

Traguardi raggiunti, criticità e nuove sfide: intervista a Barbara Bonomi Romagnoli su donne e giornalismo (anche) online

Francesca Comunello*
Sapienza, Università di Roma

Carla Rita Nisi**
Sapienza, Università di Roma

The contribution addresses the relations between journalism, activism, and gender. Based on an in-depth interview to Barbara Bonomi Romagnoli, journalist, activist, and researcher, the contribution reflects on women journalists' professional trajectories and on the persisting role of "glass ceilings" in Italian newsrooms; on the role of activism for gender equality in the media system; on the goals that have been reached in recent years (from inclusive language to more equal representations of gender-sensitive topics).

Keywords: giornalismo, genere, linguaggio inclusivo, attivismo

La riflessione sul rapporto tra giornalismo (anche online) e dimensioni di genere coinvolge almeno due dimensioni principali, distinte ma strettamente interrelate tra loro. In prima istanza, si tratta di interrogarsi sul ruolo delle donne nelle *media industries*: a tal proposito, la letteratura nazionale e internazionale ha registrato, negli ultimi decenni, un incremento del numero di giornaliste donne all'interno delle redazioni, che non è parso però tradursi nell'auspicato raggiungimento di un'effettiva parità, soprattutto con riferimento all'accesso a posizioni apicali. In un precedente lavoro, focalizzato su giornaliste italiane che operavano (anche) online (Comunello, 2015), avevamo notato come nelle redazioni online si percepisse una maggiore presenza di donne, anche in posizioni apicali, in continuità con quanto osservato da Ross e Carter (2011), che sottolineavano come le posizioni di responsabilità fossero distribuite più equamente nelle redazioni televisive che nella carta stampata. L'editoria cartacea, con alcune rilevanti eccezioni, sembrerebbe il contesto nel quale le disparità di genere, soprattutto con riferimento all'accesso alle posizioni apicali, resistono in modo più marcato. Nelle redazioni televisive, e ancor più in quelle online, invece, le posizioni di responsabilità sembrerebbero più equamente accessibili anche alle giornaliste donne. A tali posizioni professionali, tuttavia, non sembrerebbe attribuito un prestigio paragonabile a quello tributato agli stessi ruoli, se esercitati nel giornalismo più tradizionale (ovvero nel mondo della carta stampata). Ormai da un paio di decenni la

* francesca.comunello@uniroma1.it

** carlanisi91@gmail.com

letteratura si interroga sulle trasformazioni attraversate dal giornalismo, etichettate in termini di “tabloidizzazione”, quando non di “femminilizzazione” del giornalismo, che si inquadrano nel più ampio contesto del “market-driven” journalism (Chambers et al., 2004): le nuove pratiche giornalistiche guidate, specialmente online, dalla necessità di attirare lettori e *click*, si accompagnerebbero a una maggiore presenza di temi stereotipicamente percepiti come femminili e, al contempo, caratterizzati da un prestigio inferiore rispetto a contenuti e stili tipiche del giornalismo più tradizionale.

La seconda dimensione, invece, riguarda le forme di rappresentazione giornalistica delle donne e delle questioni di genere. Si tratta di un ambito ampio e articolato, che include le forme di rappresentazione - più o meno stereotipate - delle donne, la loro presenza nelle notizie, nei diversi ruoli di esperte, vittime, ecc. Riguarda la rappresentazione giornalistica di problemi sociali quali il femminicidio e la violenza di genere, l'utilizzo del linguaggio inclusivo, la rappresentazione delle persone LGBTQI+. A questo proposito, il Global Media Monitoring Project (2020) segnala che nel nostro paese, seppur negli ultimi anni le donne abbiano acquisito maggiore visibilità all'interno dei media, il quadro risulta ancora problematico. Infatti, ciò che emerge è che le donne appaiono nelle notizie in misura maggiore in qualità di vittime o sopravvissute a crimini e/o violenze; inoltre, viene specificato il loro status familiare più volte rispetto agli uomini. Secondo i dati, infatti, 1 donna su 5 appare nelle notizie come vittima (contro il 4% degli uomini), e sempre 1 donna su 5 viene presentata come moglie, madre o figlia. È importante evidenziare inoltre l'esistenza di un rapporto inversamente proporzionale tra età e genere nella rappresentazione mediatica delle donne: all'aumentare dell'età, la loro presenza tra le notizie diminuisce.

Seguendo sempre i dati forniti dal GMMP 2020, in termini di linguaggio inclusivo e capacità di trattare le notizie sulle donne, risulta una lieve seppur significativa differenza tra media tradizionali e digitali. Rispetto a canali di comunicazione quali radio, stampa cartacea e televisione, sono i media online (e Twitter in particolar modo) quelli che si segnalano sia per il modo in cui le donne vengono presentate, sia per una maggiore attenzione ai linguaggi alla sensibilità e alla grammatica utilizzati per riferirsi alle questioni di genere.

Rispetto a entrambe le dimensioni, accanto alla riflessione accademica, e spesso con maggiore incisività, si sono sviluppate forme di attivismo capaci di dialogare con le istituzioni, con il mondo delle professioni, con la società civile. Per riflettere su questi temi, nel novembre 2021 abbiamo intervistato Barbara Bonomi Romagnoli,¹ giornalista, componente dell'associazione Gi.U.L.i.A - giornaliste, attivista ed esperta di questioni di genere. Barbara si presenta con queste parole:

sono giornalista professionista ormai dal 2004, ma ho iniziato a lavorare nel 1998 e ho fatto il praticantato classico, per una decina di anni ho fatto vita di redazione, in particolare nella rivista *Carta*, e poi ho collaborato anche con altre testate giornalistiche. Mi sono sempre occupata di questioni di genere, di femminismi e del tema della rappresentazione mediatica delle donne. All'Università ho fatto studi di genere e già quando ero praticante le tematiche di genere nel mondo dell'informazione sono diventate un mio ambito di riflessione. Il tutto in doppia veste, sia come professionista dell'informazione che come attivista, perché sin dai tempi dell'università ho militato in collettivi femministi che lavoravano su queste

questioni. Quando è nata “Non una di meno” a livello italiano, ho partecipato attivamente nei primi due anni e coordinato con altre colleghe il tavolo tematico dedicato a donne e media. Dopo che è stato realizzato il piano nazionale antiviolenza, ormai quattro anni fa, i tavoli sono stati almeno in parte superati. Da diversi anni partecipo alle attività dell’associazione Gi.U.L.i.A - giornaliste, e una delle principali attività che abbiamo svolto in questi anni come Gi.U.L.i.A è stata proprio quella di rivolgere l’attenzione alla rappresentazione femminile nei media, lavorando su tre livelli: facendo informazione, formazione (l’associazione è diventata anche ente accreditato per la formazione permanente delle giornaliste e dei giornalisti) e, qualora necessario, facendo esposti o segnalazioni alle istituzioni competenti. Abbiamo realizzato anche dei volumetti sul linguaggio sessuato - che altro non è che il corretto uso della lingua italiana - e soprattutto sul corretto uso del linguaggio nella narrazione dei femminicidi, della violenza maschile sulle donne e della violenza di genere tout court.

Da ultimo un incarico più istituzionale, da un anno faccio parte, in qualità di esperta di genere, del gruppo “Donne e media” del Consiglio nazionale degli utenti dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM). Anche se non sono accademica, il ruolo di esperta mi è stato attribuito perché mi viene riconosciuto il lavoro decennale che ho svolto come ricercatrice indipendente. Ho partecipato a tantissimi seminari anche all’estero su queste questioni, in particolare sono stata relatrice già nel 2006 al convegno “Women and the mass media in 20th century Italy”, Organizzato dall’Institute of Germanic & Romance Studies (School of Advanced Study, University of London).

Il punto di vista di Barbara Bonomi Romagnoli, che opera all’intersezione tra i mondi del giornalismo, dell’attivismo e della ricerca, sarà utile per esplorare le complesse questioni che riguardano il rapporto tra donne e giornalismo. Le principali aree tematiche toccate durante l’intervista riguardano il ruolo delle donne nella professione giornalistica, anche con riferimento agli attacchi cui sono soggette le giornaliste; il ruolo dell’attivismo e, in particolare, dell’associazione Gi.U.L.i.A - giornaliste; un bilancio dei traguardi sin qui raggiunti. L’intervista è stata registrata, trascritta in modo letterale e analizzata dalle due autrici con la tecnica del *close reading* (Brummett, 2010). Nell’articolo, gli estratti sono generalmente riportati in modo letterale; in pochi passaggi siamo intervenute, con l’accordo dell’intervistata, per incrementare la leggibilità di espressioni proprie del linguaggio parlato.

Donne nelle (digital) newsroom: tra protagonismo, soffitti di cristallo e attacchi

Dal punto di vista della professione giornalistica, l’intervistata delinea un contesto in cui, seppur qualche cambiamento sia avvenuto, si registrano tendenze contrastanti. Negli ultimi anni è certamente aumentato il numero di giornaliste donne, ma questo non ha necessariamente comportato un parallelo aumento delle donne in posizioni apicali. Al contrario, nelle traiettorie professionali all’interno delle redazioni si segnala con evidenza il fenomeno del *glass ceiling*. L’intervistata affronta il tema con queste parole:

dal mio punto di osservazione, in Italia siamo ancora molto lontane dalla parità, la professione giornalistica è una professione molto femminile, come altri settori nel nostro paese, però rimaniamo nelle retrovie, a parte alcuni casi particolari, alcune donne che sono arrivate a ricoprire ruoli importanti. Vorrei precisare che dobbiamo pensare al mondo dell’informazione in tutta la sua complessità e non solo alla

televisione, dove negli anni diverse donne sono arrivate ad avere visibilità e autorevolezza, conducono talk show o dirigono. Penso per esempio a Simona Sala, che è diventata direttrice negli ultimi anni in Rai e non è stata l'unica. Resta però il dato che nella carta stampata questo salto non è avvenuto: sono pochissime le direttrici e le vice direttrici. Per fortuna è arrivata a La Nazione Agnese Pini, che è anche molto giovane, ma è un caso isolato. Anche nell'online, ad esempio, non mi risultano molte figure femminili in posizioni apicali.

Un altro tema emerso durante l'intervista, speculare a quanto detto prima, riguarda il potere effettivo che le donne ottengono nel momento in cui riescono a ricoprire ruoli di potere e le modalità con cui lo esercitano. Ciò che ci segnala è che laddove le donne riescano a raggiungere i vertici del potere, si confrontano con un modello relazionale e di leadership talmente preponderante che, piuttosto che contrastarlo, lo interiorizzano e lo replicano a loro volta. Nelle parole dell'intervistata:

Ci sono anche donne che questo modello imperante non lo contrastano, anzi lo riproducono; e certamente questo non aiuta. Sappiamo che anche nel mondo dell'informazione non tutte le capo redattrici sono solidali con le colleghe, alcune donne che raggiungono un ruolo apicale riproducono gli stessi schemi tradizionalmente adottati dagli uomini, sia in termini di gestione delle relazioni, sia nel modo in cui danno le notizie.

La pandemia ha aggiunto un ulteriore elemento di criticità. Durante i mesi di lockdown, il considerevole aumento del lavoro in smartworking ha introdotto un livello di criticità maggiore per i lavoratori nel conciliare responsabilità familiari e sfera lavorativa, che ha gravato maggiormente sulle donne lavoratrici.

Credo che sicuramente la pandemia, come tutti i momenti di crisi, abbia contribuito a riportare le donne nell'invisibilità. Lo abbiamo notato in tutti gli ambiti lavorativi. Anche dal punto di vista economico le donne pagheranno un prezzo più alto, perché sono tante quelle che hanno perso il lavoro, tante che hanno avuto difficoltà. Sono quelle su cui l'anno scorso, durante il lockdown, è ricaduto il peso maggiore della gestione lavorativa e familiare. Per cui lo smart working ha pesato su tutto e tutti, ma sicuramente ha pesato di più sulle donne, soprattutto quelle con i figli, ma non solo. Quindi sì, penso che la pandemia abbia avuto questo effetto, come ogni momento critico. Di contro, è stato importante, visto che la scienza è piena di donne, che alcune siano anche arrivate alla ribalta dei riflettori. Mentre Capua si conosceva anche per altre vicende, se penso a Viola, era certamente poco nota fuori dall'ambito specialistico.

Anche i dati del GMMP 2020 confermano un calo della visibilità delle donne nei media italiani, sia nel ruolo di giornaliste, sia con riferimento alla loro presenza all'interno delle notizie. Un Rapporto FNSI (Federazione Nazionale della Stampa Italiana), citato in GMMP (2020) ha raccolto, tramite sondaggio, l'esperienza delle donne professioniste nel campo dei media con l'avvento della pandemia. Gran parte di loro ha sperimentato una serie di criticità, tra cui un aumento delle disuguaglianze, aumento del livello di o stress personale a causa di compiti multipli in casa e sul lavoro, ulteriori difficoltà nel bilanciare la vita personale e professionale, un basso livello di supporto e protezione fornito dai datori di lavoro, la mancanza di strategie specifiche sviluppate dai sindacati e dalle aziende. In relazione al secondo aspetto, le trasformazioni dell'agenda dei media dovute al Covid-19 hanno comportato una diminuzione della presenza delle donne, sia online sia sui

media tradizionali. Rispetto a quanto rilevato con il report del 2015 (GMMP, 2015), il GMMP (2020) segnala che le donne hanno avuto un calo di visibilità sia in quanto soggetto/oggetto di notizie (dal 27% al 12%), sia in quanto portavoce di associazioni o aziende (dal 30% al 15%), sia in quanto esperte (dal 13% al 6%). Tenendo in considerazione che parte delle notizie analizzate dal report del 2020 era incentrata sulla pandemia (25% del totale delle notizie analizzate), si può ipotizzare che, benché qualche esperta sia effettivamente riuscita a raggiungere il grande pubblico televisivo, i media investano poco per diversificare le proprie fonti, soprattutto quando si tratta di esperti/e.

L'intervistata, poi, sottolinea il ruolo fondamentale di alcune realtà di informazione indipendente, interrogandosi però su quanto queste riescano davvero a raggiungere pubblici ampi. Tali progetti sono costitutivamente legati agli ambienti digitali, dove nascono e si diffondono, spesso senza riuscire a raggiungere e influenzare il mainstream. Nelle sue parole:

Nel mondo digitale, accanto alle testate più tradizionali, ci sono però le blogger e le testate indipendenti, che fanno un altro tipo di informazione. In questi contesti il protagonismo femminile è maggiore, come in alcune testate che stanno diventando punti di riferimento, penso per esempio a "Valigia Blu", che però non sono sicure arrivi al grande pubblico dei media classici. Lo dico per riflettere sul fatto che dobbiamo pensare ai diversi strumenti e al loro bacino di utenza. Questa è una riflessione che stiamo facendo nel gruppo di esperte "Donne e Media" dell'AGCOM. Da un lato, ci sono delle novità anche molto interessanti, penso a blog e a molte newsletter informative gestite da donne, alcune delle quali sono anche giornaliste (per esempio "Bossy", "Ghinea", "Senza Rossetto", "Roba da femmine", ecc.); dall'altro, molte di queste realtà, alcune delle quali hanno un taglio anche espressamente femminista, difficilmente raggiungono il grande pubblico.

Per questo, molte donne comuni sono ancorate, sul piano dell'immaginario, ad altre figure femminili, che non a caso lavorano in televisione: penso alle conduttrici delle varie domeniche di intrattenimento, o ai programmi della fascia oraria che va dal pranzo al primo pomeriggio. Sicuramente anche quelle conduttrici hanno fatto un passo in avanti, sul piano professionale, però resta il fatto che in Italia abbiamo ancora un mondo dell'informazione nel quale tutta una serie di ruoli che definirei "di potere", perché non saprei come definirli altrimenti, sono appannaggio degli uomini.

Simili squilibri sono anche all'origine dei sempre più frequenti attacchi alle giornaliste, soprattutto a quelle che prendono parola su temi legati alla condizione femminile. Simili attacchi sono radicati, nella riflessione dell'intervistata, anche nell'immaginario collettivo che circonda la figura della donna sulla scena pubblica. Nelle sue parole:

Spesso le colleghe che hanno uno sguardo vicino al nostro subiscono dei grossi contraccolpi. Per esempio, Gi.U.Li.A fa un grande lavoro di denuncia, anche solo informativa, sulle minacce o sugli attacchi sessisti che arrivano a molte colleghe per il lavoro che svolgono. Penso per esempio a due casi recenti, come quelli di Antonella Napoli e Annalisa Cuzzocrea².

Sono donne che si espongono e per questo vengono attaccate, perché c'è sempre una questione legata all'immagine della donna nella scena pubblica, che è ancora un'immagine fortemente sessista, in cui la cultura patriarcale continua ad avere un ruolo preponderante. Questo anche perché tutta una serie di colleghi, su questo continuo ad insistere, magari colleghi progressisti, sui quali non potremmo dire nulla, che in linea generale sicuramente sono degli ottimi padri, degli ottimi compagni, degli ottimi amici, spesso non fanno un passo, non dico indietro, ma nemmeno laterale rispetto alle posizioni apicali che ricoprono. Inoltre, evitano di prendere parola pubblicamente quando succedono queste cose: nella maggioranza dei

casi, siamo sempre noi donne che prendiamo parola per difendere le altre da questi attacchi. Quindi è evidente che c'è ancora un grande lavoro da fare.

Nelle parole di Barbara, le piattaforme social abilitano un'interazione diretta tra giornaliste ed esponenti politici. L'intervistata riflette sulle specificità delle singole piattaforme social, in termini di audience prevalenti e di pratiche d'uso, individuando in Twitter la piattaforma d'elezione per le giornaliste ma, al contempo, anche quella in cui si verificano frequenti attacchi alle giornaliste stesse:

Twitter forse è una delle piattaforme social dove ci sono più colleghe attive, ma è anche un luogo in cui vengono attaccate. Su Facebook ci siamo noi cinquantenni ed è un "pour parler", come se fosse diventato un grande salotto, ci si vede all'aperitivo e si chiacchiera. Twitter è più il luogo dei professionisti, utilizzato dai media, dai giornalisti, e da opinion leader o politici. Poi c'è Instagram, dove ci sono invece i più giovani. Su Twitter, in particolare, osservo un intenso scambio tra giornaliste e politici.

Gi.U.Li.A: forme di attivismo tra denuncia, informazione e formazione

La rappresentazione della donna nel settore dell'informazione e la sfida finalizzata al raggiungimento delle pari opportunità delle giornaliste nel mondo del lavoro rappresentano gli obiettivi principali perseguiti dal gruppo attivista Gi.U.Li.a giornaliste. Gi.U.Li.A (Giornaliste Unite Libere Autonome) è un'associazione nazionale nata nel 2011 sulla scia del movimento "Se non ora quando" e di una serie di casi di sessismo in RAI. L'associazione raccoglie giornaliste professioniste e pubbliciste che operano nella carta stampata, in televisione e online, unite, nelle parole di Barbara, dallo "spirito democratico, antifascista e solidaristico del Manifesto fondativo"³.

Il lavoro portato avanti dall'associazione si stratifica su due livelli: da un lato, Gi.U.Li.A si occupa di formazione, dall'altro di informazione. L'attività di formazione per giornaliste e giornalisti, in particolare, è parte costitutiva dell'attivismo di Gi.U.Li.A. Barbara la descrive così:

Gi.U.Li.A è un'associazione nazionale, organizzata in poli regionali. Lavoriamo tantissimo nei corsi di formazione, nell'ambito della formazione permanente per giornaliste e giornalisti, sull'uso del linguaggio sessuato e sulla corretta narrazione della violenza maschile sulle donne. Inizialmente abbiamo incontrato resistenza, ma oggi le occasioni si sono moltiplicate. Si lavora tanto anche appunto nelle reti dove si discute di linguaggi inclusivi ma anche di linguaggi che, come dire, devono andare contro l'odio e la diffamazione, per cui per esempio Giulia aderisce alla *Rete Nazionale per il Contrasto ai Discorsi e ai Fenomeni d'Odio*, ma anche nella rete per la parità. Siamo dovunque è importante ricordare che la narrazione e la corretta informazione fanno cultura, quindi se si racconta male o se si informa male ovviamente ci sono conseguenze sulla cultura tutta. Inoltre, cerchiamo di lavorare affinché i famosi "manel" diventino dei panel equilibrati.

Sempre a proposito dei "manel" (panel che prevedono la presenza solo di relatori uomini), Barbara prosegue:

Bisogna cominciare a sottrarsi in queste situazioni, forse per sottrazione riusciamo a far capire bene cosa intendiamo, e continuare a insistere che ci sono molte donne competenti ed esperte. Bisogna andarle a scovare, andarle a cercare. Mi aspetto che le mie colleghe e i miei colleghi, quando fanno un'intervista, facciano lo sforzo di andare a cercare queste donne.

Come già richiamato, inoltre, Gi.U.Li.A porta avanti un lavoro di denuncia degli attacchi sessisti subiti dalle giornaliste. Talvolta, dove necessario, avvia anche pratiche legali o segnalazioni alle istituzioni competenti.

Nelle parole di Barbara: “da una parte esprimiamo solidarietà e denunciando queste cose a eventuali organi preposti. Tutto quello che si può fare, sia in termini di presa di parola, sia, quando necessario, passando per le vie legali”.

I traguardi raggiunti e la strada ancora da fare

Ripercorrendo le molte battaglie sostenute dalle giornaliste, Barbara si dichiara ottimista e fiduciosa, pur evidenziando persistenti elementi di criticità, a partire dalle diffuse forme di “pinkwashing” e dalle resistenze opposte all’adozione di un linguaggio inclusivo. Nelle sue parole:

Sono fiduciosa, nel senso che sicuramente rispetto a dieci anni fa siamo messe molto meglio. Penso a tutta una serie di problematiche che vent’anni fa facevamo fatica a far passare nei media e che adesso invece riusciamo a porre all’attenzione dell’opinione pubblica. Per esempio, di recente c’è stata una manifestazione molto importante sulle malattie femminili meno note, che riguardano la salute sessuale riproduttiva, e c’è stato un buon riscontro sui media. Sicuramente il lavoro che stiamo facendo da anni sotto varie forme, da più punti di irradiazione, dei frutti li sta dando.

In particolare, l’intervistata annovera tra i principali successi il cambiamento della rappresentazione giornalistica del femminicidio:

Da un punto di vista anche simbolico, una delle maggiori conquiste che possiamo registrare è il fatto che negli ultimi tempi sta cambiando la rappresentazione e il racconto mediatico del femminicidio. Intanto viene nominato come “femminicidio” e questa mi sembra una grandissima conquista, perché vent’anni fa era una *parolaccia*. Personalmente, ho lavorato nel primo giornale che in Italia ha utilizzato il termine “femminicidio”, Carta, mutuando il termine dalle colleghe messicane. Però eravamo un giornale di nicchia e quindi all’epoca il termine non era arrivato al grande pubblico. Dopo vent’anni registro che, adesso, il termine femminicidio a volte viene utilizzato anche in Rai. Non succede sempre, si può fare ancora molto di più. Ci sono dei colleghi maschi che insistono con una narrazione tossica, però, a forza di segnalazioni e di ricambio del personale nelle redazioni, questo piano piano sta passando. Mi sembra già un dato importante, perché sappiamo che il fenomeno del femminicidio, a livello culturale, è strettamente correlato alla rappresentazione mediatica delle donne.

Anche il mainstream si sta differenziando un po’ e sicuramente alcuni temi sono anche diventati a loro volta, come si dice in gergo, *gender mainstreaming*. Non c’è dubbio che adesso per esempio si parli molto di più di gender gap, di tutta una serie di questioni di cui prima non si parlava e non è un caso che sia Il Corriere che Repubblica adesso abbiano una newsletter dedicata alle questioni di genere: “la27ora” del Corriere, ma anche “Scusi, Lei” di Repubblica e “Let it D”, sempre Repubblica.

Barbara sottolinea come, durante la pandemia, si sia osservato un proliferare di newsletter su tre questioni “molto collegate tra loro” (le donne, l’ambiente e la salute), evidenziando anche i pericoli che si possono nascondere quando simili questioni iniziano a diventare “di moda”.

Anni fa questo non avveniva, ma dobbiamo stare attente a quello che viene veicolato da questi canali, anche del mainstream, perché sappiamo che queste tematiche sono diventate appunto di moda e vengono cavalcate anche da chi poi di femminismo sa poco, da chi ha una visione solo opportunistica, che può essere molto scivolosa. Faccio un esempio che non c’entra col genere, ma esplicita bene quello che penso: se la newsletter sui temi ambientali compare con accanto il banner dell’ultimo progetto Eni un problema me lo pongo. Sappiamo che così come c’è il *greenwashing* c’è il *pinkwashing*. Ci sono fenomeni come “Freeda”, che sono stati molto bravi a far diventare di moda i femminismi, ma c’è da capire che modelli e che obiettivi propongono davvero.

In generale un cambiamento complessivo lo registro, ma in molti casi la parola femminismo fa ancora paura. Tutta una serie di questioni non sono considerate importanti, né veniamo chiamate, come esperte, a commentarle.

Le realtà editoriali indipendenti e alcuni podcast, in questo contesto, stanno giocando un ruolo rilevante nel proporre rappresentazioni più accurate di molti temi di interesse.

Per esempio, Narrazioni Differenti ha fatto un lavoro enorme sulla violenza in questi anni, così come Valigia Blu. Li consiglio e li trovo veramente dei luoghi e degli spazi importanti da presidiare, hanno bisogno di visibilità perché sono veramente molto importanti. E secondo me sono molto interessanti le già richiamate newsletter perché, hanno anche dei tempi diversi di lettura, arrivano in maniera più cadenzata, quindi le persone hanno più agio nel fruirle. Un po’ come i podcast, che sono un altro strumento che può essere molto interessante per alcune tematiche. Penso per esempio ai podcast di Michela Murgia, che rappresentano un passo importante. Lei lo ha fatto con la sua cifra da scrittrice, ma possono essere usati anche da altre.

Rispetto alla questione del linguaggio inclusivo, l’intervistata osserva una (momentanea) battuta d’arresto, sottolineando i progressi registrati negli ultimi anni, ma rilevando anche le criticità insite in alcuni accorgimenti oggi al centro del dibattito (come la Schwa):

Mi sembra che di recente su questo si sia stata una battuta d’arresto: la settimana scorsa leggevo un articolo interessante di Manuela Manera, sull’accademia che adesso si sta un po’ indispettendo e arroccando sul passato. Nel giornalismo mainstream siamo arrivate a fatica a far passare alcune cose e va benissimo: penso all’utilizzo di termini tecnici, come “femminicidio”, e alla maggiore attenzione che oggi si dedica all’uso dell’italiano asessuato (per cui, per esempio, oggi non si legge più che “il sindaco è incinta”). Però più di così non andiamo, nel senso che ci sono ancora tanti scivoloni. Per esempio, negli articoli di cronaca, quando si tratta di corpi trans, gli articoli vengono messi *a casaccio*, e questo è un dato. Certamente è stato fatto un grande lavoro in questo ultimo anno e mezzo, anche grazie a Vera Gheno, una linguista che ha raggiunto il grande pubblico con la trasmissione radiofonica, però dall’altra parte c’è un pezzo di accademia che invece si sta, come dire, risentendo. Vengono pubblicati sempre più spesso articoli di illustri linguisti che ammoniscono le linguiste, le militanti e le scrittrici che provano alternative diverse, dicendo che stiamo facendo una cosa gravissima, che la lingua non funziona così. In realtà, sappiamo che la lingua la fanno le parlanti e i parlanti e che da qualche parte bisogna cominciare. Alcune formule sono sicuramente più complicate di altre. Io, per esempio, benché teoricamente non sia

contraria alla Schwa, poi sono la prima che fa fatica a pronunciarla. Inoltre, ho letto con molta attenzione, e lo tengo molto in considerazione, il punto di vista di alcune colleghe che si occupano di disabilità e che segnalano che alcune formule non vanno bene per i non vedenti, perché non sono supportate dalla tastiera Braille: è evidente che se vogliamo essere più inclusive, queste critiche sono solamente costruttive, vanno accolte e vanno tenute presenti. Credo che, prima che la Schwa possa essere adottata universalmente, ci siano dei passaggi intermedi che possiamo fare.

A questo proposito, l'intervistata sottolinea le scelte compiute in prima persona, in termini di linguaggio inclusivo, ribadendo come le soluzioni sin qui trovate siano ancora provvisorie.

Con la collega Marina Turi lo abbiamo fatto nell'ultimo libro scritto insieme; io lo faccio anche quando parlo in pubblico: uso il plurale femminile onnicomprensivo. Vedo qualche maschio che si risente, però è un problema suo, nel senso che non sto facendo nulla che vada contro un corretto uso della lingua. E rispetto a simili questioni sicuramente ci vorrà tempo. Adesso ci sono delle case editrici indipendenti molto coraggiose che hanno deciso di utilizzare una di queste formule in tutti i libri che pubblicano. C'è bisogno certo di elasticità e flessibilità. In un saggio anche la x o * possono dare meno fastidio, in un romanzo magari bisogna appunto trovare un'altra formula. L'importante però è provarci.

Se un utilizzo generalizzato del linguaggio inclusivo pare ancora un obiettivo lontano, nell'esperienza dell'intervistata, le giovani generazioni, anche quando utilizzano espressioni gergali, sembrano sperimentare forme più avanzate.

Poi da qui a quando avremo un linguaggio totalmente inclusivo sicuramente passeranno decenni se non secoli, e una cosa che registro da utente degli autobus romani è che comunque i giovanissimi sono più avanti di noi, nel senso che, anche nel gergo che utilizzano, mi è capitato di sentire formule linguistiche, certamente gergali, ma che sembrano più inclusive.

Conclusioni

Dalle parole di Barbara Bonomi Romagnoli emerge un quadro articolato. In più momenti, l'intervistata si dichiara fiduciosa e sottolinea i numerosi traguardi raggiunti negli ultimi decenni. Al contempo, sono frequenti i riferimenti alla "strada ancora da fare", alle criticità - vecchie e nuove - che si rilevano nel rapporto tra donne e media.

Sul piano della professione giornalistica, si osserva ormai una rilevante presenza femminile che, pur a fronte di persistenti ostacoli, vede un crescente numero di donne occupare posizioni apicali. Questo pare accadere soprattutto in televisione, ma non mancano autorevoli esempi nella carta stampata; accanto al mondo del mainstream, poi, numerose realtà editoriali indipendenti, che operano prevalentemente online, sembrano essere rilevanti spazi di apertura per le donne. Se tra le "vecchie" criticità possiamo annoverare la persistenza del cosiddetto *soffitto di cristallo*, che limita la presenza di donne in posizioni apicali, lo scenario pandemico pare aver aggiunto "nuove" criticità per le donne lavoratrici, sia dal punto di vista economico che rispetto alla difficoltà di conciliare le esigenze lavorative e quelle familiari.

Le diverse forme di attivismo hanno esercitato un ruolo rilevante, negli ultimi decenni, nel portare all'attenzione dell'opinione pubblica molte delle questioni richiamate nell'intervista. Da questo punto di vista, poi, l'associazione Gi.U.LiA si caratterizza per una duplice modalità di azione, informativa e formativa, che negli anni più recenti ha individuato proprio nella formazione rivolta a giornalisti e giornaliste una modalità privilegiata per promuovere il cambiamento.

I traguardi raggiunti sono molti, a partire da una maggiore copertura di temi di rilievo per le donne, anche da parte del mainstream, passando per una trasformazione del modo in cui alcune questioni vengono rappresentate dai media. Un esempio in tal senso è il femminicidio, rispetto al quale oggi si registra, generalmente, una rappresentazione più adeguata; la stessa scelta, ormai sempre più diffusa, di adottare il termine "femminicidio" può essere letta come un traguardo rilevante. Tra le "nuove" criticità, a questo proposito, emerge il *pinkwashing* e l'idea che affrontare questioni femminili stia diventando "una moda", senza che a questa accresciuta copertura tematica si accompagnino sempre prospettive e modelli realmente innovativi. Rispetto al linguaggio inclusivo, infine, l'intervistata riconosce alcune delle criticità che si accompagnano alle formule momentaneamente individuate (dalla Schwa all'uso degli asterischi), ma sottolinea anche, polemicamente, un certo "arroccamento" da parte dell'accademia. Nella sua prospettiva, si tratta certamente di soluzioni ancora provvisorie, ma è importante "provarci": impegnarsi, anche in prima persona, per la diffusione di un linguaggio più inclusivo.

Nota biografica

Francesca Comunello è professoressa ordinaria di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza, Università di Roma, dove insegna Internet e social media studies. La sua ricerca si concentra sulle intersezioni tra ambienti digitali e pratiche sociali (genere e piattaforme digitali; social media e comunicazione d'emergenza; comunicazione digitale, generazioni e ageism). I suoi lavori sono pubblicati su riviste quali (selezione) *New Media & Society*, *Information Communication & Society*, *Media Culture and Society*, *The Sociological Review*, *Ageing and Society*, *Violence Against Women*.

Carla Rita Nisi ha conseguito la laurea magistrale in "Media, Comunicazione digitale e Giornalismo" presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza, Università di Roma. Ha partecipato alla conferenza International Association for Media and Communication Research (IAMCR) nel 2020, con Francesca Comunello e Simone Mulargia, presentando il paper "Mirror mirror on the wall..." *Ambivalent attitudes in Italian Instagram users' narrations addressing female beauty, photo-editing, and the role of influencers*".

Bibliografia

- Brummett, B. (2010). *Techniques of close reading*. London: Sage.
- Chambers, D., Steiner, L., Fleming, G. (2004), *Women and Journalism*, London, Routledge.
- Comunello, F. (2015), Tra “donne panda” e mainstreaming di internet. *Problemi dell'informazione*, 40 (3), 575-600. doi: 10.1445/81459
- Global Media Monitoring Project. (2015). *GMMP 2015 reports*. Retrieved from <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>
- Global Media Monitoring Project. (2020). *GMMP Italy reports*.
- Ross, K., Carter, C. (2011). Women and news: A long and winding road. *Media, Culture & Society*, 33(8), 1148-1165. doi: 10.1177/0163443711418272

Note

¹ Siamo estremamente grate a Barbara Bonomi Romagnoli, per la disponibilità che ci ha dimostrato e per le stimolanti riflessioni che ci ha proposto.

² <https://giulia.globalist.it/attualita/2021/07/17/viminale-in-aumento-le-minacce-alle-giornaliste-2084278.html>

³ <https://giulia.globalist.it/chi-siamo> (consultata in data 28/11/2021)