Berlusconi IV, diventando la ministra più giovane nella storia d'Italia. Durante quel periodo, Alleanza Nazionale si unisce a Forza Italia creando un unico partito nominato Il Popolo della Libertà (PdL), di cui Meloni diventa presidente del movimento politico giovanile del neopartito. La sua carica di ministra termina nel 2011, con la fine del governo Berlusconi IV e, solamente un anno dopo, Meloni – assieme a Crosetto e La Russa – fonda il suo partito: Fratelli d'Italia.

Sin dai primi passi, Giorgia Meloni ha dovuto combattere costantemente con una *leadership* maschile molto potente e, come afferma lei stessa, ha saputo destreggiarsi molto bene in ogni ambiente politico, dalla milizia studentesca al governo nazionale. La sua comunicazione e il suo tono di voce le hanno sempre permesso di crearsi un'immagine ben definita. La centralità della comunicazione è un punto chiave per capire il carisma di Giorgia Meloni, che non solo partecipa alle manifestazioni in piazza, ma anche ai piccoli comizi locali sostenendo cittadini e cittadine candidati/e a ruoli istituzionali o ponendosi accanto ai lavoratori/alle lavoratrici che combattono per vedersi riconosciuti dei diritti fondamentali.

La sua innata capacità di rivolgersi alle persone le ha fatto nascere l'idea di creare Atreju, nel 1998, una manifestazione nata con Azione Giovani e affidata ora a Fratelli d'Italia che ha l'obiettivo di unire la cittadinanza ai propri rappresentanti, permettendo loro di esprimersi dal vivo per creare una sorta di legame con gli elettori. Grazie a questi comizi, Meloni ha potuto apprendere di più sulla forza

narrativa da applicare nella politica ed è proprio per questo che, ad oggi, è una dei soggetti politici più apprezzati dal popolo italiano. Con il passare del tempo questo tipo di narrazione si è insidiata anche nei *social network*, soprattutto *instagram* dove Meloni è seguita da più di due milioni e mezzo di persone, le quali sono esposte ad una continua campagna elettorale.

Lo stile comunicativo della leader di Fratelli d'Italia è stato paragonato a quello del suo collega e attuale Ministro delle infrastrutture, nonché vicepresidente del Consiglio Matteo Salvini. Si tratta di una comunicazione popolare basata su conoscenze comuni, informali e spesso presentate utilizzando forme dialettali. È una strategia, quella di Meloni, che si basa sul *double bind effect* perché, attraverso la sua aggressività e il suo modo di fare molto duro, riesce a crearsi un pubblico che la ascolti e soprattutto la voti, nonostante i molti stereotipi diffusi riguardo alle donne politiche.

Giorgia Meloni non è, quindi, solo una donna, madre e cristiana; è stata la prima donna politica a infrangere quella bolla patriarcale che da sempre impediva l'affermazione di una *leadership* femminile, arrivando a ricoprire la terza carica più importante dello Stato italiano.

3.2 L'ascesa politica di Fratelli d'Italia

La destra italiana ha sempre vissuto dei cambiamenti, a volte traumatici, nella sua linea politica. Dal Movimento Sociale Italiano, nato con la fine della Seconda Guerra Mondiale e rimasto sempre nell'ombra della Democrazia Cristiana, a Forza Italia di Silvio Berlusconi fondato nel 1994, il sentimento antipolitico ha messo alla prova la resistenza di ogni partito, creando sconforti e discussioni all'interno degli stessi. È proprio negli anni Novanta che la destra italiana trova un modo per resistere alle turbolenze: Alleanza Nazionale, il nuovo partito formatosi dallo scioglimento del Movimento Sociale Italiano, si affianca in ogni elezione a Forza Italia fino al punto di fondersi e creare il nuovo partito Popolo della Libertà.

Entra a far parte di quest'ultimo partito anche Giorgia Meloni, rimanendo delusa, però, dal fatto che Berlusconi non accetti di cedere la sua *leadership* ad altri candidati del partito. Questo distacco tra Meloni e Berlusconi la porterà, nel mese di dicembre del 2012, a fondare un nuovo partito assieme a Guido Crosetto – proveniente da Forza Italia - e Ignazio La Russa – figura di spicco per il Movimento Sociale Italiano e in seguito di Alleanza Nazionale - dandogli il nome di Fratelli d'Italia Centrodestra nazionale (FdI). Meloni costituisce la personalità del partito appena creato, diventando l'immagine del partito stesso, rimanendo fissa sull'idea che FdI debba essere un partito della comunità e non un partito personale, come sembrava essere quello di Berlusconi. Il forte sentimento che lega i tre fondatori di Fratelli d'Italia alle radici di un passato fascista ha sempre creato una sorta di campanello d'allarme nello Stato e proprio per questo Meloni, figura di spicco, è controllata in ogni momento riguardo alle posizioni che assume. A differenza di Ignazio La Russa che possiede dei busti del Duce nella propria residenza³⁵, Meloni non ha mai avuto dei simboli fascisti sebbene conosca quegli oggetti e abbia la consapevolezza della nostalgia del passato dei suoi colleghi. A creare scompiglio, però, è stato un vecchio video del 1996 in cui si vede Meloni ammettere che “Mussolini è stato un buon politico, il migliore degli ultimi 50 anni”.³⁶ Nonostante

³⁵ Palladino A. (2023), *Meloni segreta. Origini, ascesa e trionfo di una lady di ferro vestita di nero*, Milano, Ponte alle Grazie.

³⁶ Video di Giorgia Meloni nel 1996 <https://www.lastampa.it/speciale/politica/elezioni-politiche-2022/2022/08/16/video/giorgia-meloni-nel-1996-a-19-anni-mussolini-e-stato-un-buon-politico-il-migliore-degli-ultimi-50-anni-6583305/>

ciò, Fratelli d'Italia è riuscito a conquistare gli italiani, sebbene i suoi primi passi siano stati lenti e difficili.

L'ascesa politica di Fratelli d'Italia, infatti, è stata negativa: alle elezioni del 2013 il partito ha ottenuto solamente l'1,9 per cento dei consensi. Dopo cinque anni, alle elezioni del 2018, riuscì ad ottenere un modesto 4,35 per cento. Da quel momento la popolarità del partito ha continuato ad aumentare fino a conquistare un posto nei seggi del Parlamento europeo, non abbandonando mai il suo ruolo fisso nell'opposizione.

Parallelamente alla crescita di Fratelli d'Italia si è verificato un calo della Lega di Matteo Salvini, dovuto alla sua indecisione continua e alle sue posizioni discutibili che si sono rese evidenti soprattutto negli anni della pandemia da Covid. Meloni, dal canto suo, ha mantenuto una posizione decisa seguendo la linea di coerenza che l'ha sempre contraddistinta da altri leader, dando l'immagine di una *leadership* forte e decisa; proprio per questo l'elettorato è stato attratto da lei abbandonando la Lega di Salvini.

Sia Fratelli d'Italia che la Lega sono partiti con una forte personalizzazione del leader, ma mentre Meloni ha co-fondato il partito con altri colleghi, Salvini si è preso carico di un partito che negli anni Ottanta era una federazione di leghe della parte settentrionale del paese fondato da Umberto Bossi. Questa differenza fa sì che i due partiti siano organizzati diversamente, con la Lega con una organizzazione più complessa rispetto al partito di Meloni, che risulta eterogeneo e sviluppato su una stessa linea in tutto il territorio nazionale.

Per quanto riguarda i temi trattati dai due partiti della destra radicale, Fratelli d'Italia pone un'importanza maggiore sul tema della tradizione: ad essere contestati sono i grandi temi sull'immigrazione, i diritti alla procreazione, le cosiddette 'teorie gender' e l'aborto. Si tratta di diritti fondamentali che scatenano nei partiti di opposizione a Meloni forti discussioni e numerose proteste. La Lega di Salvini, invece, sembra ricalcare tutte quelle notizie che fanno scalpore denigrando, la maggior parte delle volte, tutti coloro che Salvini considera 'sbagliati' come ad esempio gli immigrati. Ciò che interessa di più al leader della

Lega – e al suo partito – è la sopravvivenza delle piccole-medie imprese del Nord-Est dando, però, un'attenzione discontinua al tema.

È proprio la sfiducia nei confronti di Matteo Salvini che ha spinto la maggior parte dell'elettorato a votare per Giorgia Meloni, facendo così crescere i consensi al suo partito e mettendo in rilievo le differenze che la destra ha al proprio interno. La politica fatta attraverso i social media e la sua definizione di essere conservatrice, hanno garantito a Meloni un posto sicuro nelle più alte cariche dello Stato: Ignazio La Russa alla Presidenza del Senato della Repubblica italiana - dal 2022 - e lei stessa come Presidente del Consiglio dei ministri.

Dal grafico sulle elezioni politiche del 2022 possiamo notare come Fratelli d'Italia abbia avuto una crescita esponenziale nei consensi.

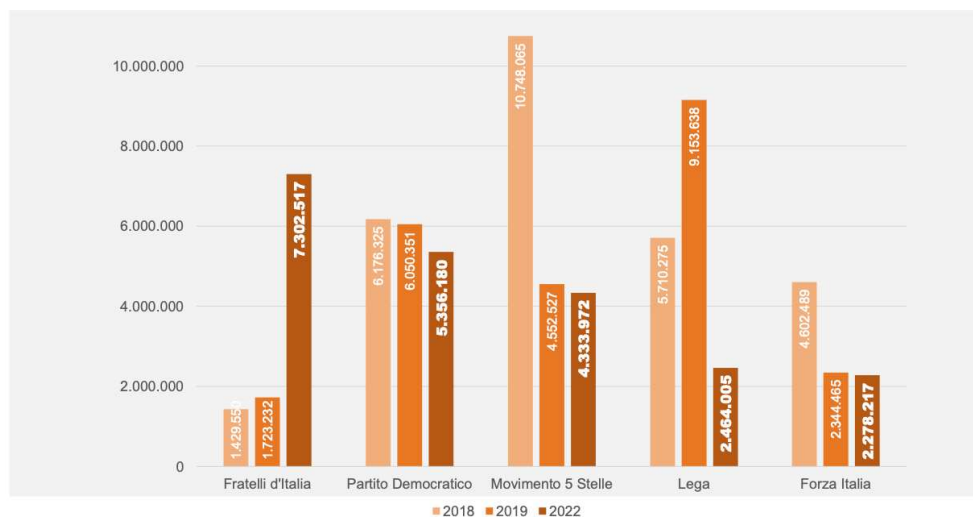


Figura 10 Elezioni politiche 2022. Fonte: Ministero dell'interno.

Dall'analisi delle caratteristiche sociodemografiche possiamo comprendere come il partito di Meloni abbia conquistato un pubblico giovane ottenendo il 26 per cento dei consensi dalla generazione Z – nati dopo il 1996 – e dai *millennials* – nati tra il 1981 e il 1996. Non solo nelle nuove generazioni, Fratelli d'Italia ha ottenuto numerosi voti anche da operai (34,6 per cento) e pensionati (27,6 per cento). A fare la differenza, tra questi, è il titolo di studio: infatti, chi ha ottenuto una laurea o oltre ha preferito altri partiti come, ad esempio, il Partito Democratico e solamente il 19,7

per cento dei laureati ha votato per Meloni. Un dato basso se confrontato con chi ha solamente la licenza media, i quali risultano il 29 per cento.³⁷

Alla luce di questi risultati si può affermare che l'ascesa politica di Fratelli d'Italia è stata in continua crescita e risulta ancora il primo partito nelle intenzioni di voto degli italiani. Da un sondaggio pubblicato il 19 febbraio 2024 dall'Istituto Ixè, i quali analizzano costantemente la politica, la società e il mercato, risulta evidente come il partito di Meloni abbia avuto una continua crescita, a volte fluttuante di pochi punti, rimanendo in testa a tutti i partiti.



Figura 11 Intenzioni di voto 19 febbraio 2024. Fonte: Istituto Ixè

Alle elezioni politiche del 2022 il partito ottenne il 26 per cento dei voti mentre oggi, secondo le intenzioni di voto, il partito otterrebbe il 28,1 per cento seguito dal Partito Democratico (19 per cento). La differenza è netta, confermando la fiducia che gli italiani hanno riposto nel Governo Meloni il quale, nonostante i numerosi dibattiti sull'operato del Governo, mantiene una linea coerente in base alle proprie idee.

In conclusione, si può notare come Giorgia Meloni sia riuscita a creare un partito forte, deciso e, per alcuni, rassicurante in poco tempo. Ad essere messa in dubbio, però, è stata lei. Donna decisa, a volte con dei tratti aggressivi, Meloni è stata spesso giudicata per il suo aspetto fisico e soprattutto per le sue espressioni. Nonostante

³⁷ Dati sulle elezioni politiche 2022

https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2022-10/Elezioni%20politiche%202022_le%20analisi%20Ipsos%20post%20voto.pdf

sia una delle donne politiche in carriera più preparate, il suo lavoro viene continuamente giudicato attraverso degli stereotipi comuni difficili da estirpare.

3.3 La rappresentazione mediatica

La rappresentazione mediatica di Giorgia Meloni varia a seconda dell'orientamento politico del/della giornalista e venendo spesso descritta come una persona dal carisma forte e con una personalità politica ben definita.

Il ruolo che ricopre Meloni ha attirato – e attira – molta attenzione da parte dei media, soprattutto se ad esercitarlo è una donna in un ambiente dominato in prevalenza da uomini. Non solo è Presidente del Consiglio, ma è prima di tutto una leader di un partito conservatore da lei fondato ed è proprio questo il motivo per il quale Meloni viene catalogata come nazionalista. Riguardo ad alcune questioni, come l'immigrazione, viene presentata come esempio della destra radicale collegandola, a volte, ad un passato fascista da cui lei stessa, però, ammette di distanziarsi.

Quando nel 2022 ha assunto il ruolo di Presidente del Consiglio le è stato fatto notare come, nel suo governo, la rappresentanza femminile fosse scarsa e a tratti assente, accusando Meloni di non essere dalla parte delle donne in carriera nella politica. Meloni in difesa ha adottato una strategia definita *framing*: si tratta di un tipo di narrazione politica che ha l'obiettivo di influenzare il pubblico riguardo al tema dibattuto. Ciò consente a chi lo utilizza di creare degli schemi nei quali la realtà viene presentata in modo più favorevole alla comunità e, quindi, di conquistare il pubblico convincendolo delle proprie idee e dei propri valori. Un esempio di questa tecnica lo possiamo ritrovare nel 2022, all'inizio del governo Meloni. Accusata di voler modificare la legge 194 riguardo l'aborto, Meloni ha assunto subito un atteggiamento difensivo mirato a proteggere i valori della destra conservatrice. La paura di molte donne riguardo all'abolizione o alla modifica della legge sull'aborto, dovuta anche dallo stretto legame tra Meloni e il Presidente dell'Ungheria Orbán – Stato nel quale le donne che vogliono abortire sono obbligate a sentire il battito del feto prima di procedere – è stata subito frenata dalla stessa Presidente la quale ha smentito la *fake news* riguardo all'abolizione della legge e ammettendo “Non voglio abolire la 194, non voglio modificarla, ma applicarla integralmente anche nella parte che riguarda la prevenzione. Il che

significa aggiungere diritti non toglierli”³⁸. L’utilizzo del *framing*, qui, è evidente per due ragioni: la prima è la volontà di Meloni di diminuire uno dei suoi punti di debolezza, ovvero l’accusa di essere troppo conservatrice; la seconda ragione è il fatto che la risposta quasi immediata dello Stato alle paure delle donne sottolinea la scarsa potenza della legge attuale, la quale andrebbe migliorata.

Oltre all’accusa di estremismo, Meloni ha a che fare con degli stereotipi che mirano e denigrarla da un punto di vista estetico. L’episodio più eclatante avvenne nell’agosto 2020: Paola Pessina, ex sindaca di Rho, nel Milanese, pubblicò un *post* – ora cancellato – nel quale aveva scritto “Giorgia Meloni sta diventando calva. L’eccesso di testosterone oltre che cattivi fa diventare brutti”³⁹ allegando una fotografia che ritraeva Meloni dietro ai banchi della Camera. Meloni replicò con un altro *post* nel quale si dichiarava perplessa riguardo all’esempio che l’ex prima cittadina stava dando nei *social*.

Un ulteriore esposizione di Meloni a stereotipi e polemiche avvenne la scorsa estate quando, già Presidente del Consiglio, venne fotografata in costume. Nel web scoppiò la polemica perché, secondo alcuni, una donna con il ruolo di Meloni non può e non deve farsi vedere in costume, soprattutto se ad indossarlo è una donna dalla bassa statura. Il *bodyshaming* toccò dei livelli altissimi, ridicolizzando Meloni solo perché non rispecchia i canoni di bellezza che i *social media* impongono per apparire belle e ammirevoli. Analizzando alcune pagine *instagram* dei profili giornalistici più seguiti, i commenti riguardo la foto di Giorgia Meloni in costume si dividono tra femministe in difesa del diritto al riposo della Presidente – e quindi la sua libertà di rimanere in costume – e commenti, in prevalenza maschili, riguardo alla sua fisicità. “Gambetta bella forte”, “Prosciuttosa”, “Che coscione” sono solo alcuni dei numerosi insulti che vengono rivolti a Meloni, la quale non ha mai risposto a questa denigrazione.

Non solo nei social media, ma anche in televisione e in radio Meloni è continuamente esposta a stereotipi ed insulti di ogni tipo. Oliviero Toscani,

³⁸ https://www.repubblica.it/politica/2022/09/15/news/meloni_aborto_legge_194_reazioni-365762519/

³⁹ <https://www.today.it/rassegna/insulti-giorgia-meloni-calva.html>

fotografo di Benetton e tesserato al Partito Democratico, intervistato nella trasmissione radiofonica *La Zanzara* (3/12/2018) descrive Meloni come “ritardata, brutta e volgare”⁴⁰. La leader di Fratelli d’Italia non tardò nella replica, definendo Toscani come un miserabile razzista contro le donne.

Un ulteriore caso, che vide l’intervento del Presidente Mattarella, fu quello di Gozzini, docente universitario che definì Meloni “vacca, scrofa e peracottara”⁴¹. L’Università di Siena sospese Gozzini il quale, successivamente, porse delle scuse per il danno arrecato all’immagine della leader di Fratelli d’Italia.

Giorgia Meloni, però, ha sempre reagito positivamente a tutti gli stereotipi e agli insulti a lei rivolti. La necessità di farsi spazio tra gli uomini, nella politica, non permette di farsi abbattere per dei commenti misogini e sessisti ed è proprio per questo che Meloni è sempre rimasta ancorata ai suoi sacrifici. La chiave per fare

⁴⁰https://www.repubblica.it/politica/2018/12/04/news/toscani_meloni_ritardata_miserabile-213420588/

⁴¹https://www.ilmessaggero.it/italia/insulti_meloni_gozzini_sospeso_universita_siena_notizie_oggi-5857726.html?refresh_ce

ciò è l'autoironia nella quale l'attuale Presidente del Consiglio ha trovato il sistema di rendere ridicole le critiche che le vengono rivolte.

Oltre agli insulti, Meloni viene rappresentata con dei termini errati. L'esempio più attuale si trova nel quotidiano *Libero*, il quale ha pubblicato un articolo definendo Meloni "Uomo dell'Anno"⁴².



Figura 12
Quotidiano
Libero 29
dicembre
2023

L'articolo scatenò una grande quantità di polemiche in quanto definito altamente misogino; sui social i commenti furono migliaia, molti dei quali cercarono di fare dell'ironia circa il sesso della Presidente del Consiglio.

L'unico tema su cui Meloni è molto riservata è la sua vita privata. Nonostante le sue battaglie per la cosiddetta famiglia tradizionale e le sue difese sul matrimonio, Meloni non si è mai sposata. Ha avuto una sola storia importante, quella con Andrea Giambruno, finita lo scorso anno. Dalla loro relazione è nata Ginevra ed è proprio il tema della maternità ad aver ostacolato Meloni. Nel 2016, durante la campagna politica per il Comune di Roma, Meloni era candidata per essere eletta sindaca della città e il suo avversario di centrodestra Guido Bertolaso disse: "La Meloni deve fare la mamma, mi pare sia la cosa più bella che possa capitare ad una donna. Deve gestire questa pagina della sua vita"⁴³. L'affermazione di Bertolaso denigrò Meloni

⁴² <https://www.liberoquotidiano.it/news/politica/37969005/giorgia-meloni-uomo-anno-2023-mario-sechi-cancellato-guerra-sessi.html>

⁴³ <https://www.corriere.it/notizie-del-giorno/2016/03/14/bertolaso-meloni-faccia-mamma-gaffe-caso-renzi-difende-primarie-siria-putin-ordina-ritiro-dell-esercito-condannato-bossi-05b0e6c0-e9f4-11e5-9549-2d2df3bd31ee.shtml>

sotto vari aspetti: in primo luogo l'utilizzo dell'articolo femminile davanti al cognome perché, come spiega bene Michela Murgia, applicarlo ad un cognome significa categorizzare una specie spersonalizzata⁴⁴. In secondo luogo, l'idea errata che diventare madri sia la cosa più importante per le donne. A molte è richiesto di sacrificare la propria carriera per poter svolgere il compito di madre, un ruolo che la società considera sacro e quindi non si deve in nessun modo permettere che la maternità venga superata dalla carriera lavorativa. A questo stereotipo Meloni aveva controbattuto dicendo che sarebbe stata mamma comunque, continuando la sua battaglia politica per sentirsi realizzata. Bertolaso chiese scusa, cercando di giustificare la sua frase sessista facendola passare per una battuta simpatica detta in un momento goliardico.

L'esempio presentato racchiude bene come la rappresentazione delle donne politiche -e non solo- sia continuamente pervasa da stereotipi fatti passare, poi, per battute. Non si tratta solamente di stereotipi, ma riguarda una vera e propria piaga sociale difficile da rimuovere a causa delle sue radici profonde. La donna guerriera, forte, spesso definita da molti "un uomo mancato" è un'immagine che si ripresenta continuamente mettendo in evidenza il fatto che le donne, se non hanno dei tratti maschilini, non possono ottenere dei risultati.

Riassumendo il tema appena presentato, si può affermare che Meloni è stata ed è tutt'ora vittima di un maschilismo radicato nella società che la descrive solamente attraverso l'utilizzo di stereotipi e pregiudizi. Dal tono di voce forte, alle sue espressioni sempre un po' cupe, la Presidente del Consiglio è vista come una donna aggressiva, radicale, conservatrice e nazionalista. È difficile trovare delle opinioni oggettive riguardo all'operato di Meloni, perché in qualsiasi caso si finirà per commentare il suo aspetto estetico o la sua forte personalità che non rappresenta la femminilità standard.

⁴⁴ Murgia, M. (2021), *Stai zitta e altre nove frasi che non vogliamo sentire più*, Milano, Einaudi editore

Conclusione

Nel presente elaborato sono stati analizzati i numerosi stereotipi che invadono ogni giorno la televisione, i quotidiani e i social media circa la rappresentazione delle donne politiche.

Dopo aver compreso come il linguaggio italiano venga utilizzato in maniera errata, la tesi ha preso in esame numerose interviste e quotidiani per capire come le donne vengono descritte. È stato chiaro fin da subito che la sessualizzazione del corpo femminile è il primo stereotipo che si presenta in quasi tutte le interviste e nelle immagini. Rappresentando le donne vestite in un certo modo e utilizzando dei termini che alludono ad un secondo fine, la stereotipizzazione delle politiche è la chiave per ogni giornalista. Come è noto, agli uomini non è riservato lo stesso trattamento, tranne qualche rara eccezione. Per capire meglio ciò è stato analizzato il caso di Giorgia Meloni.

Dal forte carisma e dalla vivace personalità, Meloni è riuscita a farsi strada in un ambiente maschile affrontando giudizi e pregiudizi che, spesso, hanno tentato di metterla in difficoltà. Analizzando la sua storia personale e capendo come il suo partito sia arrivato ad essere il primo in Italia, è stato possibile capire quali stereotipi siano ascritti a Meloni – dalla fisicità alla genitorialità, passando per il nazionalismo- e come ella sia sempre riuscita a combatterli mantenendo una linea chiara e coerente con i suoi principi e i suoi valori.

Sebbene la condivisione delle idee politiche con Giorgia Meloni sia personale, è da ritenere oggettiva la capacità della Presidente di abbattere ogni ostacolo, grazie anche alla sua innata dote comunicativa.

La ricerca di questa tesi ha permesso di capire quali siano gli errori commessi nella comunicazione dei media e a prendere maggiore consapevolezza di quali siano i metodi per combattere i pregiudizi e gli stereotipi che contribuiscono a sotto rappresentare le donne politiche.

Partendo dalla rieducazione al linguaggio e rendendolo più inclusivo sarebbe interessante, in futuro, analizzare nuovamente tutte le interviste e i quotidiani per

capire se il ruolo di Meloni riuscirà a scalfire leggermente quegli stereotipi che sembrano insuperabili.

In conclusione, si può affermare che la strada per la parità di genere nella rappresentazione delle donne politiche e degli uomini politici nei media è ancora lunga, ma attraverso l'analisi costante del linguaggio e portando avanti le battaglie sulla parità si potrà creare una società più equa ed inclusiva nel rispetto dei corpi femminili e delle caratteristiche personali che ogni donna politica detiene.

Bibliografia

Brunelli, G. (2006), *Donne e politica*, Bologna, Il Mulino.

Capecchi S. (2015) *Donne politiche sulla scena dei media, Fascicolo 3*, Il Mulino – Rivisteweb.

Cavagnoli, S. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 9). Giulia Giornaliste.

Carone, M. (2023), *La candidata vincente*, Torino, UTET.

Fusco, F. (2012), *La lingua e il femminile nella lessicografia italiana, Tra stereotipi e (in)visibilità*, Alessandria, Edizioni dell'Orso.

Gariglio, L. (2019), *Stereotipi, donne nei media* (p. 159). Giulia Giornaliste.

Jamieson, K.H. (1997), *Beyond the Double Bind: Women and Leadership*, Oxford University Press.

Lepschy, G. (1989), *Lingua e sessismo, in Nuovi Saggi di linguistica italiana* (pp. 61-84), Bologna, Il Mulino.

Meloni, G. (2021), *Io sono Giorgia*, Milano, Rizzoli.

Molfino, F. (2006), *Donne, politica e stereotipi. Perché l'ovvio non cambia?*, Milano, Baldini Castoldi Delai editore.

Murgia, M. (2021), *Stai zitta e altre nove frasi che non vogliamo sentire più*, Milano, Einaudi editore.

Palladino A. (2023), *Meloni segreta. Origini, ascesa e trionfo di una lady di ferro vestita di nero*, Milano, Ponte alle Grazie.

Sabatini, A. (1987), *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*.

Sitografia

Azzalini, M. (2023), *Le donne nei media*, Il Mulino -Riviste
<https://www.rivistailmulino.it/a/4-la-dimensione-culturale-i-media>

Azzalini, M. per Osservatorio di Pavia, *Donne, Stereotipi e Televisione*,
https://www.soroptimist.it/public_nuovo/pdf/Volume_DonneStereotipi.pdf

Camera dei deputati (24 marzo 2023), *Dossier “La partecipazione delle donne alla vita politica e istituzionale”*,
https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AC0103.pdf?_1678268125856

Carta dei diritti fondamentali dell’Unione europea, articolo 23,
<https://fra.europa.eu/it/eu-charter/article/23-parita-tra-donne-e-uomini#:~:text=La%20parit%C3%A0%20tra%20donne%20e,di%20lavoro%20e%20di%20retribuzione.>

Costituzione italiana, articolo 51, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-i/titolo-iv/articolo-51>

Costituzione italiana, articolo 117, comma 7, <https://www.senato.it/istituzione/la-costituzione/parte-ii/titolo-v/articolo-117>

Dati sulle elezioni politiche 2022
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2022-10/Elezioni%20politiche%202022_le%20analisi%20Ipsos%20post%20voto.pdf

Donne nei programmi RAI 2022
https://www.infodata.ilsole24ore.com/2023/11/19/i-ruoli-di-genere-in-tv-la-presenza-femminile-piu-elevata-in-rai-si-ha-tra-i-personaggi-delle-fiction/?refresh_ce=1
https://www.rai.it/dl/doc/1688372695098_Sintesi%20estesa%20FIGURA%20FEMMINILE%202022.pdf

[Global Media Monitoring Project Introduzione GMMP 2009.pdf](#)

Inter-Parliamentary Union -Monthly ranking of women in national parliaments
<https://data.ipu.org/women-ranking/?month=1&year=2023>

ISTAT politica e istituzioni 2023 <https://www.istat.it/it/files//2023/04/6.pdf>

Istituto Ixè <https://istitutoixe.it/2024/02/19/intenzioni-di-voto-19-febbraio-2024/>

Legge 15 febbraio 2016, n.20 <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2016-02-15;20>

Sabatini, A. (1987), *Raccomandazioni per un uso non sessista della lingua italiana*
https://web.uniroma1.it/fac_smfn/sites/default/files/ISessismoNellaLinguaItaliana.pdf

Senato della Repubblica (2023), *Parità vo cercando*.
https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg19/attachments/documento/files/000/029/019/DA24_Parita%CC%80_vo_cercando.pdf

Treccani <https://www.treccani.it/enciclopedia/stereotipo/>

Ventura, S. (2022), *Giorgia Meloni e Fratelli d'Italia*
<https://italia.de/fileadmin/DIG/Download-PDF/19408.pdf>

YouTrend, sondaggi politici <https://www.youtrend.it/tag/fratelli-ditalia/>