

Media and Gender

History, Representation, Reception



a cura di
Maria Elena D'Amelio e Luca Gorgolini

Bologna
University Press

OttocentoDuemila

Collana di studi storici e sul tempo presente dell'Associazione Clionet

diretta da Carlo De Maria



Media and Gender
History, Representation, Reception

a cura di
Maria Elena D'Amelio e Luca Gorgolini

Bologna
University Press

Fondazione Bologna University Press
Via Saragozza 10, 40123 Bologna
tel. (+39) 051 232 882
fax (+39) 051 221 019

www.buonline.com
info@buonline.com

ISSN 2284-4368
ISBN 979-12-5477-312-3
ISBN online 979-12-5477-313-0

Quest'opera è pubblicata sotto licenza
Creative Commons BY-NC-ND 4.0

Copertina: Shutterstock.com

Progetto grafico e impaginazione: DoppioClickArt – San Lazzaro (BO)

Prima edizione: settembre 2023

Indice

Presentazione <i>Maria Elena D'Amelio, Luca Gorgolini</i>	9
Media and Gender: Frameworks and directions <i>Maria Elena D'Amelio</i>	11
I. GENDER AND HISTORY IN CONTEMPORARY EUROPE	
Nilde Iotti. Politica e sentimenti nell'Italia repubblicana <i>Luca Gorgolini</i>	21
Rappresentazioni femminili nel "Radiorario" e "Radiocorriere" (1922-1939) <i>Laura Branciforte</i>	29
Female sexuality and media in the long Seventies in West Germany and in Italy <i>Fiammetta Balestracci</i>	39
Invisibili. Donne straniere residenti in Italia e media. Risultati di una ricerca <i>Patrizia Di Luca</i>	47
It is (not) just <i>canzonette</i> : Symbolisms, representations and imaginaries in the lyrics of Italian singers in the 1980s <i>Gaspere Trapani</i>	57
Un bravo ragazzo. Note sulla mascolinità giovanile di Gianni Morandi <i>Gabriele Landrini</i>	69
Essere alla moda. Immagine maschile, questioni di genere e presenze divistiche in "L'Uomo Vogue" (1967-1975) <i>Gabriele Rigola</i>	77

II. REPRESENTATION, STARDOM, AND GENDERED PERFORMANCES IN THE MEDIA

Performing and reflecting the self in home videos of a Viennese family (1992-2009) <i>Renée Winter</i>	87
From the 'right' choices to the 'right' dispositions: The subjective and psychological construction of postfeminism in Chinese reality dating shows <i>Xintong Jia</i>	95
Un'attrice che scrive. Maria Denis e Luchino Visconti in <i>Il gioco della verità</i> <i>Lucia Cardone</i>	103
Un gabbiano sul tetto di fronte: oggetti, spazio domestico e tentativi di libertà in <i>Sette sottane</i> di Monica Vitti <i>Giulia Simi</i>	111
La «divina pastasciutta». Glamour e italianità nell'immagine divistica di Sophia Loren <i>Chiara Tognolotti</i>	119
L'abbigliamento come linguaggio identitario nei <i>teen drama</i> . L'esempio di <i>Sex Education</i> <i>Antonella Mascio</i>	127
<i>Amistead Maupin's Tales of the City</i> : Queer genealogies, memory, and representation in contemporary serial narratives <i>Ilaria A. De Pascalis</i>	135
The unbearable (in)visibility of non-monosexuality in contemporary Italian TV series <i>Lucia Tralli</i>	145
Gender Spot. L'immaginario della pubblicità e la sfida agli stereotipi di genere <i>Alfonso Amendola, Annachiara Guerra</i>	153
Modelli di mascolinità plurale, sessualizzazione e immaginari di genere nelle performance dei cinepanettoni <i>Luca Bertoloni</i>	161
«If I was any kind of man...». Il genere come performance in <i>Fargo, la serie</i> <i>Filippo Giuseppe Grimaldi</i>	169

Promising young women. Riscritture femminili del Rape & Revenge <i>Luisa Cutzu, Federica Piana</i>	177
Maternità e sala operatoria: il caso di <i>Grey's Anatomy</i> <i>Elisa Farinacci, Marta Rocchi</i>	187
III. SOCIAL MEDIA AND ONLINE COMMUNITIES	
Fashion, cooking and beauty: Italian influencers and female role models on social media <i>Geraldina Roberti</i>	197
Chav gender identities: traditional media representation and recent TikTok developments <i>Emilia Di Martino, Elias le Grand</i>	203
L'estetizzazione del leader nella fan community. "Le Bimbe di Conte" tra immaginario romantico e lessico pornografico <i>Antonia Cava, Mariaeugenia Parito, Assunta Penna</i>	211
Il sex appeal dell'inorganico nei social network sites. Una lettura di genere delle estetiche dei virtual influencer <i>Paola Panarese, Maddalena Carbonari</i>	219
Radical gender play: Game design as a critical analysis tool <i>Margo Lengua</i>	227
Authors	235
Index of names	243

Presentazione

Questo libro nasce dal Convegno internazionale *Media and Gender: History, Representation, Reception* (San Marino, 10-11 maggio 2022) organizzato dal Dipartimento di Scienze Umane e dal Dipartimento di Storia, cultura e storia sammarinesi dell'Università degli Studi della Repubblica di San Marino¹.

Due giornate di studi durante le quali studiose e studiosi appartenenti a diverse discipline e provenienti da atenei europei, americani e asiatici si sono confrontati, utilizzando prospettive di analisi interdisciplinari e transnazionali, su alcuni aspetti centrali del rapporto, complesso e in continua evoluzione, che esiste tra genere e media. In particolare, le relazioni presentate e discusse nelle sessioni che hanno animato il convegno, hanno indagato il modo in cui i cambiamenti nei ruoli di genere influenzino e modellino la produzione dei contenuti mediatici; il ruolo svolto dai media nella costruzione di narrazioni sociali dominanti e nella definizione delle “sociological theories of gender”; l’impatto che le interrelazioni tra media e genere hanno nella definizione e nell’affermazione di nuove forme di soggettività e identità.

Riflessioni che muovono dalla consapevolezza che il paesaggio mediale contemporaneo e la sua dimensione culturale sono caratterizzati da una “digital plenitude”² in cui sono rintracciabili codici e strumenti comunicativi eterogenei (dai libri ai film, dai programmi televisivi e radiofonici a siti web, blog e piatta-

¹ Comitato scientifico: Giovanna Cosenza (Università di Bologna), Cristina Demaria (Università di Bologna), Maria Elena D’Amelio (Università degli Studi di San Marino), Luca Gorgolini (Università degli Studi di San Marino), Geraldina Roberti (Università degli Studi dell’Aquila), Lucio Spaziantè (Università di Bologna).

² Jay David Bolter, *Digital Plenitude. The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media*, The MIT Press, 2019.

forme social). Un contesto in cui la globalizzazione e l'affermazione delle tecnologie digitali hanno determinato mutamenti oltremodo rapidi e particolarmente accentuati, rispetto a quanto registrato nelle epoche precedenti, sul fronte della definizione e delle rappresentazioni e delle identità di genere.

Temi che sono stati affrontati da colleghi e colleghe con la cura di restituire un quadro di riflessioni comprensibile anche da parte degli e delle studenti del Corso di laurea in Comunicazione e digital media che hanno partecipato attivamente al convegno e ai quali questo testo è destinato, con la speranza che possa rafforzare la loro capacità di analisi critica dei processi culturali e sociali che alimentano la complessità della società del XXI secolo.

I curatori

Media and Gender: Frameworks and directions

Maria Elena D'Amelio

The contemporary media landscape and its cultural dimension today are characterized by a digital plenitude¹ that engages with various forms – from books and magazines to films, television and radio programs, from website to blogs and social platforms –, and a multitude of practices that include making, remixing, sharing, and critiquing. We are also witnessing phenomenally rapid changes in gender relations, representations, and identities, fostered by media technologies and globalization.

In this context, there is an increasing sensitivity to the “contradictoriness of constructions of gender in today’s media”². Indeed, along with undeniable progresses in media discourses that emphasize self-confidence, body positivity, and feminist achievements, worrisome violent phenomena such as revenge porn, online harassment and the conflation of xenophobic and misogynist media campaigns are on the rise³.

Understanding the ever-changing relationship between gender and media therefore requires an interdisciplinary approach that encompass intersectional and transnational perspectives. How do changes in gender roles affect and shape the production of media content? Which role do media play within broader social histories and sociological theories of gender? How do the interrelations between media and gender shape new forms of subjectivity, agency, and identities?

While this volume is an attempt to answer some of these questions, my contribution aims at providing some guidance among the current frameworks of

¹ Jay David Bolter, *Digital Plenitude. The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media*, The MIT Press, 2019.

² Rosalind Gill, *Gender and the Media*, Polity, 2007, p. 7.

³ Sarah Banet-Weiser, *Postfeminism and popular feminism*, in “Feminist Media Histories”, 2018, 4.2, pp. 152-156.

scholarly investigations on media and gender and offering suggestions for new directions in the field.

The research on gender and media is heterogeneous and characterized by a plurality of different approaches and perspectives, but a common denominator is the influence of feminism on the theorization of gender as a social construct. There are numerous strands within feminism as well, and it may be more correct to use the term feminisms, as to comprise radical feminism, liberal feminism, Marxism or social feminism, black feminism, post-structural feminism and emerging new conceptualizations such as intersectionality, queer, and postfeminist critique. Albeit the methodological and often pronounced theoretical differences, all strands agree on two key concepts: the need to address gender inequality caused by patriarchy⁴, and the refusal of ideas of 'natural' and essentialist⁵ gender norms and sexual relations⁶. The concept of gender as socially constructed emphasize that being male and female is not simply about immutable, natural attributes based on physical traits, but it is understood as an identity, comprises of the traits we express and are ascribed by our social and cultural affiliations⁷.

The 1960s and 1970s feminist activism of the Western world faced a world which was increasingly dominated by media. Therefore, a major focus of feminist research at the time was the ideological nature of media and its influence on representations of womanhood and gender relations. Influenced by Marxism, feminist analyses of the media and their relationship with gender have been preoccupied with the desire to understand how images and cultural representations and constructions are connected to, shaped, and engage with patterns of unequal systems of power based on gender and other axes of oppression within a patriarchal system.

Two traditions of analysis developed in those years: semiotic analysis and ideological analysis. Despite the methodological differences, both were concerned with the meanings of texts and how they operate to reproduce dominant ideologies of gender. Commonly associated with the second wave of feminism, these analyses prominently focused on critiques of beauty standards, seen as oppres-

⁴ Patriarchy is a key concept developed by feminist theoretical critique and refers to an overarching system that support and reproduce male dominance and privilege. See Katie Milestone, Anneke Meyer, *Gender and popular culture*, John Wiley & Sons, 2020, p. 10.

⁵ Essentialism is the framing of gender as immutable, fixed, and natural attribute based on embodied physical traits, which then predispose a person to tastes and behaviors. See Alison Harvey, *Feminist Media Studies*, John Wiley & Sons, 2019.

⁶ Milestone, Meyer, *Gender and popular culture*, p. 10.

⁷ Harvey, *Feminist Media Studies*, p. 3.

sive tools of patriarchy, and the objectification of women in the media. As Gill states, the theoretical production of the time was accompanied by topical and robust calls to action. This period emphasized the politicization of the personal with the now familiar expression “the personal is political”, which highlighted the need to reconsider what had been previously dismissed as women’s problems as intertwined and interconnected with business, law, the media, and politics, as well as with issues of class, sexuality, race, and the environment. Another key term of the time was the concept of the “symbolic annihilation of women in the mass media”, which referred to the silencing, misrepresentation, stereotyping and condemnation of women in media representations⁸.

The Italian participation in world feminism centered around the writings of Carla Lonzi and the activities of the Diotima group. In the Seventies, Lonzi pursued a reflection on the model of sexual pleasure, drawing a distinction between the vaginal woman, subject to the male’s procreative and pleasure domination, and the clitoral woman, whose pleasure is liberated from male oppression. In the reflections of the Diotima group, active in the 1980s, the privileged theme, stemming from the reflections of French philosopher Luce Irigaray, was that of sexual difference and the construction of a feminist alternative to the sexualized language and practices of male tradition, especially in philosophical language⁹.

In the context of Film Studies, the Feminist Film Theory emerged in the 1970s as part of the larger feminist movement and has since evolved to encompass various perspectives and methodologies. Informed by semiotics and psychoanalysis, FFT moved beyond reading the meaning of a film to analyzing the deep structures of how meaning is constructed, arguing that “sexual difference – or gender – is paramount to creating meaning in film”¹⁰. At its core, feminist film theory aims to deconstruct the ways in which women are portrayed, often as objects of desire or passive characters, and to highlight the importance of women’s voices and experiences in storytelling.

⁸ Gaye Tuchman, *The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media*, Palgrave Macmillan US, 2000. Originally published as the introduction to *Hearth and Home: Images of women in the mass media*, 1978.

⁹ Carla Lonzi, *Sputiamo su Hegel, la donna clitoridea e la donna vaginale e altri scritti*, Milano, Scritti di Rivolta Femminile, 1978; Diotima, *L'ombra della madre*, Liguori, 2007.

¹⁰ Anneke M. Smelik, *Feminist film theory*, in P. Cook (ed.), *The Cinema Book*, London, British Film Institute, 2007, 3rd rev. edition, pp. 491-504.

See also Veronica Pravadelli, *Feminist Film Theory e Gender Studies*, in Paolo Bertetto (ed.), *Metodologie di analisi del film*, Roma-Bari, Laterza, 2006.

While the 1970s laid the groundwork for major theoretical debates and actions, the 1980s and 1990s gave way to more complex and often contradictory approaches to gender and media. The reasons were twofold: first, the media content became more plural, with a growing awareness of its language and the processes of image constructions and signifiers of gender¹¹; parallel to that, there was a shift in the theoretical languages used by scholars to analyze the media, moving from the transmission model (content analysis, semiotics, and ideological analysis) to post-structuralism.

As Liesbet van Zoonen¹² had argued, the transmission models view media as conveying a set of determined stereotypical and ideological values about gender, with little agency left to the audience's interpretation. Post-structuralism, on the contrary, problematize the distinction between 'reality' and 'representations', claiming that the reality is itself constructed by the media.

As Teresa de Lauretis said, cinema, television, magazines and so on are "technologies of gender": the representation of gender is its construction¹³. Commonly associated with the third wave feminism, these theoretical approaches focused on questions of individual choice, resistance, and freedom on the one hand, and to structural power and systemic gendered and sexualized violence on the other¹⁴.

Poststructuralism also influenced the way feminist thought of the third wave dismissed the notion of a universal experience of womanhood rooted in the body and challenged binaries and constructions based on biological sexual differences. Judith Butler talks about "performative constructs" of gender, claiming that gender is a set of performances which pre-exist the performer, in the sense that culture and socialization have already determined what is masculine or feminine. It is through the repetition of this gendered performances, rather than essential truths about the body, that ideas of what is the correct masculine and feminine behavior are constructed. For Butler, the symbolic order structured around the male-female dichotomy is historically determined, and therefore can be contested and dislocated (displaced) toward a future that remains open, to not discriminate subjectivities that fall outside the heterosexual, gender binary norms, such as LGBTQ+ communities. Butler's writings inspired the thoughts of the queer theory, a com-

¹¹ Gill, *Gender and the Media*, p. 11.

¹² Liesbet van Zoonen, *Feminist Media Studies*, Sage, 1994.

¹³ Teresa De Lauretis, *Technologies of gender: Essays on theory, film, and fiction*, Indiana University Press, 1987.

¹⁴ Harvey, *Feminist Media Studies*, p. 12.

plex series of approaches born out of feminist theory and LGBTQ+ activism. A central notion of queer theory is the heteronormativity, which refers to the ways in which social and economic structures privilege heterosexuality and signals a “new kind of political engagement” more explicitly confrontational to the heteronormative order¹⁵. Queer approaches do not relate to the gender binary but investigate the intersections and combinations of non-straight sexualities to challenge the privilege of heteronormativity in public culture. Queer theory paved the way to a shift in problematizing the binary categories of female/male and feminine/masculine and critiquing them as outmoded. Recently, various media celebrities had come forward identifying themselves as non-binary and requesting the use of gender-neutral pronouns such as they/them¹⁶. Thus, we witness the emergence of new terminologies to express the complexities of gender, such as cisgender, transgender, non-binary, reflecting the growing understanding that gender is far more complicated and diverse than the binary model. Feminist work of the last two decades has also engaged with critique of second-wave feminism’s “false universalism”, which means the exclusion of the experience of women of color in favor of the privileged view of white, middle-upper class women¹⁷.

Harvey claims that we have now entered a fourth wave of feminism, which provide new directions and framework to analyze the relations between media and gender¹⁸.

In Italy, the academic literature on cinema and gender, after a “phase of aphasia” in the Nineties¹⁹, has entered a new phase of vitality with the launch in 2012 of the Forum Annuale delle Studiose di Cinema e Audiovisivi (FAScInA), an important platform for Italian researchers working on cinema and audiovisual media from the perspective of women’s studies²⁰.

The fourth wave is linked to the spread of social and digital media, networked activism, celebrity feminism and transnational feminism, and contains diverse and

¹⁵ Gill, *Gender and the Media*, p. 70.

¹⁶ For instance, Demi Lovato, Emma Corrin, Janelle Monáe.

¹⁷ See bell hooks, *Feminist Theory from Margin to Centre*, Boston, South End Press.

¹⁸ Harvey, *Feminist Media Studies*, p. 16.

¹⁹ Alice Cati, Maria Grazia Fanchi, Rosanna Maule, *Creative Industry and Gender: Reflections on a Non-Obvious Combination*, in “Comunicazioni sociali: Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies”, 2014, 3, pp. 349-356.

²⁰ The Forum, coordinated by Lucia Cardone, takes place annually at the University of Sassari. For a list of major publications in the field see Rosa Barotsi, Gloria Dagnino, Carla Mereu Keating, *Introduction. On Method Building: A Half-Century of Research on Gender and Labour in the Italian Audiovisual Industries*, in “Comunicazioni Sociali: Journal of Media, Performing Arts and Cultural Studies”, 2023, pp. 3-12.

often contradictory stands. Banet-Weiser, for instance, notes the prevalence, in contemporary media cultures, of what she defines popular feminism, where the focus shifts from collective activist struggles against institutionalized forms of power and oppression to a rhetoric of individual choice. Examples such as “love your body” or “love yourself” often popularized by celebrities and influencers sounds like positive, inclusive messages but obscure the actual presence of social, political, economic inequalities of neoliberalism²¹, resulting in a “depoliticization of the experience of living in a gendered body”²². At the same time, the fourth wave feminism is also characterized by a new season of political engagement, focused on the fight against gender-based violence and mostly shaped by an intersectional approach²³.

Intersectionality is indeed an alternative to the depoliticization and normalization of the relationship between gender and media. The concept, grounded in Black feminist and critical race theories, was introduced in 1989 by critical race scholar Kimberlé Crenshaw to describe bias and violence against black women, who experienced a double oppression as women of color, as their lived experience were both gendered and racialized²⁴. Today, it's become more widely used as a lens “through which you can see where power comes and collides, where it interlocks and intersects. It's not simply that there's a race problem here, a gender problem here, and a class or LBGTQ problem there. Many times, that framework erases what happens to people who are subject to all of these things”²⁵.

The fundamental importance of intersectional feminism is the inclusion of other factors in the analysis of gender identities and gender inequality, the most prominent ones being class and race, but also sexuality, age and so on. Intersectionality «recognizes systems of oppression such as patriarchy, White supremacy, heteronormativity, and capitalism» as intertwined, contributing to position individuals as privileged or disadvantaged according to multiple axes of identity²⁶.

²¹ Neoliberalism is a political-economic model that values free market competition, laissez-faire economics, the dismantling of social welfare and the emphasis on the responsibility of the individual for their happiness.

²² Harvey, *Feminist Media Studies*, p. 16.

²³ Florence Rochefort, *Femminismi. Uno sguardo globale*, Laterza, Roma-Bari, 2022.

²⁴ Kimberlé Crenshaw, *Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics*, in “The University of Chicago Legal Forum”, 1989, 1, pp. 139-167.

²⁵ <https://www.law.columbia.edu/news/archive/kimberle-crenshaw-intersectionality-more-two-decades-later>.

²⁶ Harvey, *Feminist Media Studies*, p. 19.

Gender as a social construct, indeed, is linked to many other social categories and cannot be fully understood in isolation²⁷. As Harvey notes, an intersectional media analysis is not a list of hierarchies of oppression, or “Oppression Olympics”, but entails an understanding of how the mediation of gender contributes to, reinforce, or actively work against multiple forms of privilege²⁸.

This brief introduction, by no means exhaustive and barely touching on the interrelated topic of gender and media, hopes to have at least sparked the interest of future scholars of media and gender to draw on the genealogies of feminist media scholars’ contributions and advance the research in the field, embracing its interdisciplinarity, intersectionality and international approach as we face new challenges in the digital landscape.

²⁷ Milestone, Meyer, *Gender and popular culture*, p. 20.

²⁸ Harvey, *Feminist Media Studies*, p. 24.

I.

Gender and history in contemporary Europe

Nilde Iotti.

Politica e sentimenti nell'Italia repubblicana

Luca Gorgolini

La vittoria di Giorgia Meloni alle elezioni politiche del 25 settembre 2022 ha rilanciato sulla stampa nazionale il dibattito attorno al ruolo delle donne in politica¹. Il nome della leader del partito Fratelli d'Italia – prima donna Presidente del Consiglio – è stato così accostato a quello di altre personalità femminili di spicco che, per così dire, detengono un primato nella storia politica e delle istituzioni democratiche italiane. Tra loro Tina Anselmi (1927-2016), partigiana, prima donna ad aver ricoperto la carica di ministra della Repubblica Italiana (ministra del lavoro e della previdenza sociale, 1976-1978). E Nilde Iotti (1920-1999), che il 20 giugno 1979 venne eletta presidente della Camera dei Deputati: prima donna a ricoprire la terza carica istituzionale della Repubblica. Rimase presidente di questo ramo del Parlamento per tredici anni, dal giugno 1979 all'aprile 1992, e per tre legislature. La sua elezione, nel 1979, rappresentò un elemento di novità assoluta nella storia del Paese. E lei stessa ne fu pienamente consapevole, convinta, come mostra lo stralcio del suo discorso di insediamento che riportiamo a seguire, che quell'elezione costituisse un «momento» «emblematico», frutto delle «lotte» e della volontà di «emancipazione» espressa da milioni di donne italiane:

Ma in particolare comprenderete la mia emozione per essere la prima donna nella storia d'Italia a ricoprire una delle più alte cariche dello Stato. Io stessa – non ve lo nascondo – vivo quasi in modo emblematico questo momento, avvertendo in esso un significato profondo, che supera la mia persona e in-

¹ Si veda, tra gli altri, l'articolo *Donne in politica, da Tina Anselmi e Nilde Iotti alla vittoria di Giorgia Meloni* apparso su "la Repubblica" il 26 settembre 2022.

veste milioni di donne che attraverso lotte faticose, pazienti e tenaci si sono aperte la strada verso la loro emancipazione. Essere stata una di loro e aver speso tanta parte del mio impegno di lavoro per il loro riscatto, per l'affermazione di una loro pari responsabilità sociale e umana, costituisce e costituirà sempre un motivo di orgoglio della mia vita².



Nilde Iotti nel giorno della sua elezione a Presidente della Camera dei Deputati (20 giugno 1979).

Nilde Iotti aveva fatto il suo ingresso in Parlamento (Assemblea Costituente) nel 1946, eletta tra le file del Partito comunista italiano³, e aveva fatto parte della Commissione dei Settantacinque, dando il proprio contributo ai lavori della sottocommissione per i diritti civili, politici ed economici. Eletta alla Camera dei Deputati nel 1948 sarà sempre confermata in tutte le consultazioni elettorali successive, rimanendo parlamentare fino al novembre 1999 quando rassegnerà le sue dimissioni per motivi di salute. Divenuta vicepresidente della Camera nel 1972, nel corso della VII Legislatura (1976-1979) aveva presieduto la Commissione Affari costituzionali. Convinta europeista, nel decennio 1969-1979 era stata deputata al Parlamento Europeo. In seguito, venendo al periodo successivo al termine del suo terzo mandato quale Presidente della Camera, nel

² Atti Parlamentari, Camera dei Deputati, VIII legislatura - *Discussioni* - Seduta del 20 giugno 1979, p. 21.

³ Furono 21 le donne elette all'Assemblea Costituente. Le loro storie sono state ricostruite da Patrizia Gabrielli in *Il primo voto. Elettrici ed elette*, Roma, Castelvetti, 2016.

marzo del 1993 assumerà la presidenza della Commissione parlamentare per le riforme istituzionali. Infine, nel 1997 verrà eletta vicepresidente del Consiglio di Europa⁴.

Come mostrano queste brevi note sopra richiamate, Nilde Iotti è stata certamente una protagonista della storia politica italiana nella seconda metà del XX secolo, dalla nascita delle istituzioni democratiche repubblicane, nel 1946, fino al tramonto della cosiddetta Prima Repubblica, avvenuta negli anni Novanta del Novecento. Nell'ultimo decennio, il suo pensiero e la sua azione di donna delle istituzioni e di dirigente politica sono stati oggetto di un'attenzione crescente da parte degli studiosi che hanno ricostruito le traiettorie del suo impegno, rintracciando un filo conduttore sempre presente, ovvero la «centralità politica delle donne»: «parità e uguaglianza, emancipazione e, più tardi, liberazione alimentano i contenuti delle battaglie che costellano mezzo secolo di impegno speso per elevare la condizione femminile»⁵.

Uno sforzo di analisi e studio sostenuto soprattutto dalla Fondazione Nilde Iotti, costituita nel marzo del 2011, e dalla Fondazione Gramsci⁶. Più recentemente, questo processo di approfondimento e di popolarizzazione della figura di Nilde Iotti ha avuto un ulteriore significativo passaggio per mezzo della realizzazione di alcuni film e docufiction, prodotti in coincidenza o a ridosso del centenario della sua nascita: *La donna, l'onorevole, la presidente. Leonilde Iotti detta Nilde* (di Enrico Salvatori, 2017); *Storia di Nilde* (di Emanuele Imbucci, 2019); *Nilde Iotti, il tempo delle donne* (di Peter Marcias, 2020)⁷.

Questi studi e rappresentazioni filmiche hanno restituito un profilo biografico di Nilde Iotti che ne ha promosso i tratti di autorevolezza e indipendenza, avendo cura di mantenere in secondo piano il suo legame sentimentale con Palmiro Togliatti, segretario del Partito comunista italiano fino alla morte sopravvenuta nel 1964. Un legame che per molto tempo ha condizionato la carriera politica di Nilde Iotti e la sua immagine pubblica, offuscandone le qualità di dirigente politico e sminuendo la sua azione di rappresentante delle istituzioni.

⁴ Informazioni tratte dalla scheda pubblicata sul sito della Camera dei Deputati: <http://legislature.camera.it/organiparlamentarism/6611/6558/6559/6567/documentotesto.asp>.

⁵ Stefano Mangullo, Francesca Russo, *Presentazione*, in Stefano Mangullo, Francesca Russo (a cura di), *Nilde Iotti nella storia della Repubblica. Donne, politica e istituzioni*, Roma, Carocci, 2021, p. 7.

⁶ Tra i titoli pubblicati, citiamo: Luisa Lama, *Nilde Iotti. Una storia politica al femminile*, Roma, Donzelli, 2013; Fondazione Nilde Iotti, *L'Italia delle donne. Settant'anni di lotte e di conquiste*, Roma, Donzelli, 2018; Mangullo, Russo (a cura di), *Nilde Iotti nella storia della Repubblica*, cit.

⁷ I primi due docufilm citati sono disponibili su raiplay.it.

Quando la loro storia d'amore cominciò, nell'immediato secondo dopoguerra, il leader comunista, che aveva 27 anni in più della Iotti, era un uomo sposato (sua moglie Rita Montagnana era anche lei una dirigente comunista) ed era padre di un ragazzo, Guido, di 21 anni. Togliatti e sua moglie si separeranno formalmente solo nel 1951. Una relazione, quella tra il leader comunista e la Iotti, *more uxorio* che suscitò imbarazzi e riprovazione tra le file del gruppo dirigente comunista, in un paese, l'Italia di allora, dove non esisteva una legge sul divorzio e il codice penale prevedeva il reato di adulterio. Una storia di amore che contrastava la moralità dominante e minava la funzione pedagogica del partito nei confronti dei propri militanti⁸. Agli occhi dei vertici comunisti la Iotti, che aveva ricevuto un'educazione cattolica e si era laureata in Lettere all'Università Cattolica di Milano, era in qualche modo una minaccia: la donna che avrebbe potuto distogliere Togliatti dall'impegno politico e dalla guida del partito. Come ha scritto Anna Tonelli, storica, autrice del libro *Gli irregolari. Amori comunisti al tempo della Guerra Fredda*, «almeno fino agli anni Cinquanta si contano decine di episodi che denotano le difficoltà di esplicitazione di un amore avversato dalla doppia morale di un partito che, mentre predica il rigore come categoria politica, assiste a continui cedimenti da parte della maggioranza dei propri dirigenti»⁹; «soprattutto – secondo Daniela Pasti, giornalista, autrice del libro *I comunisti e l'amore* – non si perdonava alla Iotti di non accontentarsi di essere la compagna di Togliatti ma di pretendere per sovrappiù di avere una personalità politica»¹⁰. Seguendo i ricordi di Miriam Mafai, anch'ella giornalista e dirigente comunista,

quando Togliatti venne ferito, il 14 luglio 1948 (e al suo fianco c'era Nilde), il [...] grido disperato [della Iotti] venne quasi considerato una sconvenienza. E il suo nome non era tra quelli per i quali era disposto il “passi” al Policlinico, dove Togliatti venne ricoverato. Per arrivare al suo capezzale la Iotti dovette scendere a trattativa con Secchia, e fu una trattativa molto dura. E ancora: quando nel 1953 verrà pubblicato, in occasione del 60° compleanno di Togliatti, un album di fotografie in suo onore, Nilde vi appare in una immagine familiare, alle spalle della piccola Marisa, in un

⁸ Su questi aspetti si rinvia a Sandro Bellassai, *La morale comunista. Pubblico e privato nella rappresentazione del PCI (1947-1956)*, Roma, Carocci, 2002 (2000).

⁹ Anna Tonelli, *Gli irregolari. Amori comunisti al tempo della Guerra Fredda*, Roma-Bari, Laterza, 2014, pos. 976 e 983 su 3683.

¹⁰ Daniela Pasti, *I comunisti e l'amore*, Roma, L'Espresso, 1979, p. 92.

rigido tailleur scuro. Nella didascalia non viene fatto il suo nome: il grande pubblico può pensare che si tratti di una governante¹¹.

La «piccola Marisa» citata nel testo è Marisa Malagoli, una bambina di nove anni di cui la coppia si prese cura a partire dal 1950. Dopo la morte di Togliatti, Nilde Iotti, come si è visto, aveva proseguito il suo impegno politico, nel partito e nelle istituzioni repubblicane, conquistando ruoli di responsabilità e dando prova di capacità e tenacia che però non le avevano consentito di liberarsi pienamente delle etichette ironiche che le erano state precedentemente affibbate – «la vedova del partito», «la segretaria», «la Migliora», «primadonna decaduta», «concubina» ecc. – e che rinviavano proprio al rapporto sentimentale con lo scomparso segretario del PCI.

Quando venne eletta Presidente nel giugno 1979, erano passati 15 anni dalla morte di Palmiro Togliatti. Un lasso di tempo nel corso del quale l'Italia aveva sperimentato trasformazioni importanti sul versante del rapporto tra i generi e dell'emancipazione femminile. Il movimento studentesco e il movimento femminista avevano favorito un processo di modernizzazione della società e l'affermazione della questione femminile: il tema della donna e della sua emancipazione, del rapporto uomo-donna, del ruolo di quest'ultima nella famiglia conquistò uno spazio crescente e trovò riscontro in una serie di interventi legislativi che si configuravano come conquiste delle donne italiane: la legge sul divorzio (1970) il nuovo diritto di famiglia (1975) che riconosceva alla donna una condizione di completa parità con l'uomo all'interno della famiglia, e garantiva la tutela giuridica dei cosiddetti «figli illegittimi», nati cioè al di fuori del matrimonio; quindi la legge sull'aborto (1978). Battaglie (divorzio e nuovo diritto di famiglia in primis) in cui Nilde Iotti aveva svolto un ruolo di primo piano, in Parlamento, nel suo Partito (dove aveva diretto la Commissione femminile) e nelle organizzazioni femminili ad esso collaterali (Unione Donne Italiane).

Il processo di modernizzazione della società che venne avanti, tra non poche resistenze, negli anni Settanta e che investì dunque anche il ruolo delle donne tra le mura domestiche e fuori trova riflesso anche nel modo in cui, siamo nel giugno 1979, la stampa nazionale ricostruì il profilo biografico della neoletta Presidente della Camera dei Deputati. Un misto di necessaria benevolenza e doveroso rispetto nei confronti della Presidenza ma anche di ri-

¹¹ Miriam Mafai, *E per caso sedette accanto a Togliatti*, in «la Repubblica», 20 giugno 1979.

conoscimento delle qualità della esponente comunista chiamata ad assumere quel ruolo, che favorì una rilettura di alcuni passaggi della sua biografia, fornendo giudizi che avevano il compito di rassicurare l'opinione pubblica e al tempo stesso denunciare, seppur non esplicitamente, i precedenti giudizi che le erano stati riservati, improntati a pettegolezzi che tradivano un malcelato carattere maschilista e misogino. L'Italia degli anni Cinquanta e Sessanta era, infatti, un'Italia certamente più bacchettona e moralista dell'Italia della fine degli anni Settanta: «L'Italia di allora non era l'Italia di adesso. L'Italia di allora su queste cose era terribile» aveva osservato la stessa Iotti in un'intervista rilasciata nel 1976 al settimanale femminista "Effe"¹². Gaetano Scardocchia scrisse che allora «come donna» «aveva pagato con sofferenze e umiliazioni il suo legame con Togliatti»: «non si può immaginare quanto fosse chiuso, intollerante e puritano il PCI in quegli anni»¹³. Un partito che ufficialmente sosteneva la partecipazione delle donne alla vita politica, ma che in alcuni ambiti del potere maschile tendeva a confermare una configurazione patriarcale dei rapporti fra i sessi¹⁴.

Nel riconoscere l'autorevolezza, la moderazione, la capacità di dialogo della Presidente, i commenti contenuti negli articoli pubblicati nel giugno 1979 convergevano nel sottolineare l'importanza di quel passaggio storico che aveva determinato l'elezione di una donna alla terza carica della Repubblica. Il nome della Iotti veniva così affiancato a quello di Margaret Thatcher, divenuta Primo ministro del Regno Unito qualche settimana prima (4 maggio 1979), e della francese Simone Veil designata quale Presidente del Parlamento europeo (incarico che assumerà formalmente il 17 luglio 1979). Tra i titoli apparsi in quei giorni: «È il momento delle donne: dopo la Thatcher e la Veil si parla di Nilde Iotti» ("Il Resto del Carlino", 20 giugno 1979); «Con la Iotti cambia il volto del potere» ("Epoca", 30 giugno 1979). Osservava Vittorio Gorresio: «La soluzione pare eccellente, non solo per le qualità personali di chi è già stata con onore vice-presidente della Camera durante la settima legislatura, ma anche per il fatto che si tratta di una donna. Oggi che si parla della signora Simone Veil come probabile presidente del Parlamento d'Europa, conviene a

¹² Citazione tratta dall'articolo Miriam Mafai indicato nella nota n. 11.

¹³ Gaetano Scardocchia, *Nilde Iotti: una protagonista di drammi e contraddizioni in trent'anni di storia*, in "Corriere della Sera", 21 giugno 1979.

¹⁴ Bellasai, *La morale comunista*, cit., p. 31.

tutti che il Parlamento italiano dia buon esempio anticipatore facendosi presiedere da una donna»¹⁵.

Capovolgendo le ricostruzioni dei suoi storici detrattori che avevano messo in relazione la sua carriera con la protezione esercitata dal suo compagno, Togliatti, in quel frangente veniva riconosciuto che, con ogni probabilità, quel legame aveva perfino rappresentato un «ostacolo» alla sua affermazione e che, certamente, il suo percorso nelle istituzioni stava lì a testimoniare che ella «aveva autonomia di carattere, intelligenza e forte personalità»¹⁶; doti che le erano state essenziali per poter resistere all'ostracismo che aveva subito dopo la morte del compagno, e ancora per sottrarsi al ruolo di «vedova del partito» e tirarsi fuori da una condizione di «esilio» politico¹⁷ a cui era stata costretta per un certo periodo successivo all'estate del 1964. A proposito della «difficile carriera per la compagna di Togliatti», su “La Stampa” si legge:

Con atteggiamento che oggi sarebbe definito “maschilista”, non potendo attaccare il segretario, nel Pci se la presero con la Jotti. Fu isolata, osteggiata, sottovalutata rispetto ai suoi reali meriti. [...] La Jotti poté dimostrare quanto realmente valesse, solo dopo la morte di Togliatti (1964), fino a diventare vicepresidente della Camera nel 1972 presidente della Commissione Affari Costituzionali¹⁸.

Su “l'Unità”, nell'ultima parte del lungo articolo – a firma di Luisa Melograni – che l'organo di stampa del PCI le dedicò e in cui veniva ripercorsa «la complessa esperienza umana e politica» della neoletta Presidente, si sottolinea:

Questa la sua vicenda politica, in parte intrecciata strettamente con quella personale, con la sua vita con Togliatti. Più di una volta le hanno chiesto se questo rapporto nell'agone politico l'ha danneggiata o favorita. A Enzo Biagi nel '75 rispose: «È stato un ostacolo». [...] Più di una volta le hanno chiesto se è stata una rinuncia dura il non avere figli. Ha risposto, con pudore e con sofferenza: «La più dura». Ma ha anche detto come il dolore sia stato superato «quando è venuta Marisa, perché la relazione fra me e Togliatti era piena, ricca e se avessimo avuto un bambino non sarebbe risul-

¹⁵ Vittorio Goresio, *Con la Jotti cambia il volto del potere*, in “Epoca”, 30 giugno 1979.

¹⁶ Scardocchia, *Nilde Iotti*, cit.

¹⁷ Giovanni Serafini, *Questa pasionaria è arrivata in alto*, in “Il Resto del Carlino”, 20 giugno 1979.

¹⁸ a. rap., *La difficile carriera per la compagna di Togliatti. Nilde Jotti, prima donna Presidente della Camera*, in “La Stampa”, 20 giugno 1979.

tata diversa. Maternità non è solo partorirli: è crescerli e soffrire con loro, vivere insieme»¹⁹.

La raccolta di vecchie e nuove dichiarazioni della stessa Iotti, di amici, di esponenti politici e di commentatori che vennero inserite negli articoli sembra dover assolvere a un duplice compito: riabilitare la sua figura di donna sul piano delle relazioni sentimentali e familiari, e, per così dire, normalizzare l'esperienza familiare della coppia Togliatti-Iotti. Così sulle colonne del "Corriere della Sera", allora definito «giornale della borghesia», espressione di posizioni moderate, si sottolineava che la loro era stata sì una «strana famiglia» ma i due erano stati «molto uniti»: la Iotti «può essere definita una donna all'antica», «seppe dare a Togliatti, reduce da una vita randagia e sentimentalmente arida, qualcosa che egli non aveva mai avuto: una famiglia, una casa, la certezza dei sentimenti e il conforto delle buone abitudini»²⁰. Passando a "Repubblica", si sottolineava che quella famiglia tutta «inventata», in cui c'era un uomo che non era un marito, una donna che non era una moglie e una ragazza che non era una figlia dei due adulti che le facevano da genitori, era «in realtà un modello di famiglia», «molto unita e anche molto tradizionale (tutti a cena puntuali, Nilde che prepara certi piatti emiliani, la bambina che fa vedere i compiti a Togliatti, e le vacanze insieme in montagna)»²¹.

¹⁹ Luisa Melograni, *Una comunista in trent'anni di storia italiana*, in "l'Unità", 21 giugno 1979.

²⁰ Scardocchia, *Nilde Iotti*, cit.

²¹ Mafai, *E per caso sedette accanto a Togliatti*, cit.

Rappresentazioni femminili nel “Radiorario” e “Radiocorriere” (1922-1939)

Laura Branciforte

Introduzione

Prima di addentrarci nello specifico del tema è importante sottolineare qual è stata la relazione tra donne e radio negli anni Venti e Trenta, momento in cui assistiamo alla nascita della radiofonia in Italia e, allo stesso tempo, all'avvento del fascismo. La radio può dirsi che *nasce al femminile* non solo in Italia, ma in generale in Europa occidentale e negli Stati Uniti; saranno, infatti, le annunciatrici a dar voce ai suoi esordi¹. Annunciatrici, radiocroniste, segretarie, conduttrici, dattilografe, cantanti, conversatrici, scrittrici, poetesse, traduttrici, inviate di guerra furono le protagoniste così come lo fu l'*audience* femminile che divenne un potenziale e poi effettivo bacino d'utenza. Le voci dell'annunciatrice Maria Luisa Boncompagni, della violinista Viviana Donarelli che battezzava l'inizio delle trasmissioni radiofoniche e della soprano Luisa Tetrazzini per il primo concerto di Natale del 1924, sono solo un esempio di questo inizio al femminile.

Malgrado l'importante ruolo svolto dalle donne come sue attrici e ricettrici, si deve segnalare la carenza di studi dedicati alla relazione tra donne e radio, fatta eccezione per poche e frammentarie ricerche².

In questo studio ci avvarremo per l'analisi della presenza e del ruolo delle donne in radio dell'imprescindibile supporto della rivista ufficiale dell'Unio-

¹ Cfr. Laura Branciforte, *Donne e radio nel ventennio fascista*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2020.

² I numerosi studi di Gianni Isola sono quelli che hanno dimostrato un'attenzione particolare al ruolo delle donne nella radio sue protagoniste e pubblico, ricordiamo anche le prime ricostruzioni dedicate all'ascolto radiofonico di Anna Lucia Natale, gli studi di Barbara Scaramucci ed i più recenti di Marta Perrotta e Paola Valentini.

ne Radiofonica Italiana (Uri) e poi dell'Ente Italiano Audizioni Radiofoniche (Eiar)³, il "Radiorario", poi "Radiocorriere". Il primo numero del "Radio Orario" uscì in edicola il 18 gennaio del 1925, divenne poi "Radiorario" il 30 gennaio del 1926 e, a cavallo tra il 1929 e il 1930, "Radiocorriere".

Nell'analisi svolta appare chiaro il predominio delle immagini femminili sin dalle copertine del "Radio Orario" che, al posto di uno scarno testo, presente nei primi numeri (sino al 22), a partire dal mese di giugno del 1925 vede un pullulare di attrici, cantanti liriche, annunciatrici e scrittrici nelle prime pagine⁴.

Possiamo dire che il "Radio Orario", durante i suoi primi due anni di vita, scelse per lo più i volti di donne famose, come strategia promozionale per ricercare un rapporto diretto con un pubblico, fino ad ora principalmente maschile. Dal 1930, il già denominato "Radiorario" avrà una nuova veste e un nuovo nome, "Radiocorriere"; la necessità di ampliare il pubblico dei radioascoltatori sarà alla base dei cambiamenti della rivista.

A partire dal 1930 si fa un uso più cosciente della radio. I nuovi obiettivi dell'Eiar erano, da un lato, la ricerca del consenso e la trasformazione della radio in un mezzo di comunicazione di massa e, dall'altro, il potenziamento delle strutture di trasmissione dei contenuti, che si concretizzava in un graduale miglioramento delle strategie promozionali e della programmazione. Il cambiamento della rivista appare evidente all'interno di queste dinamiche sin dal formato: l'ampiezza delle pagine e la diversa consistenza del cartaceo che permettono di aumentare il materiale illustrativo. Ben presto si individuerà nelle inserzioni pubblicitarie il canale preferenziale per la sponsorizzazione degli strumenti radiofonici e le ditte produttrici di materiale e strumenti radiofonici riempiranno ampi spazi del "Radiocorriere", al punto da rendere eccessiva la loro presenza.

Non tratterò delle rappresentazioni delle donne nella "radio in guerra", quando cambia del tutto il rapporto con il pubblico e, specialmente, con il pubblico femminile che fino ad ora aveva trovato nella radio, principalmente, un mezzo di evasione. Dal 1940 i palinsesti di guerra, il controllo delle informazioni, la prima legislazione repressiva dell'ascolto delle emittenti estere per l'aumentato ascolto clandestino, avevano trasformato le caratteristiche e gli obiettivi della radio.

³ L'Unione Radiofonica Italiana (Uri) era nata sotto il controllo del nuovo Ministero delle Comunicazioni, con a capo Costanzo Ciano, a partire dall'estate del 1924, poi venne denominata, dal 1927, Ente Italiano Audizioni Radiofoniche (Eiar).

⁴ I numeri 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 38, 41, 44, 45, 46, 47, 49, 50 del 1925 e tutti e 4 i numeri del 1926 ospitano sulle loro copertine foto di donne celebri.

Le rappresentazioni femminili nel “Radiocorriere”

L'inizio della rivoluzione dei beni di consumo immateriali trovò nella radio uno dei suoi protagonisti incontrastati. Le ditte costruttrici cercarono di creare un pubblico fedele di ascoltatori domestici, indicando i modelli delle radio e i loro costi e creando una serie di facilitazioni per acquistare l'oggetto del desiderio. Il “Radiorario” e il “Radiocorriere” scelsero l'immagine femminile per la loro sponsorizzazione e divennero il mezzo privilegiato per creare un pubblico di potenziali acquirenti. La tedesca Telefunken, la Radio Marelli, la SAFAR e i colossi internazionali come la Philips e la RCA sono alcune delle ditte che si affidarono al “Radiocorriere” per vendere i loro prodotti.

Se durante una lunga fase iniziale la *réclame* aveva compreso esclusivamente le immagini degli apparecchi e le descrizioni dei dati tecnici indirizzate a un pubblico amatoriale interessato più alla tecnologia che ai programmi⁵, dalla metà degli anni Venti, dal 1926 in particolar modo, riscontriamo che le pagine dedicate alla pubblicità radiofonica si fanno più numerose, con immagini più ricche dal punto di vista descrittivo e con una visualizzazione più ampia di ambienti e interni delle case. Il volto della sponsorizzazione radiofonica divenne man mano quasi del tutto femminile.

Possiamo identificare quattro tipologie di rappresentazioni femminili la prima è quella della donna *testimonial*, volti di attrici famose o di donne dello spettacolo si fanno carico di sponsorizzare la radio e avvalorare le qualità tecniche dei diversi apparecchi; la seconda tipologia, anche se in modo più sporadico, vede le rappresentazioni riferirsi all'immagine della donna/casalinga-massaia, la radio si vincolava agli aspetti della domesticità più spicciola; la terza è la rappresentazione più comune ed è quella della donna rappresentata come custode del focolare domestico e *trait d'union* familiare intorno alla radio. Qui si descrivevano donne sofisticate, appartenenti alla media-alta borghesia, simbolo e parte della società di consumo accanto ad apparecchi radio o a fonografi costosi. Per ultimo, una quarta tipologia che include un numero ridotto di rappresentazioni femminili, si riferisce alla donna sposa e madre esemplare, vincolata agli stereotipi propagandati dal regime.

La diversità delle rappresentazioni femminili va inquadrata, oltre che nell'incipiente sviluppo della società dei consumi, nel contesto dei modelli elaborati e

⁵ “Radio Orario”, 20 giugno 1925, n. 23, p. 2.

diffusi dal fascismo che cambiavano a seconda delle esigenze politiche ed economiche del regime.

Tra le due guerre, la radio diventa, non solo in Italia, ma in generale in Europa e negli Stati Uniti, uno strumento importante della potenziale femminilizzazione della politica, ma anche, e allo stesso tempo, complice delle politiche di massa dei regimi liberali e di quelli totalitari.

Partendo ora dalla prima tipificazione individuata troviamo in un'immagine del 1928, a Lotte Lorring, la graziosa diva del cinema di origine tedesco, che indicava maliziosamente la Loewe-radio come «Il mio miglior compagno!»⁶. Una rappresentazione che per l'eccessivo risalto dato agli aspetti tecnici della «multivalvola», rivolti a un pubblico di *amateurs* e specialisti dell'etere sembra contraddirsi con l'immagine femminile diretta invece alla conquista della massa anonima dei consumatori. Anche le donne dello spettacolo si prestano a farsi fotografare accanto agli apparecchi radiofonici: Elsa Merlini, per esempio, sponsorizza nel 1936 un modello della radio Phonola⁷.

L'uso di volti di attrici famose o di donne dello spettacolo è un elemento ricorrente, come lo erano stati i casi di artisti "prestati" alla pubblicità agli inizi



**Il mio miglior
Compagno!**

così Lotte Lorring, la
graziosa Diva del
film, definisce gli
apparecchi di

LOEWE RADIO

Berlin Steglitz Wiesenweg 10

Chiedete al Vostro radionegoziante che Vi mostri tali apparecchi senza alcun obbligo per Voi

⁶ "Radiorario", 25 marzo-1 aprile 1928, n. 6, p. 44.

⁷ "Radiocorriere", 6-7 dicembre 1936, n. 50, p. 1.

del secolo, quando, scrittori e pittori, uomini e donne, offrono le proprie opere per annunci pubblicitari⁸. Tuttavia, a differenza dei primi tempi, le attrici e le figure celebri delle copertine cominciavano a lasciare spazio a ragazze comuni, a modelle anonime.

La seconda tipologia delle rappresentazioni femminili, meno diffusa e vincolata solo ai primi anni del “Radiocorriere”, è quella che descrive una donna occupata nelle faccende domestiche, in special modo che cucina mentre ascolta la radio. Nella didascalia in basso si legge: «La massaia moderna cucina secondo le ricette radiofoniche dettate dall’altoparlante»⁹. Queste rappresentazioni di donne casalinghe sono soprattutto presenti nelle foto del “Radiocorriere” e non nelle locandine pubblicitarie, nelle foto, infatti, si enfatizza un ruolo femminile che, diversamente da quanto si potrebbe credere, non sarà quasi mai riprodotto nella successiva pubblicità radiofonica. Donne e ambienti modesti, sono lo sfondo di queste immagini. Le foto-dedica o le foto mandate in occasione dei concorsi fotografici indetti dall’Eiar¹⁰, erano immagini maggiormente corrispondenti con la realtà sociale dell’ascolto, in contrasto evidente con il mondo creato, come vediamo a continuazione, delle inserzioni pubblicitarie.

Della radio le ditte pubblicitarie sfruttarono il suo essere uno strumento di una nuova e moderna socialità, un oggetto di preoccupazione di ordine estetico, un nuovo elettrodomestico funzionale a una concezione moderna della casa. La forza della radio era assicurata non tanto dalla capacità di alimentare una nuova cultura della domesticità ma soprattutto dalla possibilità di impiegare parte del tempo libero della famiglia in momenti di svago e di piacere.

Nel corso degli anni Trenta la *donna nuova* celebrata dal regime è al centro di un processo di trasformazione che investe, tutte le strutture sociali, economiche e ideologiche della nazione, in un clima di «difficile convivenza tra conservatorismo e modernità»¹¹. Alla luce della trasformazione, pur timida e controllata, della società italiana, la conquista di nuove fasce di pubblico da parte della pubblicità non si baserà più sull’esaltazione degli aspetti tecnici, ma sul ruolo sociale rivestito dalla radio all’interno del «focolare domesti-

⁸ Vanni Codeluppi, *Storia della pubblicità italiana*, Roma, Carocci, 2013, pp. 49-50.

⁹ “Radiorario”, 8 gennaio 1928, n. 2, p. 27.

¹⁰ “Radiocorriere”, 22-28 gennaio 1930, n. 25, p. 1.

¹¹ Cfr. Emily Braun, *L’arte dell’Italia fascista*, in Emilio Gentile (a cura di), *Modernità totalitaria. Il fascismo italiano*, Roma-Bari, Laterza, 2008, p. 80.



co», un freno contro i rischi della modernità dell'urbe (grandi magazzini, cinema, sport, teatro)¹².

La radio è entrata dunque, nel "salotto buono" e lo ha trasformato: se prima si trattava di uno spazio riservato alle poche occasioni festive¹³, ora, è il luogo di ascolto quotidiano della musica e delle notizie e di riunione familiare serale ed è anche la sala da ballo. La radio è il *juke box* degli anni Trenta.

¹² *La radiofonia nella lotta contro l'urbanismo. La radio ha ricostruito il focolare domestico*, in "Radiocorriere", 1929, n. 21, p. 5; Ercole Moggi, *Il focolare domestico e la radio*, in "Radiocorriere", 1930, n. 1, p. 9.

¹³ Karin Hausen, *Il soggiorno*, in Heinz-Gerhard Haupt (a cura di), *Luoghi quotidiani nella storia d'Europa*, Roma-Bari, Laterza, 1993, pp. 241-254.

La frequenza e la ripetitività con cui le inserzioni si susseguono, a partire dal 1933, sul “Radiocorriere” consentono di enucleare alcune tendenze generali della pubblicità radiofonica e che corrispondono a quella terza tipologia identificata della *donna custode del focolare domestico*: le figure femminili eleganti e sofisticate rappresentano il veicolo preferenziale per la diffusione della radio e le sue rappresentazioni sono funzionali a idealizzare la condizione sociale dell’ascolto.

Nelle sue inserzioni la Phonola Radio, «regina delle supereterodine», abbina alla svariata gamma di apparecchi radioriceventi un catalogo altrettanto variegato di immagini femminili. Il modello 603 è collocato all’interno di una sala da ballo, in cui l’eleganza degli abiti da sera fa da corona al sofisticato prodotto della Phonola¹⁴. In un’altra inserzione, accanto a una donna dall’abbigliamento molto curato, si legge «L’audizione è un vero godimento» e, sotto, compare la descrizione del modello della Radio Marelli, «L’apparecchio più diffuso in Italia», un Mizar tra i cui accessori e nella cui rappresentazione è presente un mobile in cui è inserito l’apparato radiofonico in perfetta armonia con il salotto¹⁵. Ritorna in questa frase l’importanza della radio come oggetto ornamentale per la casa e come simbolo di *status*. I modelli reclamizzati nell’annuncio sono tutti da salotto e sono destinati a una cerchia ristretta di clienti, anche se possono essere pagati a rate.

Tra il 1935 e il 1936 le copertine del “Radiocorriere” si riempiono letteralmente di donne eleganti che sponsorizzano i vari modelli di radio¹⁶. L’accostamento di donne seducenti e ammalianti alla radio aveva la finalità dichiarata di riversare le qualità seduttorie delle donne su quelle del mezzo costituendo così un invito ad acquistare gli apparecchi radiofonici¹⁷. Nelle inserzioni pubblicitarie la radio è il nuovo gingillo che troneggia nei salotti della buona società e nell’arredamento delle case. Una preoccupazione nuova, di ordine prettamente estetico, si impossessa della padrona di casa: il «mimetismo radiofonico»¹⁸. In una pubblicità della Phonola, nella copertina del “Radiocorriere”, si intravede un interno in cui i più comuni elementi di un salotto si trasfigurano in una dimensione da sogno: la stanza è abbellita dalla presenza di fiori e dai candidi sorrisi delle due fanciulle dedite all’a-

¹⁴ “Radiocorriere”, 6-13 maggio 1934, n. 19, p. 2.

¹⁵ “Radiocorriere”, 5-11 dicembre 1937, n. 49, p. 48.

¹⁶ “Radiocorriere”, 31 marzo-6 aprile 1935, n. 14; “Radiocorriere”, 7-13 aprile 1935, n. 15; “Radiocorriere”, 2-8 giugno 1935, n. 23; “Radiocorriere”, 5-11 maggio 1935, n. 19; “Radiocorriere”, 1936 (11, 13, 15, 18, 22, 24, 32, 33, 45, 47).

¹⁷ “Radiocorriere”, 8-14 dicembre 1940, n. 16, p. 2.

¹⁸ “Radiorario”, 19 marzo 1927, n. 12, p. 4.

48

L'AUDIZIONE È UN VERO GODIMENTO



Oltre le notevoli caratteristiche dei grandi apparecchi il MIZAR presenta la seguente novità:

IL RICERCATORE ALFABETICO SULLA SCALA vi rende facile e rapida la ricerca di qualunque stazione del mondo

MIZAR: l'ultima parola della tecnica e dell'eleganza
 SUPERETERODINA A 7 VALVOLE • SERIE • ALTA FEDELTA' • ONDE
 CORTE-MEDIE-LUNGHE • SENSIBILITÀ E SELETTIVITÀ ELEVATISSIME
 SOPRAMOBILE L. 2800 •
 • MOBILE L. 3500 •
 • RADIOFONOGRACO L. 4200

Il MIZAR viene fornito con la valvola 2A3 per audizioni private e la 6L6 G per audizioni pubbliche in vostre sale.

RADIOMARELLI
 "L'APPARECCHIO PIÙ DIFFUSO IN ITALIA"

Modello registrato G.M. 21004/47M

Edizione Italiana - Casa Valden, S. - Torino

scolto. L'atmosfera irreal è corredata dalla didascalia «L'annuncio della primavera! Armonie di fiori e di sorrisi nella casa allietata dal canto della PHONOLA».¹⁹

Ciò che risulta evidente è il tentativo di descrivere non le condizioni sociali reali dell'ascolto, ma quelle di una classe dalla situazione invidiabile e irraggiungibile. In una inserzione si legge, ad esempio, «Stromberg Carlson la più moderna delle moderne creazioni»²⁰. L'effettivo e ridotto uditorio a cui la radio e ancor di più il "Radiocorriere" – che contava con un numero di iscritti inferiore a quello degli ascoltatori –, si rivolgeva, era socialmente differenziato e non coincideva con il pubblico degli acquirenti.

¹⁹ "Radiocorriere", 7-13 aprile 1935, n. 15; *Annuario ELAR*, 1935, p. 301.

²⁰ "Radiocorriere", 3-10 giugno 1934, n. 23, p. 17.

L'arredamento domestico divenne un investimento importante, sia affettivo sia sociale²¹, sebbene la grande rivoluzione delle apparecchiature domestiche degli anni Venti ebbe un impatto minimo nell'Italia fascista. Nel 1936 il 7% della popolazione possedeva la radio (soprattutto nel Nord) e soltanto nel 1937 venne messo in vendita il modello della “economica” Radiobalilla, la cui distribuzione ebbe esiti disastrosi²².

Per ultimo, analizzando le rappresentazioni appartenenti al quarto gruppo individuato, quelle vincolate alla diffusione di stereotipati modelli femminili propagandati dal regime, riscontriamo che sono esigue. In generale si può dire che la pubblicità della radio rimase refrattaria agli eccessi di politicizzazione e di propaganda: la maggior parte delle rappresentazioni femminili, infatti, si allontanava dai canoni di sposa e madre propagandati dal regime e lasciava spazio a modelli più audaci, distanti dalla contemporanea regimentazione delle donne da parte del regime²³ diffusa in ben precisi atti, celebrazioni e rituali ufficiali²⁴.

Tra i pochissimi riferimenti vincolati all'attualità e presenti negli annunci pubblicitari, riporto soltanto un'inserzione del 1935, non priva di una certa ironia, in cui campeggia l'immagine di una donna in abito da sposa, una chiara allusione alla politica del regime in prossimità della compagnia d'Etiopia. Accanto al modello di radio Marelli, una didascalia inequivocabile: «In ogni famiglia la felicità è completata da un... RADIO MARELLI»²⁵.

Conclusioni

Potremmo concludere che anche se la radio introdusse in Italia molti degli elementi della modernità, essa, tuttavia, non trovò le condizioni economiche necessarie per l'affermazione del “modello americano” che avverrà soltanto alla fine degli anni Cinquanta.

²¹ Ivi, p. 302.

²² Carlo Sartori, *Un medium di qualità nell'era della TV*, in Franco Monteleone (a cura di), *La radio che non c'è settant'anni, un grande futuro*, Roma, Donzelli, 1994, p. 33.

²³ Simona Colarizi, *La percezione del totalitarismo nell'antifascismo italiano*, in Gentile (a cura di), *Modernità totalitaria*, cit., p. 25.

²⁴ Celebrazione dell'VIII Leva Fascista, dove le giovani italiane sfilavano per la Via dell'Impero. “Radiocorriere”, 3-10 giugno 1935, n. 23, p. 1.

²⁵ “Radiocorriere”, 3-9 marzo 1935, n. 10, p. 56.

In ogni caso le necessità del marketing fecero sì che, nelle inserzioni pubblicitarie le donne della *réclame* sfuggissero nelle rappresentazioni del “Radiocorriere” alle rigide norme e esigenze dirigitiche di uno Stato che dettava ai soggetti femminili forme e misure per incarnare una tipologia fisica ideale italiana: lo «stereotipo di un eros materno e riproduttivo», che invece era comune, ad esempio, nei manifesti del Ventennio²⁶.

La donna italiana doveva rispondere a determinati canoni di bellezza, corrispondenti alle ambizioni eugenetiche del regime²⁷, riadattati alle aspirazioni della politica pronatalista. Per anni le note di servizio del Minculpop, le veline, chiesero perentoriamente di non pubblicare foto e disegni di donne con la «vita di vespa»²⁸.

Le inserzioni pubblicitarie, come si è visto, sfruttarono, altri elementi: l’uso di rappresentazioni di donne ideali e accattivanti – la “bellezza italiana”, espressione di integrità e moralità – ma la cui avvenenza non arrivava mai a esprimere aggressività e spregiudicatezza; il potere della seduzione femminile che si associava al fascino e gusto estetico delle eleganti consolle dei «moderni salotti familiari» borghesi²⁹; e, ancora, in altre situazioni, la convenienza di scegliere un elettrodomestico utile e dilettevole per il salone di casa e l’unione familiare. Tali inserzioni cercarono di attrarre una parte di pubblico socialmente indefinita anche se, alla fine, gli alti costi dell’ascolto individuale definirono e delimitarono il pubblico reale degli acquirenti.

Nel materiale fotografico si riscontra, invece, come esposto in precedenza, la diversificazione della condizione d’ascolto, lontana dalle realtà idilliche della pubblicità: si osservano quadretti familiari in cui la madre e i bambini si trovano riuniti intorno alla radio in interni ben poco lussuosi, realtà di ascolti collettivi dove, comunque, la radio era divenuta un mezzo di compagnia indispensabile³⁰. Cambia la casa e cambia, chiaramente, l’abbigliamento delle ragazze, espressione vera di una ampia realtà sociale ed economica italiana dell’ascolto radiofonico³¹ ben differente da quella sponsorizzata nelle rappresentazioni femminili nelle illustrazioni del “Radiocorriere” e oggetto delle considerazioni di questo contributo.

²⁶ Elisabetta Mondello, *La nuova italiana, La donna nella stampa e nella cultura del ventennio*, Roma, Editori Riuniti, 1987.

²⁷ Claudia Mantovani, *Rigenerare la società. L’eugenetica in Italia dalle origini ottocentesche agli anni Trenta*, Soveria-Mannelli, Rubbettino, 2004.

²⁸ Gian Paolo Ceserani, *Storia della pubblicità in Italia*, Roma-Bari, Laterza, 1998, p. 59.

²⁹ Hausen, *Il soggiorno*, cit., p. 251.

³⁰ “Radiocorriere”, 21-28 ottobre 1928, n. 43, pp. 75 e 78.

³¹ “Radiocorriere”, 14-20 aprile 1940, n. 16, p. 5.

Female sexuality and media in the long Seventies in West Germany and in Italy*

Fiammetta Balestracci

This contribution will show how the ‘sexual revolution’ of women in the Seventies has been represented by media in the Federal Republic of Germany (FRG) and Italy, two European Western countries struggling with two different pasts in matter of sex. The focus will be on the role played by those national surveys that after WWII signaled the cultural change of the following decades and then by illustrated magazines addressing conservative audiences composed by middle class adult women and men of different ages.

The period was characterized by a growing medialization of sex and by a flood of images in visual media, which alluding to sex with pictures of aestheticized bodies and nudity conditioned deeply the representation of sexuality, determining not only a cultural pluralization but also new forms of standardization and commodification of sex. A comparison between the two media systems reveals some asymmetries. Generally, the German media had a larger circulation and more readers. The most popular weekly in the FRG was the conservative television listings magazine for families “Hör zu” with distribution reaching 4.3 million copies in 1969. In the same year the most popular Italian weekly, a catholic family magazine called “Famiglia Cristiana” sold 1.6 million copies¹.

* Ho approfondito i temi qui trattati nell’articolo *The Invention of Female Sexuality in West Germany and in Italy in the Long Seventies. An Essay on Media and Value Change in Europe*, in Themenportal “Europäische Geschichte”, 2022, <www.europa.clio-online.de/searching/id/fdae-29029>.

¹ On “Hörzu” see Lu Seegers, *Fernsehstars und „freie Liebe“: Zur Karriere der Programmzeitschrift „HÖR ZU“ (1965-1974)*, in “Zeithistorische Forschungen / Studies in Contemporary History”, 2004, n. 1-2 <https://zeithistorische-forschungen.de/2-2004/4703>. On “Famiglia Cristiana” and other Italian magazines see Ugo Volli, *I settimanali*, and Laura Lilli, *La stampa femminile*, in Valerio

I took in consideration the following conservative magazines: for the FRG “Hör zu”, “Quick” and “Wochenende”, comparable for Italy to “Tv, Sorrisi & Canzoni”, “Famiglia Cristiana” and “Oggi”; then “Jasmin. Zeitschrift für das Leben zu zweit”, published between 1968-1973 and the Italian monthly “Arianna-Cosmopolitan”, addressing professional women and focusing on sex education. Unfortunately, I couldn’t access to “Amica” or “Bella”, comparable to the German “Brigitte” targeting middle class adult women. But first I will examine the new national postwar surveys.

National investigations and global trends on women’s sexuality in postwar Europe

Until the end of the war the European states interpreted female sexuality through national official statistics on marriage and fertility rates regarding women in their 15-49 years, in other words just as a reproductive marital affair. But exactly from the decades in topic official statistics revealed the general disaffection of the society towards this model, as marriages and marital fertility dropped in many European countries.

The change registered in the Seventies in the FRG and in Italy came from far. A fertility’s drop had started in Germany from the late Nineteen century. After WWI Germany was the country with the lowest birth rate in Europe. During the Weimar republic sex counselling on marriage and contraception were quite accepted, what partially explained the growing national trend of small families from the 1920s onward. The Nazi politics on reproduction, instrumentalizing maternity for the racial integrity of the “Volksgemeinschaft”, don’t fully stigmatized birth control and body manipulation. In Italy as well the decline of births started in the late Nineteen century because of the urbanization and the transoceanic migrations, while contraception remained an elitist experience of the North and the Centre of the country. The fascist regime clearly tried to boost the patriarchal family with prizes on nuptiality and maternity and with a criminal code that in 1930, together with the catholic encyclical *Casti Connubi*, criminalized any form of contraception and

Castronovo, Nicola Tranfaglia (eds.), *La stampa italiana nell’età della TV. Dagli anni Settanta a oggi*, Roma-Bari, Laterza, 2002, pp. 251-311, pp. 345-386.

biological intervention on female body, including sterilization and abortion. The official alliance stabilized with the Church in 1929 with the Lateran Pact together with the distance kept by fascist Italy from the international birth control movement contributed to keep the Italian population in a state of low sex education. Despite all this, birth rates kept going up and down in fascist Italy. However, even more after WWII when the necessity of a stabilization in gender relations was generally felt, both countries insisted to assume maternity and marital reproduction in official representations as the only accepted form of female sexuality.

The uncertainty of the reality after the war was interpreted by a new kind of statistics – and discourses – promoted by independent agencies for social analysis which were grounded in many European states after the war and the period spent by several scientists between the two wars in Us for studying new polling and sampling methods. In FRG the Institut für Demoskopie Allensbach, established in 1947, and the Doxa in Italy, grounded in 1946, published respectively in 1949 in “Wochenende” and in 1951 in “Oggi” the results of two national surveys on sexual behaviors that testified a different idea of female sexuality. According to their results national cultural taboos, such as sex before marriage in West Germany, or birth control and divorce in Italy were practiced or wished.

These surveys followed the example of the *Kinsey Report*, the research of the American biologist published after the war that demonstrated the multiple and comparable functions of male and female sexuality, later on accompanied by the clinical experiment of William Masters & Virginia Johnson that in 1967 had publicly recognized female body capable of pleasure.

In the Sixties because of the alarm generated by the rise of new youth sociability the focus of these surveys shifted on the sex of young people. The first survey had been ordered in the United Kingdom by the British Central Council for Health Education, followed by the Italian in 1967 and by the German of 1968. At the same time these discourses crossed the international debates on birth regulation, included by the World Health Organization in its Health Care Program in 1965, and those on marital love and contraception discussed in the same period by the Vatican Council II. In Italy in December 1966, following the French example and the last directive of the World Health Organization, the socialist Minister of Health, Luigi Mariotti, had charged a group of experts with a national survey on the use of contraception. According to their

results only 25,000 Italian women used the pill². One year later according to a survey promoted by the Associazione Italiana per l'Educazione Demografica (Aied), Italian women using the pill were 150.000, still a very small sector of the fertile female population (1.5%)³. In 1977 the survey conducted by the Institute Claparede disclosed that 5% of the Italian female population took the pill (1 million), still a small result if compared with the 33% of the West German fertile women taking the pill in 1976 (4.2 million)⁴. In 1968 with the Encyclical *Humanae Vitae* the Church had confirmed the condemnation of contraception, legally banned in Italy by the fascist penal code until 1971. Already accepted by the British Church at the Lambeth conference in 1958 and by the largest part of the protestant world community, on the contrary the artificial contraception was generally allowed by the West German Evangelic Church and not by chance by several catholic German bishops. This could partially explain its larger use in FRG⁵.

The Seventies clearly drawn the attention on female sexuality. In the FRG the Getas-Institut für Motivforschung, Gesellschaft für angewandte Sozialpsychologie Bremen carried out a survey on the sexual behavior of West German women aged 18-60 years, published in "Jasmin" in 1971. The questions of the survey were quite advanced: how they got information about male and female sexual organs, sexual intercourse, birth, and ejaculation? Then it ascertained that most used contraception was the pill (22.93%) and only 9.07% used condom, 7.56% Ogino-Knaus and 7.51% *coitus interruptus*. The survey goes further with questions on the way sex was done, registering frequency of orgasm, masturbation, petting, even rare cases of same-sex experiences and 'Gruppensex'. Undoubtedly the survey reflected the national interest in this matter, the growing attitude

² See *Estratti dalla Documentazione del Ministero Italiano della Sanità sul problema degli anticoncezionali*, in Pino Donizetti, *La rivoluzione della pillola. L'ultimo reportage di un medico dagli USA al Messico sino ai Caraibi per impadronirsi di tutti i segreti della pillola*, Milano, Longanesi, 1967, pp. 205-238 and Nello Aiello, *La pillola di stato*, in "L'Espresso", 2 April 1967, p. 9.

³ *La Pillola fa bene o fa male? E quando si prende? Risponde De Marchi, il pioniere della riforma sessuale*, in "Tv, Sorrisi & Canzoni", 23 April 1972, pp. 28-31.

⁴ See Eva-Marie Silies, *Liebe, Lust and Last. Die Pille als weibliche Generationserfahrung in der Bundesrepublik 1960-1980*, Göttingen, Wallenstein, 2010, p. 416. On Italy see the reportage of Sandro Mayer, *Il primo dossier sugli anticoncezionali*, in "Oggi", 26 March 1977, pp. 39-40 and Id., *Le italiane dicono perché non prendono la pillola*, *ivi*, 2 April 1977, pp. 42-49. The Claparede Institute interviewed 886 men and 879 women aged between 17 and 50.

⁵ Simone Mantei, *Protestantismus und sexuelle Revolution in Westdeutschland. Ein Schlaglicht*, in Siegfried Hermle, Claudia Lepp, Harry Oelke (eds.), *Umbrüche. Der deutsche Protestantismus und die sozialen Bewegungen in den 1960er und 1970er Jahren*, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2007, pp. 163-175.

of middle-class women in accepting female sexuality as a no reproductive act, together with a permanent interest in motherhood. This kind of openness was unknown to the Italians. In 1973 the company Shell Italia commissioned to the Doxa a survey on the condition of women in Italy⁶. Many questions revealed the general interiorization of the double standard in the sexual sphere. First, family was still the most important goal of the life for 70% of the interviewed women. Then, house management, children education, and sexual fidelity were considered almost female skills. 60% believed that sexual life was important for men and 50% for women, 65% of women thought that infidelity was a serious problem but forgivable for men and 42% for women. 99% knew contraceptives, but only 66% used them: 53% coitus interruptus, 44% Ogino-Knaus, 27% condom and 22% the pill. The survey didn't really explore the field of sexuality, except with regard on the mentioned questions. It was clear that in questioning sex there were still concerns and taboos, and even the framework remained the marital – heteronormative – life.

Female sexuality between normalization and desexualization in West Germany

From the late Sixties female sexuality as a no reproductive act was the core of the debate in large part of West Germany's press, where Kinsey and Masters&-Johnson became popular subjects. Historically the topic of female pleasure was not new. It was new the popularization of the message and its association with the flood of images and its cultural dissemination. First, there was an attempt to rationalize this moment and the sexual liberation of women with an increasing interest in sex education that in West Germany found its roots in the Imperial era and in the Weimar period. Sex education "in pills" was disseminated for the whole decade through columns describing female and male bodies and illustrated genitals and female pleasure with anatomical pictures in the context of heterosexual relationships: in "Quick" 1967 the series "Aufklärung für alle" (sex education for everybody) and from 1969 the columns "Das Tagebuch des Frauenarztes" (*The Diary of the Gynecologist*) and "Ihr Problem – Unsere Antwort"

⁶ Shell, *La donna oggi in Italia. Inchiesta nazionale sui problemi della condizione femminile e sul ruolo della donna nella nostra società*, Genova, Shell Italia, 1973.

(*Your Problem – Our Answer*) discussed intimate problems of women from medical and psychological points of view. Advertisements of tampons and contraceptives (Ob, Mimosept, Tasmin, Patentex) gave information on female intimate hygiene in connection with social and generational issues. Starting in 1968 with the “Lexikon of Erotic”, a scientific encyclopedia in series, and with the “Lexikon der Pille” in 1970, “Jasmin” made sex education as one of its main goals, where American sexology was clearly the main reference point of the journal. Paying attention to married, divorced, singles, lesbians, and widows, “Jasmin” tried to pluralize the public representation of female sex and women’s identities abandoning marriage as the only possible horizon. With an erotization of women’s exotic body frequently associated in pictures to a pornographic and colonial gaze “Quick” and “Wochenende” during the decade remarked the sexual availability of female body with the aim to restabilize traditional gender relationships. A third approach was characterized by a search of normalization with the try to link female sexual pleasure to love and tenderness in heterosexual relationships, e.g. “Wochenende”, where the counselor Barbara Törwang recommended that love and sexual passion should go together. “Hör zu” discussed the crisis of marriage, the use of the pill and the changing female identity without exposing women’s bodies.

“Brigitte” suggested a new imaginary. Through pictures of young and thin women in dynamic and geometrical gestures, with New York in the background, it offered to women a new metaphor of sex which brought to the desexualization of female sexuality. There was neither reproduction and maternity nor sexual pleasure in this representation, but the idea of an active individual ready to go in the capital of western capitalism.

Italian women and the domestication of sexual pleasure

Also in Italy the late Sixties signed a turning point in the relation between media and representation of female sexuality, characterized by a popularization of sex and nudity. Sex education acquired more relevance, and this represented certainly a big news for the country. In “Oggi” and “Tv, Sorrisi & Canzoni” were published columns that gave space to gynecological confrontation between the readers and the doctor. “Famiglia Cristiana”, the most sold Italian weekly, never used this possibility. But during the decade the catholic magazine opened a

debate in favor of marriage without children and based on marital love, as suggested by the pastoral *Gaudium et Spes*. It still refused divorce, abortion, and premarital sex and criticized the sexual liberation of young people. Apparently, the word 'orgasm' was never mentioned during the decade. It was clear that the Catholic church was still in the front row in this matter, but with strong limitations. Moreover, in the magazine nude body were fully censored. Generally, the attempt of rationalizing sex in Italy in this kind of press was frequently domesticated by traditional cultural discourses provided by the catholic code.

This national trend would also explain the quite late transformation of "Arianna" in "Cosmopolitan" in 1976, the Italian edition of the American magazine, where orgasm was mentioned from the opening editorial and female sexuality of single women in career indicated as the core topic of the magazine. Numerous American articles pleasing female sexual satisfaction were translated and published during the decade. In 1977 the Italian "Cosmopolitan", following the example of the famous *Hite Report*, an investigation on sex lives of American women⁷, promoted a survey through 5,960 questionnaires between women aged 17-34, most of them single. The results confirmed the most important Hite's discovery, i.e. that many Italian women didn't have an orgasm and nevertheless used to like penetration. After many years of media propaganda on the 'duty' of female orgasm, in Italy as in US and in West Germany as well, this had started to be questioned first by women then by the media.

"Cosmopolitan" aside, if sex education regarding female sexuality increased in number of articles in the selected press, it still occupied a limited space and was mostly placed within heterosexual and marital boundaries. During the 1960s women were abundantly pictured as wives and mothers with cover's stories. Only during the Seventies messages and pictures of young, slender, and dynamic girls, alone, in couple without children and in group, multiplied the national representation of women and indirectly the idea of their sexuality, especially with messages on women's freedom addressing the last generations. Standardization of young female body and normalization with a valorization of the nuclear family or alternatively of the new upstart, the *couple*, appeared evidently prominent aspects of the national media campaign of the decade. On the other hand, the erotization and the commodification of female body through images,

⁷ See Shere Hite, *The Hite Report. A Nationwide Study of Female Sexuality*, New York, Mac Millan, 1976 (translated in Italy and West Germany in 1977). Gina Angress, *Brief aus New York*, in "Brigitte", 12 March 1968, pp. 75-80.

very much present in other press, was not the feature of this visual media that limited themselves to some advertisements comparing female body and goods and alluding to the sexual act.

At the end of the Seventies women sexuality, criticized or not, was clearly not anymore only represented as a reproductive marital condition. Marriage and maternity were still central public topic in the European culture, but women's sexual freedom and different women's conditions were not a taboo anymore. The 'long Seventies', a period of change which in most countries began in the last third of the Sixties and lasted until the late 1970s or early 1980s⁸, clearly represented a turning point. This phenomenon doesn't mark in a special way the relationship between Italy and Germany. On the contrary, the differences between the two countries are more relevant than the similarities and they probably should be compared with what happened in other European countries.

⁸ More on this subject in Fiammetta Balestracci, Christina von Hodenberg, Isabel Richter (eds.), *The Seventies in Europe. An Era of Value Change*, London, Oxford University Press, 2023 (upcoming).

Invisibili. Donne straniere residenti in Italia e media. Risultati di una ricerca

Patrizia Di Luca

Le migrazioni sono spesso percepite come processi di spostamento che coinvolgono prevalentemente gli uomini, ma nell'epoca contemporanea la componente maschile e quella femminile tendono ad equipararsi. Mentre nelle emigrazioni europee, Italia compresa, del secolo XIX e della prima metà del secolo XX, le partenze delle donne – mogli, figlie e altre figure parental come sorelle, madri ecc. – erano accompagnate da una figura maschile di riferimento, a partire dagli anni Ottanta le migrazioni femminili avvengono anche attraverso un percorso autonomo, pur rispondendo ad una esigenza economica della propria famiglia che continua a vivere nel paese d'origine. Il flusso migratorio femminile si è inoltre progressivamente intensificato, fino ad arrivare in alcuni paesi a superare quello maschile¹.

La situazione in Italia conferma questa tendenza, infatti risultano regolarmente residenti 5.171.894 stranieri², 2.524.644 uomini e 2.647.250 donne; la componente femminile è dunque maggioritaria e corrisponde al 4,5% dell'intera popolazione residente e all'8,7% della popolazione femminile totale.

¹ Rapporto United Nations Population Fund (Unfpa), 2006, p. 23: «Negli ultimi 40 anni sono emigrate quasi altrettante donne che uomini. [...]. Nel 2005 le donne superavano di poco gli immigrati uomini in tutte le regioni del mondo ad eccezione di Africa e Asia.»

² Rapporto Istituto nazionale di statistica (Istat), 1° gennaio 2021, <https://www.istat.it> (data consultazione: 20 settembre 2022).

TAB. 1. Provenienza percentuale donne straniere residenti in Italia.

<i>Area geografica di provenienza</i>	<i>Percentuale donne straniere residenti in Italia</i>
Est Europa e penisola balcanica	54%
Asia	18%
Africa	16%
America centrale e meridionale	9%
Europa occidentale e Usa	3%

Fonte: Rapporto Istat 1° gennaio 2021, dati elaborati dall'autrice

Le donne straniere risiedono per il 34% nel nord ovest dell'Italia, per il 25% nelle regioni di nord est, per il 25% nel centro, infine per l'11% al sud e per il 5% nelle isole³. La maggioranza proviene da paesi dell'Europa orientale e della penisola balcanica e le comunità più ampie sono quella rumena e quella albanese, seguite dalle comunità marocchina e da quella ucraina⁴. I principali gruppi nazionali residenti in Italia provengono da Romania (620.190), Albania (211.201), Marocco (198.182), Ucraina (183.053), Cina (163.921), Filippine (93.948), Moldavia (80.575), India (68.236), Polonia (58.142), Perù (55.386), Sri Lanka (52.968), Nigeria (49.561), Egitto (46.689), Ecuador (40.603), Tunisia (37.291). Le donne straniere svolgono prevalentemente professioni nell'ambito dei servizi alle famiglie (colf e babysitter), nell'assistenza e cura delle persone anziane e disabili⁵ e nei settori del commercio (commesse) e della ristorazione (cameriere, bariste ecc.).

Pur abitando uno spazio fisico, le donne straniere presenti⁶ sono tuttavia quasi completamente assenti dalla comunicazione pubblica e viene negato loro un adeguato riconoscimento nello spazio sociale.

Per verificare l'attenzione dedicata dai media alla componente femminile di origine straniera residente in Italia⁷, nel periodo 16 marzo-16 aprile 2022 è stata

³ Ivi.

⁴ L'emigrazione delle donne ucraine verso l'Italia è iniziata negli anni Novanta del Novecento, con i cambiamenti politici avvenuti nell'area sovietica e con l'aumento della richiesta nel mondo del lavoro di collaboratrici per i servizi alla persona; nei decenni precedenti, tali ruoli erano svolti prevalentemente da migranti provenienti da paesi asiatici e sudamericani. V. Martina Cvajner, *Sociologia delle migrazioni femminili. L'esperienza delle donne post-sovietiche*, Bologna, Il Mulino, 2018, pp. 61-90.

⁵ Istituto nazionale previdenza sociale (Inps), Osservatorio sui lavoratori domestici, dati 2021, www.inps.it (data consultazione: 5 settembre 2022).

⁶ Alle 2.647.250 donne straniere residenti in Italia si aggiungono 1.671.618 donne con permesso di soggiorno, per arrivare a una complessiva presenza di 4.318.868 donne straniere. Rapporto Istat, cit.

⁷ Nella ricerca le donne con doppia cittadinanza italiana-altro paese sono state considerate italiane.

svolta una ricerca su 32 numeri dell'edizione nazionale e dell'edizione Milano del "Corriere della Sera", quotidiano nazionale con maggior numero di copie vendute⁸, su 5 numeri del supplemento settimanale femminile del "Corriere della Sera" "IoDonna" e su 5 numeri del supplemento settimanale femminile "d" di "Repubblica"⁹.

I risultati della ricerca si inseriscono nella riflessione attuale «sull'importanza delle donne, e su come, nel corso della storia, il loro lavoro materiale, culturale, creativo sia stato oscurato, silenziato, internato»¹⁰.

L'analisi degli articoli "Corriere della Sera" evidenzia una marcata assenza di attenzione verso le donne straniere (Tab. 2)¹¹.

TAB. 2. Risultati dell'analisi degli articoli riguardanti donne straniere presenti in Italia pubblicate in 32 numeri del "Corriere della Sera" (ed. nazionale e ed. Milano).

	<i>Numero degli articoli</i>	<i>Numero delle donne nominate negli articoli</i>	<i>Donne che subiscono</i>	<i>Donne che agiscono</i>	<i>Donne nominate solo per il ruolo familiare-relazionale</i>
"Corriere della Sera" ed. nazionale	21	24	10	13 (2 in ambito criminale)	1
"Corriere della Sera" ed. locale Milano	15	17	8	8 (1 in ambito criminale)	1
Totale	36	41	18	21	2

Fonte: "Il Corriere della Sera" ed. nazionale e ed. Milano, dati elaborati dall'autrice.

La situazione di marginalizzazione evidenziata dai dati quantitativi è confermata dalla posizione degli articoli, pubblicati nella maggioranza dei casi

⁸ Dati Associazione accertamenti diffusione stampa (Adn) 2021, www.adsnotizie.it (data di consultazione: 3 gennaio 2022).

⁹ "IoDonna" ("Corriere della Sera") e "d" ("Repubblica") escono ogni sabato come allegati del quotidiano e sono venduti poi singolarmente durante la settimana seguente.

¹⁰ Daniela Brogi, *Lo spazio delle donne*, Torino, Einaudi, 2022, p. 4.

¹¹ In due articoli si fa genericamente riferimento a donne rumene (tratta) e donne ucraine (accoglienza profughi connazionali).

a partire da pagina 25 e per oltre il 50% nella parte bassa della pagina, spesso a destra¹². Gli articoli sono stati analizzati suddividendoli in tre macroaree: donne che subiscono, donne che agiscono, donne nominate solo per il ruolo familiare-relazionale.

Le informazioni (Tab. 3) riguardano soprattutto episodi di violenza in cui le donne straniere sono coinvolte, caratterizzandole così come *vittime* e dunque persone da tutelare piuttosto che persone portatrici di diritti. Le donne migranti vengono spesso presentate in modo stereotipato, negando la soggettività individuale e schiacciandole in una immagine collettiva che non le rappresenta adeguatamente. Descrivere la realtà attraverso stereotipi è funzionale al mantenimento di forme strutturali di discriminazione e nasconde le dinamiche sociali e di potere che producono disuguaglianza¹³.

Il riconoscimento di alcuni elementi di vulnerabilità che influenzano la vita delle donne straniere dovrebbe avere come esito una modifica del contesto economico-sociale e legislativo che contribuisce a produrre e mantenere tali aspetti esistenziali, mentre identificarle con la propria vulnerabilità consolida lo stereotipo di vittima da salvare che legittima atteggiamenti paternalistici e segue una logica di disempowerment, indebolendo – se non impedendo – una agency individuale e collettiva.

Un caso eclatante è quello delle donne romene – arrivate in Italia negli anni Novanta, divenute cittadine europee nel 2007¹⁴, ormai inserite nel contesto italiano e appartenenti alla comunità straniera più numerosa (620.190 donne residenti) – che sono citate solo come vittime di violenza (femminicidio e tratta) e riconosciute unicamente come soggetti vulnerabili, oscurando così il loro contributo alla vita economica, culturale e sociale italiana. Significativa è anche la mancanza di notizie riguardanti le donne albanesi, secondo gruppo nazionale presente in Italia.

¹² Nei quotidiani le notizie più importanti vengono pubblicate nella parte alta della pagina e, se si tratta di trafiletti o colonne, nella parte sinistra.

¹³ La Convenzione sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione nei confronti delle donne (Cedaw) invita gli Stati, in particolare con l'art. 5, ad attivarsi per un'eliminazione dei pregiudizi «al fine di modificare gli schemi ed i modelli di comportamento socioculturale».

¹⁴ Anno di ingresso della Romania nell'Unione Europea.

TAB. 3. Risultati dell'analisi di articoli riguardanti donne straniere presenti in Italia pubblicati in 32 numeri del "Corriere della Sera" (ed. nazionale e ed. Milano), per continente di origine, motivazione della notizia e nazionalità.

	<i>"Corriere della Sera"</i> <i>ed. nazionale</i>	<i>"Corriere della Sera"</i> <i>ed. locale Milano</i>
Donne che subiscono 18 (10 ed. nazionale + 8 ed. locale Milano)	Donne europee: 5 5 tentato femminicidio/ violenza/tratta (naz. romena) Donne africane: 2 1 tentato femminicidio (etiope) 1 femminicidio (marocchina) Donne sudamericane: 2 1 femminicidio (venezuelana) 1 razzismo (argentina, minorenne) Donne asiatiche: 1 1 femminicidio (pachistana)	Donne europee: 3 1 molestie sessuali (romena) 1 omicidio (spagnola) 1 razzismo (ucraina, minorenne) Donne africane: 2 1 morte per infortunio civile (marocchina); 1 furto (nigeriana) Donne sudamericane: 2 1 tentata violenza (peruviana) 1 molestie sessuali e furto (peruviana) 1 violenza /dati generali
Donne che agiscono 21 (13 ed. nazionale + 8 ed. locale Milano)	Donne europee: 10 5 solidarietà (3 naz. ucraina + 2 naz. russa) 1 sport/allenatrice (bulgara) 1 lavoro (ucraina) 2 criminalità (1 droga/ ucraina + 1 omicidi/russa) 1 creatività/stilista (serba) Donne sudamericane: 3 1 creatività/designer (venezuelana) 1 testimone processo (brasiliana); 1 pari opportunità (argentina);	Donne europee: 5 2 accoglienza/solidarietà (1 naz. ucraina + 1 naz. russa) 1 lavoro/imprenditrice (ucraina) 1 lavoro e competenze linguistiche (ucraina) 1 creatività/street art (francese) Donne africane: 2 1 lavoro/imprenditrice (etiope); 1 competenze in gastronomia (marocchina) Donne mediorientali: 1 1 criminalità/droga (libanese)
Donne nominate ruolo affettivo/ familiare (1 ed. nazionale + 1 ed. locale Milano)	Donne sudamericane: 1 compagna noto sportivo (ecuadoriana)	Donne africane :1 ricongiungimento familiare (egiziana)

Fonte: "Il Corriere della Sera" ed. nazionale e ed. Milano, periodo 16 marzo-16 aprile 2022, dati elaborati dall'autrice.

I titoli degli articoli spesso non ricostruiscono il corretto ruolo della donna straniera e sono fuorvianti rispetto alla comprensione degli avvenimenti accaduti.

Esemplificativo è il caso di un tentativo di femminicidio accaduto in Friuli Venezia Giulia. La notizia viene pubblicata a pagina 28 dell'edizione nazionale del "Corriere della Sera" del 17 marzo 2022, sezione Cronache, trafiletto in basso a sinistra: «Giallo a Udine. Colpi di pistola. Anziano ucciso, ferita una donna». Il contenuto dell'articolo riguarda il tentato femminicidio di una donna straniera di origine etiope di 43 anni messo in atto da un uomo italiano di 75 anni, che si è poi suicidato. L'articolo termina formulando un'ipotesi di tentato femminicidio e suicidio, non coerente con la titolazione in cui si parla di anziano ucciso. Nel testo inoltre è l'uomo ad essere indicato con il termine di vittima, mentre le inferenze interne¹⁵ invitano a supporre che la donna fosse una prostituta.

Un uomo è morto mentre una donna è rimasta gravemente ferita, ieri mattina a Caporiacco di Colloredo (Udine) in circostanze ancora da chiarire. La vittima di chiama Enzo Minisimi, 75 anni, ucciso da un colpo di pistola. Si era appartato con una donna di origine etiope di 43 anni, rimasta ferita. Non si sa ancora di chi fosse l'arma né chi abbia sparato per primo. La prima ipotesi: un tentato femminicidio seguito da un suicidio.

Le indagini hanno infine confermato che si è trattato di tentato femminicidio e suicidio¹⁶.

I dati riguardanti le donne che agiscono evidenziano soprattutto azioni di accoglienza da parte di donne ucraine e di donne russe. In seguito all'invasione dell'Ucraina da parte della Russia¹⁷, numerosi profughi hanno cercato ospitalità in vari paesi europei, tra i quali l'Italia dove, in una prima fase, sono state in particolare le donne ucraine ad accogliere i profughi e a farsi carico dell'assistenza dei propri connazionali.

I dati dell'analisi dei supplementi settimanali femminili (Tab. 4 e Tab. 5) confermano sostanzialmente i risultati della ricerca condotta sul "Corrie-

¹⁵ «[...]si era appartato [...]» Le indagini svolte parlano invece di sequestro di persona.

¹⁶ Nota ufficiale del Procuratore di Udine 18 marzo 2022: «La Procura della Repubblica ha configurato nei confronti di Enzo Minisini, pensionato di 75 anni, le ipotesi di reato di sequestro di persona e tentato omicidio in danno della cittadina etiope rimasta ferita. Allo stato delle investigazioni non emergono elementi che facciano ipotizzare responsabilità di terzi nel decesso dell'uomo».

¹⁷ L'invasione dell'Ucraina è iniziata il 24 febbraio 2022.

re della Sera”; non è tuttavia possibile indicare il numero delle donne citate perché nella maggioranza dei casi si tratta di informazioni collettive rivolte genericamente a donne straniere. L’esempio principale è la comunicazione con format pubblicitario (immagine grafica¹⁸ a pagina intera con testo) di una campagna di aiuto per le vittime di violenza, sostenuta da una nota marca di acqua minerale che finanzia il progetto Autonomia dell’Ass. Differenza Donna¹⁹. La comunicazione viene pubblicata su tre numeri di “IoDonna” e su tre numeri di “d” (Tab. 4 e Tab. 5).

Nei settimanali viene individuata una interessante nuova macroarea, quelle delle donne acquirenti. Alcuni articoli redazionali pubblicati nelle sezioni di moda e cosmesi promuovono infatti prodotti rivolti specificatamente anche alle donne straniere, che vengono considerate potenziali consumatrici e alle quali viene riconosciuto quella particolare forma di potere definita potere d’acquisto. In questa tipologia di articoli compare più volte la parola *inclusività*: «Inclusività. È stata la parola d’ordine delle sfilate di Milano e Parigi [...] Protagoniste modelle di ogni taglia, età ed etnia».²⁰; «Inclusività è rendersi conto che tutti abbiamo forme, età, colori e dimensioni diverse. [...] Una capsule che unisce anche culturalmente e che fa della mescolanza e della globalità il valore aggiunto»²¹.

Le imprese del settore della moda²² evidenziano un’attenzione anche verso le donne straniere, riconosciute come lavoratrici, produttrici di reddito e dunque potenziali consumatrici.

¹⁸ Il disegno rappresenta tre donne abbracciate, viste di spalle, con tre tipi di capelli di colore scuro: ricci, ondulati e lisci. Attraverso la simbologia dei capelli, l’immagine evoca donne sudamericane, donne dell’area mediterranea, donne europee con i capelli scuri (romene), donne asiatiche e donne africane. La comunicazione non sembra rivolgersi a donne straniere provenienti dalla maggioranza dei paesi dell’est Europa, che generalmente hanno i capelli chiari.

¹⁹ Il progetto Autonomia offre «un alloggio sicuro alle donne vittime di violenza ai loro figli, sostenendoli verso un nuovo percorso di vita». La campagna promuove anche la conoscenza del numero nazionale antiviolenza, riportato nella pagina pubblicata.

²⁰ “IoDonna”, 19 marzo 2022, Rubrica Bazar di moda, p. 99.

²¹ “IoDonna”, 26 marzo 2022, Rubrica Bazar di moda, p. 89.

²² È oramai consapevolezza consolidata che la moda non sia solo mercato e oggetti (abbigliamento, prodotti di bellezza ecc.). «La moda è come un sismografo in grado di captare le vibrazioni del proprio tempo e di trasformarle». M. Luisa Frisa, *Le forme della moda*, Bologna, Il Mulino, 2022, p. 13.

TAB. 4. “IoDonna”, settimanale femminile del “Corriere della Sera”: 19/03, 26/03, 2/04, 9/04, 16/04, per continente di origine, motivazione della notizia e nazionalità.

<i>Donne che subiscono</i>	<i>Donne che agiscono</i>	<i>Donne acquirenti/consumatrici</i>	<i>Totale</i>
Comunicazione rivolta a donne vittime di violenza (pubblicata in tre numeri)	Donne europee: 1 accoglienza/ solidarietà (ucraina)	Biancheria intima	
	Donne nordamericane: 1 designer/ imprenditrice	Abbigliamento	
3	2	2	7

Fonte: “IoDonna”, 19/03, 26/03, 2/04, 9/04, 16/04, dati elaborati dall’autrice.

TAB. 5. “d”, settimanale femminile di “Repubblica” 19/03, 26/03, 2/04, 9/04, 16/04, per continente di origine, motivazione della notizia e nazionalità.

<i>Donne che subiscono</i>	<i>Donne che agiscono</i>	<i>Donne acquirenti/consumatrici</i> <i>Potere di acquisto</i>	<i>Totale</i>
Diritti/cittadinanza	Donne europee: 1 creatività/cinema (turca)	Beauty	
Donne africane: 1 Diritti/povertà	Donne est Europa: Cultura (donne russofone)		
Comunicazione rivolta a donne vittime di violenza (pubblicata in tre numeri)			
5	2	1	8

Fonte: “d”, 19/03, 26/03, 2/04, 9/04, 16/04, dati elaborati dall’autrice.

I risultati della ricerca evidenziano una sostanziale invisibilità delle donne straniere nello spazio sociale.

L'invisibilità è connessa ad una specifica situazione, caratterizzata dalla disuguaglianza e dall'esclusione, tanto che può essere considerata una vera e propria forma di discriminazione che riguarda gli appartenenti ai gruppi che, all'interno di un dato orizzonte storico e geografico, sono relegati alla non esistenza sociale²³.

²³ Maria Giulia Bernardini et al., *(Un)doing gender and migration stereotypes*, in *(Un)doing gender and migration stereotypes. Per un'analisi critica degli stereotipi nel rapporto tra genere e migrazioni*, in "AG AboutGender. International Journal of Gender Studies", 2021, n. 20, p. XXVII.

It is (not) just *canzonette*: Symbolisms, representations and imaginaries in the lyrics of Italian singers in the 1980s

Gaspare Trapani

Without deviation from the norm, progress is not possible
(Frank Zappa)

The perspective that song lyrics may be considered and analysed as literary texts, and of a specifically poetic type, and therefore open to interpretation, is shared by many academics. One advocate is the writer, Pier Vittorio Tondelli, who recognises such legitimacy in stating:

The need for poetry, an absolute and poignant need in the years of early youth, was satisfied for entire generations by memorising words and stanzas of songs: pop ballads, psychedelic, neo-futurist, intimate, sentimental, dreamy, political, ironic, demented lyrics, while erudite poetry remained in the territory of interpretations, exegesis, and tedious schoolroom elaborations¹.

Within this context, despite all too commonly being referred to snobbishly as ‘canzonetta’, pop music attains a very important role in keeping with the genre’s enormous impact and potential in everyday life. Indeed, Gino Castaldo, music critic for “la Repubblica”, emphasises this fact: “By whoever it is imagined, a song only comes to life when it descends from the mouth of the singer into the midst of the people, when it is loved, used, crumpled, smeared

¹ Pier Vittorio Tondelli, *Quel bisogno di poesia*, in “L’Espresso”, 30 June 1985.

with reality, reinvented in the streams of a thousand daily occasions and by the power of collective feeling”².

Therefore, songs, as Lorenzo Coveri proposes, serve “as ‘cultural translators,’ capable of filtering literary experiences and linguistic interpretations and transmitting them to a mass audience, [... and are] increasingly a mirror, and ever less a model, of the complex linguistic and cultural reality of today’s Italy”³.

Following this brief introduction, I would like to provide a few words about the corpus – for reasons of admittedly limited space – of the songs chosen: they are mostly successful, hit records, with the common denominator of having been performed, and sometimes written, by female artists. And this latter option is not only because Italian female singers, similar to practices in other artistic spheres, are less studied and less present in the volumes on the history of Italian songs, for example, but also because of the particular insights they return to the analysis in question. As lyricist Gianfranco Baldazzi states: “the female singer is delegated the role of litmus test for changes in customs. More often than the male performers, female performers add an image to the songs they sing that tends to stand out as unique: she is the bearer, even at a gestural level, of novelty”⁴. He is also echoed by Coveri who asserts: “the song has to do with more than an act of oral communication and rather with an act of theatrical communication”⁵. The song, therefore, is not only a linguistic, musical or vocal act, but also a gestural performance.

Once again within the objective of narrowing the field down, I refer essentially to the musical period in the 1970s and 1980s, a period when Italy lacked any stable governments and, in the midst of an intense economic crisis, one is confronted with the Years of Lead, the assassination of Aldo Moro, the Ustica tragedy, the P2 scandal and numerous Mafia murders. There is certainly a need for entertainment, and this is reflected in the new private television and radio stations, initially regional then also national, the first colour televisions and the multiplication of nightclubs.

Furthermore, music gained colour and took its own path. In fact, a musical renewal began that accompanied the customs, consumption and habits of a

² Gino Castaldo, in Felice Liperi, *Storia della Canzone Italiana*, Roma, Rai Eri, 2016, pp. 8-9.

³ Lorenzo Coveri, *Parole in musica. Lingua e poesia nella canzone d'autore italiana*, Novara, Interlinea, 1996, p. 8.

⁴ Gianfranco Baldazzi, *La canzone italiana del Novecento*, Roma, Newton Compton, 1989, p. 113.

⁵ Coveri, *Parole in musica*, p. 15.

large slice of Italy, specifically of women, who tired of being mothers, wives or lovers eternally waiting for bouquets of roses. In particular, from 1977, in the wake of the Anglo-American influence and breaking with the Italian melodic tradition, punk-rock and metal rock developed in which, between provocation and irony, musical forms took shape, opposing the verbosity of song writing and diffused sentimentalism, with pressing rhythms and provocative performances, and not without erotic and sensual winks.

Female singers were particularly involved in this process: after all, should women have appeared to be among those most directly affected by the liberation of sexual customs that stemmed precisely from how the old morality had always denied them serene relationships with their bodies. Emiliano Longo, author of an illuminating essay on the poetics of Donatella Rettore, observed:

In particular, women, who immediately after the war had been relegated back into the domestic environment, confined to traditional roles within the family and substantially excluded from professional activities, abruptly accelerated a process already ongoing for at least two centuries through “dramatically” changing their ways of thinking and their attitudes, engaging in challenges to the “dominant male” in order to obtain a balanced repositioning of their roles⁶.

Once the dam had burst that which had hitherto been held back became a swarm of musical performances, truly worthy of theatrical shows incorporating: physical attractiveness, scenic presence, extravagant attire, uninhibited style, non-conformist manners, erotic charge, combined with an unprecedented ability to play irreverently with words and the singer’s own body.

Hence the numerous disguises, not only as a fashion of the time but as an inner, personal need not to fix oneself, as Pirandello would say, in stable forms while constantly questioning oneself through fantasy and creative imagination and countering the dullness or difficulties of everyday life. In a famous radio-lecture in 1966, Michel Foucault, questioning the relationship between body and space in various domains, perceives disguise as a way of entering into communication, through the “other”, with the supernatural:

⁶ Emiliano Longo, *Rettore specialmente. I testi e le canzoni dell’ultima strega della musica italiana*, Roma, Arcana, 2018, p. 11.

To mask oneself, to make oneself up, to tattoo oneself does not mean, as one might imagine, to acquire another body, one that is more beautiful, more decorated, more easily recognisable; to tattoo oneself, to make oneself up, to mask oneself is certainly something else, it is to make the body enter into communication with secret powers and invisible forces. The mask, the tattooed sign, the make-up, they deposit a whole language on the body: all an enigmatic language, all a ciphered, secret, sacred language, which recalls on that body the same violence of God, the deaf power of the sacred or the vividness of desire. The mask, the tattoo, the make-up place the body in another space, make it enter a place that does not immediately have a place in the world and make that body the fragment of an imaginary space that will communicate with the universe of the divinities or with the universe of others. We will be grasped by the gods or by the person we have just seduced. However, the mask, the tattoo, the make-up are operations by which the body is torn from its own space and projected into another.⁷

While true that, in *Nessuno mi può giudicare* (No one can judge me), Caterina Caselli was already showing no hesitation in choosing between two men to “embrace” already by the mid-1960s; ten years later, Loredana Bertè was launching *Streaking*, a concept album with a censored cover on sexuality lived in a free and provocative manner and, as the title indicates, including the exhibitionist practice of bursting out completely naked at public events; and, naturally, Mina who, in *L'importante è finire* (What is important is ending, 1975) and *Ancora Ancora Ancora* (More More More, 1978), songs by Cristiano Malgioglio and both censored, makes explicit reference to amorous embraces. The role of the female is, however, that traditional position of the passionate and tempted lover who yields before a domineering man, and certainly a very different bond from what Patty Pravo sang about in 1973's *Pazza idea* (Crazy idea), or the perverse situation of making love to one man while thinking of another:

Foolish idea of making love to him / thinking of being with you again / Foolish, foolish, foolish idea of having you here / while I close my eyes and I'm yours / Foolish idea, me smiling at him / dreaming of being with you Foolish, foolish idea of feeling you mine / if I close my eyes I see you.

⁷ Michel Foucault, *Il corpo, luogo di utopia*, radio speech, 1966.

However, it was in 1978, with *Pensiero stupendo* (Amazing thinking), written by Ivano Fossati, a song about a love triangle, lovers' exchanges, intoxication and 'unusual' embraces, that the Venetian singer left her indelible mark:

And you, and us, and her between us; hands, her hands, and then us again...

The artist, in fact, interprets it with sublime perversion, even bestowing herself with a new futuristic and fetishist image: crested head, heavily made-up eyes, wide-eyed stare, plunging necklines, and a look with which she would scandalise the first Italian television evening shows. From the same album, one can also appreciate *Johnny's* lascivious delirium, in which she sings about a woman who decides to use the "services" of a gigolo:

Johnny, finish me off / go, my handsome gigolo / and in spite of me, you're
begging / and in hindsight you're desiring.

One year later, in 1979, Gianna Nannini, from Siena, achieved success with her self-written *America*:

for today I'm with myself, I'm enough and nobody sees me / and then I caress my
loneliness / and everyone has their own body which they can / ask, ask, ask, ask.
She makes me dream with her hands on her hips as if she was America / He
makes me fly going down and up and feeling he is America / She makes love
to me thinking of someone else and makes up America / Makes love to me
deeper and deeper and I am America.

The song clearly had nothing to do with America and, over a very solid rock beat, underlined by vaguely distorted rock guitars, was a clear hymn to masturbation. The album cover showed the Statue of Liberty holding a vibrator instead of the torch in a clear attack on respectability and Americans.

She was echoed on the same theme by Fiorella Mannoia who, in 1981, on the austere and traditional Sanremo stage, performed the song *Caffè nero bollente* (Boiling black coffee), with lyrics by Mimmo Cavallo:

But I like Judas / I can sell myself naked / alone on the bed / I embrace my-
self, I fool myself / melancholic fasting / without anyone
I don't need you / because I don't need you / I don't need you / because I
don't need your hands / I'm enough

Four years later, in *L'aiuola* (The flowerbed), Mannoia turned to her beloved and asked him why “do you make the flowerbed dry up?” The sexual allusion seems legitimate as, years later, with the same title, the flowerbed emerges in a song by Gianluca Grignani as a clear sexual symbol.

Continuing with our female repertoire, Fossati wrote *Fatelo con me* (Do it with me) in 1978 for Anna Oxa, with lyrics conveying sadomasochistic submission that was first whispered and then increasingly aggressive.

It's usually easy because I don't shout / That it lasts is guaranteed because I
don't move
Try doing with me whatever you want / Try with me to stop dreaming / Do
it with me... to me!

However, the list of songs and singers does not end here: from Viola Valentino, who in *Comprami* (Buy me, 1979) proposes to a man particularly unlucky in love, to Raffaella Carrà who, in *Tanti auguri* (Many congratulations, 1978), extols sex in all its forms, “in the country and in the city”, as a solution to hatred and war. There is also: *Ti sento* (I feel you) by Matia Bazar (1985); *Violentami sul metrò* (Rape me on the metro) by Jo Squillo (1981); *Cocktail d'amore* (Love cocktail) by Stefania Rotolo (1979), *Ho fatto l'amore con me* (I made love to myself, 1980) by Amanda Lear, with the last two written by Cristiano Malgioglio.

Nevertheless, it is probably in *Kobra*, a song written and performed by Rettore, that the irony and ostentation of the sexual theme achieves its most complete and audacious expression as this song, more than the others, contains more than just allusion.

Here, in fact, there is reference to the male sex organ identified with a cobra and defined as “a frequent thought that becomes indecent” and “a noble servant who lives in prison”. “Servant” and “frequent thought” of whom? Of the narrating ego, or rather, of the singing ego and, more generally, of the woman who in this way openly claims her active role in sexuality. Moreover, the song, a hit in 1980, goes further to describe the dynamics of a sexual relationship in its refrain:

The kobra unwinds / Turns around, nails me / Closes my mouth / Holds and
touches me...

It is no coincidence that the music critic Gianni Borgna observed how the Venetian singer-songwriter: “Rettore knows how to exhibit obscenity with such wit that she appears almost innocent”⁸.

Echoing the words of Paola Tirone and Paolo Giovannetti, we may identify in the songs of these artists a certain “consumerist heterodoxy”⁹ within which, thus, behind the abstractly standardised façade pop songs inevitably adopt, we may perceive an undeniably subversive potential. Therefore, normality and protest, conformism and antagonism seem to alternate, and every conformist and validating instance is always accompanied by an impulse towards the disorderly transgression of the balances prevailing in the collective imagination.

In addition, this holds true not only for the lyrics: we must state that for almost all of the performers listed above, the public was attracted not only by the words and catchiness of the songs but also by the personalities, costumes, extravagant hairstyles, disguises and stage gimmicks of their singers, and coupled with the always imaginative and innovative record covers that turned these artists into true icons.

In practice, their multifaceted and multiform performances were not mere vocal performances of songs but rather these were harmonised with mimicry and gestures and hence the singing also meant acting, moving on stage, and making theatre: a true spectacle.

However, this all seems to come to a halt in the mid-1980s. For some of these artists, their levels of success, probably due to a lack of acquiescence to the new record market demands, faded, as was the case for Rettore¹⁰ and Oxa. In the case of others, such as Nannini, they turned to more reassuring Italian-style melodies

⁸ Gianni Borgna, *Storia della Canzone Italiana*, Milano, Mondadori, 1992, p. 349.

⁹ Cfr. Coveri, *Parole in musica*, pp. 115-142.

¹⁰ In fact, unlike many of her female peers, Rettore has never abandoned the aforementioned themes. In her long, rich and uninterrupted activities as an author, consistent with her poetry, she has continued to write and interpret daring texts with explicit sexual references. Let us cite, only by way of example, *Konkiglia* (2005), which she herself defines as the female response to *Kobra* (in which the “K” imposes itself as a graphic feature of continuity). Here the Venetian artist, with an evident allusion to the vagina, once again claims the right to self-determination, proclaiming: “Tonight, I close myself in konkiglia and woe to anybody who awakens me!”. Rettore’s career in 2022 experienced a just and well-deserved jolt coinciding with a pandemic imposing severe restrictions on freedom. A number of new singers – from Achille Lauro to Maneskin, from Rappresentante di Lista to Madame – felt the need to transgress and re-propose in highly spectacular performances and, even while adopting different styles and ways, adopting motifs strongly linked to gender issues, both in their lyrics and images. Rettore has both become a real source of inspiration and herself returned to the limelight with two extremely provocative pieces: *Chimica* (Chemistry), a clear eulogy to sex even without love, and *Faccio da me* (I do it myself), an ironic hymn to masturbation.

while still others, such as Mannoia, even repudiated these songs, eliminating them from their repertoires and turning to a more singer-songwriter style of production.

Simultaneously, the rising generation of female artists broadly focused on lyrics centred on feelings, aiming more at vocal virtuosity than spectacular or transgressive performances. A prototype of the fresh-faced singer was established with their repertoires, except in very rare cases, devoid of any provocative inputs.

This does not apply to the other half of the universe: male singers. In particular, rappers have been allowed to say anything, often making recourse to the most boorish violence and vulgarity, as happens in numerous songs by Skioffi, such as *Yolandi* (2017) in which, among numerous insults, he raps:

When the sun goes down, I vent my cravings on little Yolandi / I slam her
against the wall, I remove the foundation with the force of my slaps / If she
wants it hard, I give it to her hard / Maybe even more than I have to / I spread
her thighs and open the doors wide

However, leaving aside these extreme examples, so to speak, singers are free to say whatever they want as is the case with Vinicio Capossela in *Che coss'è l'amor* (What's love) of 1992:

What is love / it's Ramona who takes to the field / and like a big-mouthed
tart / she shakes it and shakes it / she's wearing high heels / and her ass is low,
her belly is bare and she's wiggling / she's rocking her head like a nutter with
the consent of her trusted friend

More recently, in *Non amo più* (I no longer love, 2007), Roberto Vecchioni, referring to the theme of the ageing of women's bodies, tells his twentyish-year-old companion:

Perhaps it's the mirror's fault reflecting the other man I was seeing then / the
one who made me a bunch of promises and didn't keep his word / Perhaps
the book I was reading is the song I thought was mine or perhaps it's simply
my penis that no longer has any imagination

The examples, drawn from the male discography applying this type of language and imagery, are indeed numerous and not necessarily focused on any specific era. They serve as a starting point for a reflection that leads us to highlight

this controversial factor: why, in recent years, has the material of male singers, as opposed to female singers, continued to reference sexuality in the most diverse tones, as a “normal” theme, among any other? And once again: how would it sound today – applying the basic rule of gender role reversal – for a sixtyish-year-old woman to sing to her 20-year-old partner: “my vagina doesn’t have any imagination anymore”?

It is certainly a fact that, in 1983, Marcella Bella, perhaps not addressing a twentyish-year-old, sang in *Nell’Aria* (In the Air), written by Mogol: “my pussy is still there, she doesn’t speak but she says yes”.

Moreover, referring to the international female scene, how can we not mention Madonna, who has never ceased to play with her sexuality throughout her four decades of success, unhinging the conventions and convictions of American respectability and, just as one example among many others, I may cite *Erotica* of 1992?

Let my mouth go where it wants to
 Give it up, do as I say
 Give it up and let me have my way
 I’ll give you love, I’ll hit you like a truck
 I’ll give you love, I’ll teach you how to... ah
 I’d like to put you in a trance, all over
 Erotic, erotic, put your hands all over my body
 Erotic, erotic

And in her wake: Rihanna, Beyoncé, Kate Perry, Lady Gaga, Britney Spears, Rita Ora. Why are these female singers, all with careers that began after the careers of our female singers, still allowed to include this sensuality in the poetics of their songs and performances while in Italy this was only able to occur for a period beginning over 40 years ago?

Today, it seems clear that even in music – as in much of the Italian cultural industry – rather than risking new or more daring formulas, the option goes to choosing a neutral, monochord product that is neither too pronounced nor does it offend any sensitivities to guarantee sure and immediate success.

To provide but one example, the most popular Italian artist of 2017 was, according to the official Fimi (Italian Music Industry Federation) chart, Laura Pausini with her CD *Fatti sentire* (Make yourself heard). Of the title track, moreover written by herself, she writes on social media: “*Non è detto* (Not nec-

essarily) is a song that underlines the need to communicate, to free the heart to allow life to surprise us”.

These are some of the verses of this song:

And it doesn't mean that I don't feel anything / if I keep my gaze on your
absent look / and if I trust the strength of a memory if anything / take your
umbrella / let it be the shelter under the storm / if what I owe you is keeping
my heart in the right place.

Indeed, although love songs are a prevalent genre in the history of national pop music, it has to be said that, in Italy, they are increasingly often reduced to an assemblage of commonplaces – rhythmic-stylistic and conceptual – that are transferred from one song to another, remaining substantially unchanged and often highlighting a poor lexicon in which feelings dominate sex, the soul rules the body, angelic love outweighs passion, dreamed love over carnal desire.

When this was not the case – for example, Milva in 1993 with *Uomini addosso* (Men on my back) and Iva Zanicchi with *Ti voglio senza amore* (I want you without love) in 2009, in which these two historic voices of Italian music claimed the right to sexuality regardless of age on the Sanremo stage – triggering a torrent of criticism that even led to their elimination.

In this sense, we may refer to an asexualisation or, considering this did not prevail in the past, a desexualisation of the way singers and their lyrics are presented. From the mid-1980s onwards, it is very difficult to find female Italian pop singers making plays with their bodies on stage, and with their sexualities in songs. As Ivano Fossati concludes: “You preclude yourself from putting all this at the centre of the song. And perhaps also of life. No bodies, no wrinkles but not even a hint of sensuality either”¹¹.

In some cases, even beauty or the body are concealed, often resulting in aseptic performances with the aim of pursuing an ideal of the girl-next-door singer in which eccentricity and creativity are perceived as generating little credibility. As the journalist and music critic Michele Monina stated:

The fact that aesthetics have been pushed aside could be read as a step forward. Except that we have gone straight to the opposite, being beautiful, showing off one's physical appearance, playing with sensuality, has gone out.

¹¹ Michele Monina, *Intervista a Ivano Fossati*, in “Il Fatto Quotidiano”, 16 December 2016.

There is a whole generation of singers and songwriters who have swallowed themselves up, pursuing a kind of anonymity that somewhat clashes with the idea of popstars¹².

This paradoxically happens a lot in music, less in cinema and not at all in television, where the opposite would be absurd for a showgirl. And it is no coincidence that such opposite evolution (or involution) occurred in a television industry that, at precisely the same time, starting in the 1980s, was undergoing the advent of Berlusconiism, televisual even before political. Is this a coincidence or a possible explanation?

From the '*velinismo*' of television programs, such as *Drive-In*, through to the private conversations – like the *bunga* party – later made public between the Cavaliere and the '*olgettine*', if, on the one hand, the objectification of women, especially on television, has been accomplished perfectly, on the other hand, out of indignation and as a distancing, precisely in order to avoid being confused with that reality, that determined a sort of self-censorship in artistic-intellectual circles, proceeding with a veritable annulment of the body, and the elimination, even ironically, of any allusion that might include the sexuality or simple sensuality of women. Monina furthermore observed: "There was a desire to invent an opposition between those who use the intellect and those who work, who produce, as if one were an alternative to the other"¹³.

Elettra Deiana, an exponent of feminist thought, identified in this fossilisation of two such opposing positions a strength for Berlusconiism and, equally, the origins of a fragile reaction on behalf of society to this problem:

Berlusconiism has nourished and nurtured – in a pathological approach that knows no rest – that great shift in meaning, which we can define as a true anthropological shift, from the acceptance of the 'limit', as the measure of living, the acceptance of what is (or was) perceived as 'permitted' terrain, to the bulimic rush of 'everything and suddenly'; from coming to terms with the limit of the norm to intolerance, to indifference, to putting the norm on notice and to mockery of the norm, which one must get rid of¹⁴.

¹² Michele Monina, *Venere senza pelliccia. Quando il pop italiano s'è infilato le mutande*, Milano, Skira, 2017, p. 8.

¹³ *Ibid.*, p. 17.

¹⁴ Elettra Daiana, *Sesso e Potere. La notte della Repubblica riguarda tutti*, in <http://www.universitadelledonne.it/altri%203.pdf> (accessed on 23 September 2022).

Even in music, female authors and performers have evidently not identified this limit, this watershed and, rather than daring, have preferred not to rebel against this Manichaeian vision – ‘respectable’ women and ‘disreputable’ women.

Therefore, once again, although in the opposite way to that happening in the world of television, the body, sexuality and sensuality of women is defeated, becoming a taboo, as Monina bluntly comments:

Berlusconism has deprived women, including those in show business, of the freedom to be women without immediately becoming objects (of desire, whim or objects for domination), standardising them all as more or less valuable pieces of *figa* (pussy)¹⁵.

¹⁵ Monina, *Venere senza pelliccia*, pp. 18-19.

Un bravo ragazzo.

Note sulla mascolinità giovanile di Gianni Morandi

Gabriele Landrini

Introduzione

Tra la fine degli anni Cinquanta e l'inizio degli anni Sessanta, i giovani invadono la scena sociale italiana, imponendosi come una categoria a sé stante, intesa non solo in senso anagrafico, ma come una collettività con le proprie caratteristiche¹. In parallelo, si sviluppa un nuovo divismo a essi affine, che veicola comportamenti, riti e inedite conformazioni di genere, contemporaneamente simili e multiformi, ma sempre scisse: da un lato, si evoca infatti una conclamata modernità generazionale, spesso richiamata nella contrapposizione con i genitori-matusa; dall'altro, il legame con la tradizione e i suoi valori non solo non risulta superato, ma in certi frangenti appare addirittura rafforzato. Accanto a giovani cantanti-attrici in ascesa come Rita Pavone, Caterina Caselli o Romina Power, cantanti-attori come Al Bano, Little Tony, Adriano Celentano, Bobby Solo o Massimo Ranieri invadono il mercato del disco, diventano gli assoluti protagonisti di film a loro dedicati, si cimentano come improbabili indossatori di griffe e appaiono su un numero forse incalcolabile di riviste².

¹ Sull'emersione dell'identità giovanile, si vedano Massimo Canevacci *et al.*, *Ragazzi senza tempo. Immagini, musica, conflitti delle culture giovanili*, Genova, Costa&Nolan, 1993 e Paola Ghione, Marco Grispigni (a cura di), *Giovani prima della rivolta*, Roma, Manifestolibri, 1998.

² Per un'analisi di questa tipologia di divismo, si veda Maria Francesca Piredda, *Il tempo dei giovani e della musica in Italia. Dall'urlo al beat*, in Massimo Locatelli, Elena Mosconi (a cura di), *Italian Pop. Popular music e media negli anni Cinquanta e Sessanta*, Milano-Udine, Mimesis, 2021, pp. 51-83. Più ampio, Claudio Bioni, *Cinema, sorrisi e canzoni. Il film musicale italiano degli anni Sessanta*, Soveria Mannelli (CZ), Rubbettino, 2020.

Allineandosi ai recenti studi sul rapporto tra media e mascolinità italiana³, l'intervento proposto in queste pagine mira dunque a riflettere sul modello di uomo – o, meglio, di ragazzo – proposto dal divismo giovanile nel corso degli anni Sessanta, analizzando nello specifico il caso emblematico di Gianni Morandi. Il cantante bolognese risulta l'esempio forse più significativo e immediato del binomio modernità-tradizione che accomuna questa tipologia di celebrità, almeno negli anni di massimo successo del fenomeno beat «di costume»⁴; pur aprendosi alla suddetta modernità generazionale, il giovane Morandi si fa portatore di un modello di mascolinità «egemonica»⁵, ancorata a valori culturali, famigliari e individuali precedenti. Nonostante rappresenti l'emblema di una nuova gioventù, a sua volta paradossalmente conforme, il giovane Morandi è anche e soprattutto incarnazione divistica del giovane delle tre M, formula con cui, in una nota ricerca sociologica del tempo, si identificano i giovani (maschi, è il caso di aggiungere) perfettamente inseriti nella società, in cerca di «un mestiere sicuro che non costi troppi sacrifici e non isoli, ma sia altamente redditizio, socialmente prestigioso [...]; una macchina che testimoni del gusto per il confort e del raggiunto benessere [...]; una moglie da amare sinceramente e senza troppe complicazioni, che s'accontenti e condivida una vita tranquilla, sana, serena»⁶.

Fonti significative, e in quanto tali prese in analisi in questa sede, sono le riviste a target giovanile che, vivendo una fortunata avventura editoriale tra la prima metà degli anni Sessanta e l'inizio degli anni Settanta, offrono grande spazio ai nascenti divi e dive, Morandi in primis⁷. Nonostante il cantante-attore appaia anche su altri periodici, settimanali come “Ciao amici” e “Big” – poi confluiti in “Ciao Big” e “Ciao 2001” – e soprattutto “Giovani” e la successiva “Qui giovani” si confrontano in modo estremamente continuativo e significativo con la sua

³ Ad esempio, Giacomo Albert, Giulia Carluccio, Giulia Muggeo, Antonio Pizzo (a cura di), *Ciao maschio. Politiche di rappresentazione del corpo maschile nel Novecento*, Torino, Rosenberg & Sellier, 2020 e Angela Bianca Saponari, Federico Zecca (a cura di), *Oltre l'inetto. Rappresentazioni plurali della mascolinità nel cinema italiano*, Milano, Meltemi, 2021.

⁴ Sul beat come moda, e sul rapporto con il beat di protesta, si veda Roberto De Angelis, *Il beat italiano*, in Ghione, Grispigni (a cura di), *Giovani prima della rivolta*, cit., pp. 73-84.

⁵ Nel significato, ormai codificato, dato da Raewyn Connell, *Maschilità. Identità e trasformazioni del maschio occidentale*, Milano, Feltrinelli, 1996.

⁶ Ugoberto Alfassio-Grimaldi, Italo Bertoni, *I giovani degli anni sessanta*, Bari, Laterza, 1964, pp. 382-383.

⁷ Per evitare eccessivi rimandi bibliografici, si è deciso di proporre nel corso del saggio un unico riferimento bibliografico significativo per le varie macro-tipologie e micro-caratteristiche rintracciate. Sembra doveroso però precisare che la copertura che queste riviste offrono di Morandi è ampissima, dato che si contano – tra articoli, interviste, recensioni, trafiletti, pubblicità, fototesti, ecc. – quasi più di un contributo settimanale per ogni testata, soprattutto tra il 1964 e il 1971.

figura. In questo modo, il loro costante interesse per l'artista bolognese consente a uno sguardo contemporaneo di ricostruire quella «polisemia strutturata»⁸ attraverso cui egli stesso si definisce, veicolando determinati messaggi sì generazionali, ma anche di genere.

Mestiere, moglie, macchina (e Morandi)

Perfetto esempio di giovane delle tre M, Gianni Morandi viene rappresentato e si auto-rappresenta anzitutto come un grande lavoratore, dedito dunque a un *Mestiere*. Nonostante intraprenda una professione difficoltosa e precaria, nella sua costruzione divistica si suggerisce più volte come attraverso il duro lavoro e la dedizione Morandi-artista riesca a costruire una carriera stabile e di successo, capace di aggirare le fragilità tipiche dell'industria dello spettacolo. La grande etica del lavoro si concretizza su carta nei numerosissimi articoli in cui si elencano i molteplici e variegati impegni a cui il cantante, con ottimismo e voglia di fare, deve ottemperare: dalle fatiche discografiche ai set, dalle tournée agli impegni televisivi, Morandi si muove tra più realtà, all'insegna dell'impegno e del duro lavoro⁹. Il taglio di questi articoli è celebrativo e aspirazionale, in una doppia logica di lusinga e di creazione di un modello maschile che il lettore deve imitare e la lettrice deve ammirare. A essi, si inframezzano occasionalmente contributi dai toni più provocatori in cui si denuncia addirittura il troppo lavoro a cui è soggetto¹⁰: nonostante i titoli scandalistici, gli articoli veri e propri sono in realtà più sfumati, tanto che Morandi spesso prende la parola e rincuora chi legge, affermando di non star lavorando troppo, di dedicare il giusto spazio alla famiglia e di fare semplicemente il suo dovere di uomo, come gli è stato insegnato dal padre. L'etica si lega a un altro escamotage retorico tipico della sfera lavorativa di Morandi-divo: l'umiltà. Il cantante-attore bolognese evidenzia più volte la sua capacità di mantenersi con i piedi per terra e di non sentirsi mai davvero una celebrità¹¹. Il lavoro non è infatti collegato a un desiderio spasmodico di

⁸ Come teorizzato da Richard Dyer, *Star*, Torino, Kaplan, 2009, p. 12.

⁹ G.M., *Il battesimo del successo*, in "Ciao amici", 1964, n. 8, pp. 28-31 per i dischi; Roberto Tumbarello, *Gianni con barba e baffi ha cominciato il suo film*, in "Giovani", 1970, n. 17, pp. 46-47 per il cinema; G.M., *E adesso l'Olympia*, in "Ciao amici", 1966, n. 4, pp. 18-19 per le tournée; R.T., *Morandi imbattibile? Canzonissima*, in "Giovani", 1968, n. 48, pp. 10-12 per la televisione.

¹⁰ Giovanni Lania, *Troppo lavoro. Gianni è esaurito*, in "Ciao amici", 1966, n. 10, pp. 24-26.

¹¹ Soledad Castillo, *Non sono nato per fare il divo*, in "Giovani", 1968, n. 30, pp. 36-19.

notorietà o denaro: pur non potendo affermare di guadagnare poco, come fanno al contrario le starlet femminili, Morandi fa del lavoro un impegno che deve rispettare più per scopi ideologici che per la popolarità fine a sé stessa. Oltre che con l'umiltà, l'etica del lavoro si intreccia infine a un'idea di crescita personale di Morandi-uomo. Nonostante il cantante non venga pressoché mai dipinto come immaturo, puntualmente si scrive della sua transazione verso l'età adulta¹²: essa si manifesta con prese di coscienza a tutto tondo e una maggiore professionalità, ma anche attraverso l'accettazione di eventuali errori.

Accanto al mondo del lavoro, l'immagine divistica di Gianni Morandi si modella poi alla luce del suo ruolo di marito e di padre, grazie in particolare al rapporto con la *Moglie*. In un'ottica giovanile ma patriarcale, Morandi si profila sì come una figura presente e amorevole, ma anche come il *breadwinner* della situazione, il ragazzo dai sani principi morali che punta fin da subito al matrimonio e alla famiglia, che ottiene anche a discapito della carriera della consorte. Prevedibilmente, se la retorica della dedizione lavorativa è spesso riproposta in modo pedissequo in diversi ambiti e momenti, i discorsi legati alla sfera privata mutano a seconda delle sue vicissitudini personali. Legatosi all'attrice Laura Efrikian, con cui non a caso condivide sul grande schermo una tetralogia di musicarelli che restituisce i medesimi valori che la sua immagine pubblica vuole suggerire, Morandi si erge fin dai primi numeri a fidanzato perfetto, votato a una morale tradizionale¹³. Già dai primi articoli dedicati al suo rapporto con Efrikian, si parla di matrimonio, in quanto, come lui stesso afferma, «tutti noi in fondo in fondo sentiamo una voglia matta di salire quei fatidici gradini dell'altare»¹⁴. In questo senso, tra il 1965 e il 1966, numerosi sono gli articoli in cui – prima uno, poi l'altra, poi entrambi – parlano del loro desiderio di convolare a nozze. Se a luglio 1966 il matrimonio viene finalmente celebrato¹⁵, dall'agosto dello stesso anno si inizia già a discutere della cosiddetta «erede»¹⁶ che, dopo essere nata, porta ad articoli in cui si sottolinea la fatica ma soprattutto la gioia di essere padre, l'impossibilità di allontanarsi dalla figlia e un tanto conclamato, ma poi non avvenuto, ritiro dalle scene per dedicare il giusto tempo alla fami-

¹² Roberto Tumbarello, *Non arrossisco se mi baci*, in "Qui giovani", 1970, n. 41, pp. 36-37, 67.

¹³ *Le immagini felici di un amore giovane*, in "Ciao amici", 1966, n. 17, pp. 20-21.

¹⁴ Gianni Morandi, "Una gran voglia di salire quei fatidici gradini dell'altare", in "Ciao amici", 1966, n. 7, pp. 52-53: 52.

¹⁵ *Le foto delle nozze di Gianni e Laura*, in "Giovani", 1966, n. 31, pp. 14-15.

¹⁶ Jorge Vidal, "Lo chiameremo Cielo"..., in "Ciao Big", 1968, n. 31, pp. 20-21: 21.

glia¹⁷. Nonostante questa evoluzione, la costruzione narrativa degli articoli, e in modo ancor più esplicito le fotografie che li accompagnano, offrono una visione estremamente codificata della «famiglia Morandi»¹⁸. Il cantante-attore è prevedibilmente il centro del discorso: sebbene all'inizio della loro relazione Laura Efrikian fosse un'attrice dal discreto seguito, ben presto gli articoli a lei primariamente dedicati si diradano e si passa a una quasi totale aderenza e dipendenza alla figura di Morandi. Nella sua trasformazione da Laura Efrikian a Laura Morandi, cognome con cui viene emblematicamente ribattezzata dal 1966 in poi, l'attrice si trasforma nella moglie che accompagna il marito nei viaggi di lavoro o nelle serate di gala, che si occupa della figlia e che si lega al focolare domestico¹⁹. I rari momenti in cui ritorna a lavorare lo fa in produzioni con il compagno, o è comunque scortata da lui²⁰. Anche se i richiami a crisi nella coppia non mancano, date le numerose tresche che altri periodici attribuiscono a Morandi e occasionalmente a Efrikian, il tutto è sempre risolto in modo diplomatico: i tradimenti sono un'invenzione pubblicitaria, i litigi ci sono, ma l'amore vince su tutto²¹.

La terza narrativa chiave che accompagna la rappresentazione di Morandivo e Morandi-uomo riguarda infine gli oggetti di consumo, simboleggiati dalla *Macchina*. L'identità giovane si afferma infatti prima di qualsiasi cosa come un'identità consumistica, figlia del boom economico e votata all'acquisto di beni considerati superflui²². Dialogando sempre con la modernità della sua generazione e con i valori tradizionali che incarna, Morandi piega anche questo elemento alla retorica a cui ha abituato i suoi fan. Giocando tra pubblicità diretta e indiretta, ovvero rispettivamente legata a un marchio in ottica testimoniale oppure affine a determinati modelli di comportamento che coinvolgono macro-settori merceologici, il cantante-attore bolognese si muove su molteplici assi, che coinvolgono motorini, automobili, vacanze e promozione turistica, oggetti di cartoleria, pratiche sportive e vestiti o accessori di moda. Nello specifico, significativi sono in particolare due macro-settori. In relazione

¹⁷ Roberto Tumbarello, *Vi presento Marianna*, in "Giovani", 1969, n. 10, pp. 10-17.

¹⁸ Berto Rosi, *E se non partissi anch'io*, in "Big", 1966, n. 52, pp. 48-50.

¹⁹ A.C., *L'attesa di Morandi*, in "Qui giovani", 1971, n. 2, pp. 16-17.

²⁰ Roberto Tumbarello, *Gianni aveva tanta paura per me*, in "Giovani", 1969, n. 24, pp. 64-65, 98.

²¹ Sui tradimenti (a scopi palesemente pubblicitari) di lei, Sergio Modugno, *Lui lei l'altro*, in "Big", 1965, n. 21, pp. 18-22. Su quelli (forse non così inverosimili) di lui, Beppe Allegri, *La ragazza no di Gianni*, in "Ciao amici", 1966, n. 18, pp. 18-19.

²² Sull'argomento, Luca Gorgolini, *I consumi*, in Paolo Sorcinelli, Angelo Varni (a cura di), *Il secolo dei giovani. Le nuove generazioni e la storia del Novecento*, Roma, Donzelli, 2004, pp. 219-276.

alla modernità giovanile, interessanti risultano i contributi eterogenei che legano la sua figura alla motorizzazione: accanto a sporadiche avventure a quattro ruote, che riportano alla mente ancora una volta i discorsi sociologici del tempo, Morandi si vota alla motocicletta, diventando prima volta di alcuni concorsi della Vespa della Piaggio – non a caso, insieme alla Lambretta della Innocenti, lo status symbol dei giovani degli anni Sessanta – e poi testimonial di un vero e proprio catalogo di mezzi a due ruote, a cui segue una campagna pubblicitaria più ad ampio respiro per Esso²³. Al contrario, l'asservimento del consumo ai valori tradizionali di uomo traspare invece nel numero abbastanza elevato di articoli dedicati alle abitazioni: l'acquisto del bene immobile – così come il suo arricchimento e ampliamento – si configura come un passo obbligato nella vita di un giovane proiettato verso l'età adulta, quasi come controparte concreta del focolare familiare²⁴.

Conclusioni

Il modello di divismo giovanile proposto da Gianni Morandi trova il proprio apice nel corso degli anni Sessanta, arrivando senza grandi scossoni fino alla fine del decennio. A causa di un cambiamento strutturale nell'idea stessa di gioventù a seguito delle rivolte del Sessantotto, e complice anche la crescita anagrafica del cantante e l'impossibilità di rivolgersi a un pubblico sempre più interessato ad altri generi musicali, la sua immagine scissa tra modernità e tradizione inizia a scricchiolare intorno al 1969, quando sulle testate che lo avevano da sempre celebrato cominciano a farsi spazio, prima tacitamente e poi in modo invasivo, articoli incentrati su inaspettati capricci di Morandi-divo, sugli errori nella sua carriera, sulle mancate vittorie, sulla crisi delle vendite discografiche e sul matrimonio improvvisamente «da salvare»²⁵. In un attimo, poi, Morandi scompare. E con lui, viene meno anche quella peculiare commistione tra gioventù e tradizione, tra modernità generazionale e valori morali, tra una spensieratezza

²³ Nell'ordine, L.D.C., *Gianni è pronto a scattare con la Vespa e ci saluta: Ciao amici!*, in "Ciao amici", 1967, n. 7, pp. 34-36; *Dai, via come pazzi in moto*, in "Qui giovani", 1970, n. 17, pp. 30-37; *Guarda chi c'è alla Esso*, in "Ciao 2001", 1973, n. 16, p. 72.

²⁴ *L'occhio indiscreto del fotografo nella casa di Gianni Morandi*, in "Giovani", 1969, n. 3, pp. 33-60.

²⁵ Sui problemi privati, Carlo Tumbarello, *Un film con Laura per salvare il matrimonio*, in "Qui giovani", 1972, n. 19, pp. 10-11; sulla crisi lavorativa, Gianni Morandi, *Ho commesso tre errori*, in "Qui giovani", 1971, n. 16, pp. 30-31, 78.

fatta di musica beat o balli shake e una mascolinità «rassicurante»²⁶. Proprio per questo, emblematico epitaffio sembra essere un articolo pubblicato su “Ciao 2001” nel giugno del 1970, in occasione delle riprese de *Le castagne sono buone* di Pietro Germi, dove si legge «Gianni si è rifiutato di girare una scena hippy del film di Germi [...]. Ha preferito non rischiare di perdere la fama di “bravo ragazzo” con un atteggiamento troppo... giovane»²⁷. Una fama, però, di lì a poco anacronistica e destinata a causare, almeno per poco meno di un decennio, la sua parziale scomparsa dalle scene.

²⁶ Prendendo in prestito un termine da Sandro Bellassai, *L'invenzione della virilità. Politica e immaginario maschile nell'Italia contemporanea*, Roma, Carocci, 2011, in particolare pp. 114-119.

²⁷ Matteo Giordani, *È successo durante una “festa hippy”. Morandi ha avuto paura*, in “Ciao 2001”, 1970, n. 22, pp. 20-24: 21.

Essere alla moda. Immagine maschile, questioni di genere e presenze divistiche in “L’Uomo Vogue” (1967-1975)

Gabriele Rigola

1. “L’Uomo Vogue”: moda e identità maschile. Introduzione metodologica

Negli studi dedicati al rapporto tra mascolinità e sistema dei media poco spazio è stato riservato alla stampa settoriale e generalista, fonte particolarmente indicativa per indagare cambiamenti e riassetti dei ruoli di genere nel contesto sociale e culturale italiano. Questo studio prende le mosse da alcune ricerche già condotte sugli spazi del maschile nel panorama editoriale e rotocalcografico, soprattutto in relazione alla questione della sessualità e ai rapporti con i media¹; l’obiettivo di queste pagine è quello di estendere il campo di ricerca a un *case study* finora inedito e a nostro avviso particolarmente incisivo, ossia il *fashion magazine* “L’Uomo Vogue”². Nello specifico ci si propone di esplorare in termini circoscritti e preliminari il periodico, per rintracciare quali strategie e forme di discussione del maschio vengono prodotte in anni, com’è noto, di profondi e radicali cambiamenti della sua figura sociale, culturale ed estetica³. Oltre

¹ Gabriele Rigola, *Homo eroticus. Cinema, identità maschile e società italiana nella rivista “Playmen” (1967-1978)*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2021.

² L’articolo nasce da una più ampia ricerca in corso sulla storia culturale dell’attore e del divismo in Italia attraverso materiali d’archivio, fonti diversificate e una pluralità di approcci metodologici; per la stesura dell’articolo si sono visionati i numeri completi dal 1967 al 1979 della rivista “L’Uomo Vogue” presso la Bibliomediateca “M. Gromo” del Museo Nazionale del Cinema di Torino e presso la Biblioteca Nazionale Braidense di Milano. Si ringrazia il personale delle suddette biblioteche per la disponibilità e l’aiuto offerti durante la ricerca.

³ Si veda Tim Edwards, *Men in the Mirror. Men’s Fashion, Masculinity, and Consumer Society*, London-New York, Bloomsbury, 2016.

a interrogarci su quali modelli maschili vengono discussi, ci interessa avanzare una proposta di lettura orientata allo studio della *bellezza maschile e della messa in quadro fotogenica*, attuata soprattutto attraverso l'utilizzo di attori e divi del contesto nazionale e sovranazionale. Cercheremo di osservare le strategie di propagazione e ridiscussione del maschile attraverso il divismo e la moda⁴, capaci di comporre un articolato discorso sul corpo, la bellezza, lo stile⁵.

Non è di secondaria importanza ricordare che in questi anni la rotocalcografia si orienta in modo sempre più mirato verso target specifici, che spesso hanno a che fare con il genere: nella "genderizzazione" dell'editoria popolare⁶ il singolo prodotto mediale va inserito in una complessa rete di prodotti culturali che genera un'ampia mole di forme discorsive, le quali rendono conto e al contempo riformulano il ruolo dell'uomo (e della donna) in un immaginario in rinnovamento, nel quale le audience possono riconoscersi, identificarsi, decostruire i propri stili di vita e comportamenti di consumo.

"L'Uomo Vogue" viene pubblicato dal settembre 1967 per le Edizioni Condé Nast sotto la direzione di Franco Sartori (e con la direzione artistica di Flavio Lucchini); la rivista discute dell'essere maschi attraverso la moda, il vestiario, la scelta dei capi, ma anche attraverso *advertising* e marketing. Viene presentato uno spettro di gusti maschili che si legano ai diversi modi di consumare prodotti e servirsi di marchi (profumi, alcolici, articoli per fumatori, automobili, prodotti da toeletta e per il corpo, ecc.)⁷. Il periodico inoltre presenta attori, divi e figure del mondo della cultura e dello spettacolo come modelli, prototipi di gusto e classe, o come elementi di negoziazione/ispirazione per i pubblici differenziati di una rivista di moda.

2. *Masculin/féminin. Moda e genderizzazione*

"L'Uomo Vogue" pianifica un'efficace strategia discorsiva intorno al maschile attraverso servizi su abiti, accessori, marchi, sartorie. Non solo si dà conto delle

⁴ Sul rapporto tra sistema mediale e sistema della moda si veda il contributo di Adriano D'Aloia, Marco Pedroni (a cura di), *I media e la moda. Dal cinema ai social network*, Roma, Carocci, 2022.

⁵ Sul *fashion magazine*, soprattutto a carattere femminile, Bianca Terracciano, *Il discorso di moda. Le riviste femminili dal 1960*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, 2019.

⁶ Federico Boni, *Men's Help. Sociologia dei periodici maschili*, Milano, Meltemi, 2004.

⁷ Sulla moda italiana negli anni in oggetto si rimanda a Emanuela Scarpellini, *La stoffa dell'Italia. Storia e cultura della moda dal 1945 a oggi*, Roma-Bari, Laterza, 2017.

ultime tendenze, spesso mostrate ai lettori tramite i divi posti in copertina, ma si offrono indicazioni in merito a quali elementi contraddistinguono l'essere un uomo moderno e alla moda nel contesto dell'epoca. Aderire ai nuovi modelli maschili significa anzitutto scegliere ed essere consapevoli dei propri consumi. Le componenti considerate *intrinsecamente* infallibili sono la consapevolezza, il discernimento e la sicurezza nell'indossare ciò che valorizza, ma soprattutto la capacità di essere al passo con i tempi. *Essere alla moda* significa essere maschi compiutamente inseriti nel proprio tempo⁸. L'artificiosità è bandita, mentre si punta sulla naturalezza dell'osare con tessuti, accostamenti, colori, tonalità, capi, accessori.

I prodotti connotano, di conseguenza, anche un modello di mascolinità, tanto nel versante della forza e del prestigio, quanto in quello della virilità⁹. Sul periodico, i marchi di *La Chèque de Zsmin* rappresentano «un vizio da signori»; la linea cosmetica *Motor Racing* è pensata «per l'uomo che non si ferma mai ai box»; la camicia *Diamant's* è presentata come «la chemise d'homme qu'une femme aime toucher», ecc.

Non mancano, però, indicazioni che ridiscutono i caratteri più resistenti del maschile; in un numero del 1968 si legge:

L'uomo in vogue non è più il ragazzino da osservare con indulgente divertimento, ma è di nuovo l'uomo di successo da guardare con ammirazione [...] Per questo signore [...] sono stati creati i nuovi simboli di un prestigio già conquistato: per lui il preziosismo spinto dei tessuti, le sete indiane, i grossi shantung di seta écreu, i fronzuti ricami bianco su bianco di Valentino [...]. Anche se saccheggia i territori sinora riservati alla moda femminile, questa moda invadente non fa più parte dell'ambiguo gioco masculin-féminin: il colore, il ricamo, il tessuto prezioso sono portati con un piglio da Re Sole o da principe rinascimentale, impossibile scambiarlo per le raffinatezze di un femminile cicisbeo¹⁰.

Nel brano si sottolinea l'esigenza – per l'uomo moderno e alla moda – di porsi in un dialogo naturale con un guardaroba prima pensato solo come femminile, arricchendo di sete, tessuti, indumenti il territorio vestimentario

⁸ Si veda Emanuela Mora, *La moda italiana e l'uomo integrato*, in Elena dell'Agnese, Elisabetta Ruspini (a cura di), *Mascolinità all'italiana. Costruzioni, narrazioni, mutamenti*, Torino, UTET, 2007.

⁹ Gabriele Rigola, *Le audience e i consumi. Pubblicità, corporeità, cura di sé*, in Id., *Homo eroticus*, cit., pp. 60-67.

¹⁰ "L'Uomo Vogue", primavera-estate 1968, n. 2, p. 49.

maschile. Si allarga la concezione della maschilità ritornando a un'idea di moda maschile pre-novecentesca, e si identificano implicitamente audience diversificate che fungono da cartine di tornasole per recepire e restituire istanze differenti legate al *fashion* ma anche ai movimenti del maschile nella società. Audience maschili eterosessuali e omosessuali, ma anche audience femminili, interessate ai capi di abbigliamento e ai divi che appaiono sulle pagine del periodico.

3. Strategie divistiche

Oltre all'elemento della moda e dell'abbigliamento, è il fenomeno divistico ad essere al centro della riflessione sul maschile nelle pagine di "L'Uomo Vogue", almeno in due direzioni: da un lato esso appare lo strumento più adatto per costruire un dialogo con il pubblico, permettendo un'identificazione con i prototipi maschili presentati soprattutto in relazione alle scelte dei capi e ai consumi; dall'altro lato la *persona* e l'identità mediale di attori, divi e celebrità vengono ridiscusse e talvolta rielaborate attraverso la moda e la fotogenia¹¹. Sotto questo aspetto il tramite più significativo riguarda le copertine di "L'Uomo Vogue", realizzate – come i servizi interni – da alcuni fotografi di rilievo (Helmut Newton, Marc Hispard, Barry Lategan, Oliviero Toscani, ecc.), e di per sé immagini destinate a farsi iconiche. Attori e divi compaiono in pose particolarmente ispirate, spesso in primo piano, in ritratti dai colori vistosi che mettono in luce le loro doti fotogeniche. Le copertine sono sempre dedicate a nomi incisivi del sistema mediale italiano e internazionale: si alternano figure già note del panorama straniero (Jean Sorel¹², Omar Sharif¹³, Jean-Paul Belmondo¹⁴, Lou Castel¹⁵, James Coburn¹⁶) a divi e neo-divi italiani (o stranieri particolarmente attivi nel contesto mediale nostrano) che vengo-

¹¹ Si veda Stephen Gundle, *Fame, fashion and style: the Italian star system*, in David Forgacs, Robert Lumley (a cura di), *Italian Cultural Studies: an introduction*, Oxford, Oxford University Press, 1996, pp. 309-326.

¹² "L'Uomo Vogue", autunno-inverno 1968-1969, n. 3.

¹³ Indicato come «notissimo "Dottor Zivago", campione di bridge e bel tenebroso del cinema internazionale», in "L'Uomo Vogue", aprile 1970, n. 7, p. 3.

¹⁴ "L'Uomo Vogue", agosto-settembre 1971, n. 13.

¹⁵ "L'Uomo Vogue", aprile 1971, n. 11.

¹⁶ "L'Uomo Vogue", dicembre 1970, n. 9.

no introdotti ai fan: Umberto Orsini¹⁷, Helmut Berger¹⁸, Luc Merenda¹⁹, Gigi Proietti²⁰, Terence Stamp²¹.

Nei servizi interni, accompagnati da un ricco apparato iconografico firmato dagli stessi *fashion photographer* delle copertine, attori di teatro, cinema e televisione compaiono in posa con abiti di grandi stilisti. Nell'aprile 1970 l'articolo *Attori alla ribalta* lancia nel ruolo di modelli artisti scelti dalla rivista perché «rappresentano – a volte solo per il loro aspetto, a volte anche per il loro modo di essere – una faccia attuale e attendibile del mondo moderno. Noti o meno noti, hanno tutti qualcosa che li rende adatti a interpretare quel personaggio abbastanza difficile, e a volte in apparenza contraddittorio, che è L'Uomo Vogue: con le sue scelte precise, differenziate, nuove»²².

La rivista porta avanti un'operazione di neodivizzazione che da un lato, come altri periodici dell'epoca, formalizza per il suo pubblico una proposta divistica eterogenea, e contemporaneamente assorbe e ricodifica l'immagine dei nuovi divi del cinema e della televisione, connettendoli con la moda e il costume; dall'altro lato allarga i confini di tale proposta inglobando le star nell'intera industria delle celebrità dell'epoca.

4. Bellezza, posa, fotogenia. Note sul caso di Marcello Mastroianni

I servizi sugli attori devono essere interpretati anche in relazione a due questioni dirimenti. Da una parte, come detto, "L'Uomo Vogue" pianifica una proposta divistica contraddistinta dalla coesistenza di modelli antropologici, fisici e attoriali variegati, organizzando un vero e proprio casting che seleziona e suggerisce ai lettori e alle lettrici figure che si equilibrano e integrano. Questi modelli coesistenti e diversificati vengono offerti al pubblico attraverso specifiche pose, immagini e modalità di rappresentazione, che rivelano vere e proprie strategie di *messa in forma del divo attraverso l'immagine*. Le strategie hanno poi a che fare con la scelta precisa di abiti, indumenti e tessuti, nonché di brand, marchi e specifici stilisti. In questo senso il *brand* e l'abito concorrono a una *messa in for-*

¹⁷ "L'Uomo Vogue", II quadrimestre 1969, n. 5.

¹⁸ "L'Uomo Vogue", ottobre 1970, n. 8.

¹⁹ "L'Uomo Vogue", aprile-maggio 1974, n. 29.

²⁰ "L'Uomo Vogue", giugno-luglio 1974, n. 30.

²¹ "L'Uomo Vogue", aprile-maggio 1972, n. 17.

²² *Attori alla ribalta*, in "L'Uomo Vogue", aprile 1970, n. 7, p. 122.

ma del divo attraverso l'immagine di moda, che non ha evidentemente lo stesso significato concettuale di una rappresentazione sul set, o con costumi di scena, o in abiti occasionali e personali. I divi sono ritratti come modelli, e di conseguenza vengono investiti anche di una carica simbolica che li inquadra come icone, e come prototipi di bellezza. La rivista di moda assume dunque il ruolo di dispositivo funzionale alla messa in forma fotogenica dei divi, cui concorrono lo stile, i colori delle immagini, le pose, gli abiti e la scelta degli indumenti²³.

In questo quadro scegliamo di occuparci di un articolo dedicato a Marcello Mastroianni, divo per eccellenza e figura iconica che evidentemente vive di una stratificazione di elementi che per ovvie ragioni lasciamo sullo sfondo²⁴. Nel lungo servizio, apparso sulla rivista nel terzo numero in edicola, il divo viene immortalato in tre immagini di grandi dimensioni, due a tutta pagina, nella sua casa romana sull'Appia Antica, «arredata dall'attore in collaborazione con l'architetto Paolo Tommasi e lo scenografo Giulio Coltellacci»²⁵. L'attore è fin da subito presentato come uomo di gusto, non solo nel vestire ma anche nella scelta di mobili, arredi, oggetti per sé e la sua casa. Un'immagine in bianco e nero lo mostra nel salotto di casa con un abito spezzato, seduto sull'angolo di un tavolino basso in una posa leggermente innaturale, mentre alle sue spalle s'intravedono – seduti sul divano – la moglie Flora e Federico Fellini. Mastroianni appoggia il braccio sinistro sulla gamba sinistra, tiene l'altra gamba lievemente spostata all'indietro e la mano destra sollevata, con la sigaretta tra il pollice e l'indice. La posa, pur risultando in parte artificiale, mette in risalto l'eleganza dell'attore, presentato in tutto il suo portamento fotogenico, con elementi tipici della divizzazione classica (la sigaretta o lo sguardo pensoso rivolto altrove, con la fronte un po' aggrottata)²⁶, iscritti però in una dimensione più distesa e domestica. Un'altra immagine offre ai lettori il divo in piedi, a colori, in figura intera: indossa gli stessi abiti della fotografia precedente e, grazie al colore, possiamo ammirare una «giubba rossa» con camicia bianca su pantaloni grigio canna di fucile. L'immagine risponde più fedelmente ai criteri di costruzione del divo: lo sguardo è ancora rivolto lontano, in un evocativo fuori quadro, la sigaretta è

²³ In merito a questi aspetti si veda Edisol Wayne Dotson, *Behold the Man. The Hype and Selling of Male Beauty in Media and Culture*, New York, Routledge, 2021; Kenneth Krauss, *Male Beauty. Postwar Masculinity in Theater, Film, and Physique Magazines*, New York, SUNY, 2014.

²⁴ Jacqueline Reich, *Beyond the Latin Lover. Marcello Mastroianni, Masculinity, and Italian Cinema*, Bloomington, Indiana University Press, 2004.

²⁵ Olghina di Robilant, *Proibito travestirsi*, in "L'Uomo Vogue", autunno-inverno 1968-1969, cit.

²⁶ Richard Dyer, *Star*, Torino, Kaplan, 2003.

questa volta tenuta al lato della bocca, le mani all'altezza del bacino, quella destra immortalata nel momento di inserirsi nella tasca della giacca, quella sinistra tenuta mollemente adagiata sulla cintura. La terza immagine mostra parte del guardaroba dell'attore, e in particolare le cravatte di Coltellacci e una «vestaglia ad arabeschi sfolgoranti», dai toni accesi e aranciati come la giacca indossata nel servizio, appesa ad una gruccia. L'articolo racconta della passione di Mastroianni per tutti i tipi di abiti, quelli sgargianti e quelli sobri, chiamando in causa il tema della moda attraverso espliciti riferimenti alla professione dell'attore: «per il pubblico Marcello veste sobriamente. Ma per se stesso no. Durante il giorno, per strada, per andare al lavoro, indossa il mantello. Per se stesso possiede due pellicce. Una tutta di volpe» che ha regalato a un amico perché

non potevo metterla. Noo, non è timidezza. Mi piacerebbe. Ma sono un attore. Mi vesto e mi travesto in ogni film che interpreto, sarebbe strafare se continuassi anche nella vita privata. Non ho bisogno di recitare anche quando è finito il lavoro²⁷.

Mastroianni ama dunque mantelli, pellicce di volpe, vestaglie e cravatte fluorescenti, ma tende a indossare capi più sobri perché la professione di attore già lo obbliga a travestirsi e a presentarsi al pubblico attraverso un'immagine cangiante. Del resto, «l'immagine, e in particolare la ricezione di Marcello Mastroianni [...] non possono prescindere dalla componente glamour, così come da ogni discorso intimamente legato alla moda»²⁸.

L'attore sembra essere consapevole della disseminazione della sua immagine in tal senso, anche se il servizio tende a formulare anche altre questioni. Anzitutto la moda viene esplicitamente collegata alla maschilità, e in particolare alla rinnovata possibilità del maschio di liberarsi dalle tradizionali prescrizioni che gli sono state imposte, attraverso la scelta di capi, colori, fogge tradizionalmente proibite. Il maschio può finalmente assecondare la sua «natura che riafferma le sue giuste ragioni dopo essere stata soffocata dalle imposizioni del militarismo, dai concetti moralistici troppo severi del dopoguerra». La libertà, per il divo, passa dall'estrosità, dalla possibilità di accedere ad un guardaroba che possa allargare le potenzialità di espressione corporea dell'uomo; e, soprattutto, il travestirsi è in qualche modo vi-

²⁷ Olghina di Robilant, *Proibito travestirsi*, cit.

²⁸ Giulia Muggeo, *Marcello Mastroianni. Echi e riscritture di un attore*, Acireale-Roma, Bonanno, 2017, pp. 64-65.

sto come carattere connaturato allo spettacolo, anche maschile: «quando sognavo le scene, da piccolo, sognavo la vistosità degli abiti, l'estrosità dei costumi».

Mastroianni dimostra di non avere timore di divenire o sembrare un maschio "esibito", tanto da rivendicare quasi una fluidità di genere, dove la moda risulta essere uno degli strumenti più adatti agli sconfinamenti e alle mutabilità dei ruoli sociali: «esistono mogli – dice l'attore – che preferiscono il visone esibito sul marito anziché su se stesse e fanciulle che preferiscono inghirlandare il proprio fidanzato di catene, catenelle d'oro, bracciali e anelli anziché ricoprirsi loro stesse».

Praticamente in contemporanea con l'uscita del numero Mastroianni compare nel celebre documentario televisivo *Block-notes di un regista* di Fellini, apparso sugli schermi della tv americana nel marzo 1969; in una celebre sequenza il regista fa visita all'attore che sta posando nel giardino della sua villa per un servizio fotografico, davanti a fotografi e giornaliste americane che lo interrogano sul suo ruolo di latin lover internazionale. Mastroianni viene presentato come un indossatore: veste una giacca bianca, poi una pelliccia scura con cappello nero a falde ampie, infine un cappotto fulvo con collo di pelliccia portato sullo smoking. L'attore è mostrato e interrogato, come avviene nel servizio di "L'Uomo Vogue", tramite l'abito e il filtro della posa fotografica, per proporre un interessante profilo aggiuntivo della sua immagine divistica attraverso i caratteri del travestimento, dell'artificio, dell'autenticità e dell'amalgama tra elementi maschili e femminili.

Queste limitate riflessioni dedicate al rapporto tra divismo, immagine, bellezza e genere maschile in un *fashion magazine* come "L'Uomo Vogue", mostrano quanto il cinema e i media siano il principale mediatore, il più intenso oggetto di richiamo per articolare ipotesi e istanze di cambiamento inerenti al maschile, e quanto i divi rappresentino la principale fonte di narrazione dei concetti di eleganza e *Italian style*. Spesso gli ingredienti della fama, della bravura attoriale e della bellezza si estendono ad ulteriori fenomeni che includono il successo, l'affermazione, le strategie di auto-promozione, avanzando per l'epoca una innovativa proposta di *celebrity* che testimonia delle maglie sempre più larghe del divismo. Basti citare la copertina che "L'Uomo Vogue", nel novembre 1975, dedica a Gianni Agnelli²⁹, in un momento di diversificazione delle celebrità nostrane rappresentate dai media. Nuovi parametri di figurazione dell'identità maschile e nuove strategie di messa in forma delle icone di stile italiane e internazionali, in gran parte ancora da esplorare e indagare.

²⁹ "L'Uomo Vogue", novembre 1975, n. 41.

II.
**Representation, stardom, and gendered
performances in the media**

Performing and reflecting the self in home videos of a Viennese family (1992-2009)*

Renée Winter

With the popularisation of video technology in the 1980s, the making of audio-visual recordings became affordable for broad sections of the population especially in Western Europe and North America. The use of video in the private sphere was based on the one hand on the already established visual media of representations of the self and the family – photography and small gauge film. On the other hand, in home video new practices of recording and representation emerged with the technological possibilities of video such as synchronous sound recording, hardly limited recording capacities due to cheaper material, and the easy copying and re-recording of magnetic tapes.

By “home video”, I am referring to a non-professional practice of recording videos “centered around the home”¹, mainly in the period from the 1980s to the 2000s. In this article I will analyse how the affordances of video technology affected gendered performances of the actors within the home videos. I would like to point out that the medium of video has led both to a multiplication of privately recorded performances and to a constant attempt to control and improve one’s own performance/s.

Before we get to concrete examples of the video material, I would like to introduce two sets of terms that have been developed on the basis of documentary film and family films.

* This work was supported by the Austrian Science Fund FWF (project number: V633).

¹ Richard Chalfen, *Snapshot Versions of Life*, Bowling Green, Ohio, Bowling Green State University Popular Press, 1987, p. 8.

Film scholar Thomas Waugh, in his 1990 published text *Acting to Play Oneself. Performance in Documentary*, distinguished “presentational and representational performance” in documentary film. He calls “presentational performance” the “convention of performing an awareness of the camera rather than a nonawareness, of presenting oneself explicitly for the camera”². While this mode, in which the filmed subject obviously delivers a performance for the camera, goes back to representational conventions of photography (posing for the camera); the “representational performance” refers to performance modes of fictional cinema: “When subjects perform ‘not looking at the camera,’ when they ‘represent’ their lives or roles, the image looks ‘natural’ as if the camera were invisible or as if the subject were unaware of being filmed”³. Waugh calls this performed unawareness a “narrative illusion”.

Another set of terms relevant to us was developed by film scholar Alexandra Schneider: In her study *Die Stars sind wir* (“We are the stars”), she examined performances in family films⁴. The basis of her considerations were Swiss family films of the 1920s and 1930s. Schneider distinguishes between mode and form of performance. In terms of mode, Schneider is interested in the way of addressing (is the camera addressed or not?) and medial situatedness (is there an awareness on the part of the actors of the presence of the camera, of the medial situation, or not?)⁵.

This distinction by mode can also help to separate extra-filmic performances from filmic ones. Often the camera is merely an observer of weddings or concerts, of performances that do exist without the presence of the camera.

Furthermore, Schneider distinguishes four forms of performance in the family film: “the transfigurative scenic performance” (i.e. the presentation of a fictional role), “the artistic performance” (in which, for example, tricks are performed, juggling and tumbling, leaps, ...), “the involuntary performance” (in which the actor loses control over the performance), and “the scenic self-presentation of a more or less authentic self”⁶. Some aspects of the scenic self-presentation described by Schneider on the basis of family films of the 1920s and

² Thomas Waugh, *Acting to Play Oneself. Performance in Documentary* (1990), in Thomas Waugh, *The Right to Play Oneself. Looking Back on Documentary Film*, Minneapolis, Minnesota/London, University of Minnesota Press, 2011, pp. 71-92: 76.

³ *Ibid.*

⁴ Alexandra Schneider, „*Die Stars sind wir*“ *Heimkino als filmische Praxis*, Marburg, Schüren, 2004.

⁵ *Ibid.*, pp. 135-136. Translation by author.

⁶ *Ibid.*, pp. 137-141. Translation by author.

1930s can also be detected in home videos of the 1980s and 1990s: waving at the camera, grimacing, striking poses, refusing to be filmed, etc. However, the differences of the self-performances made possible by the medium of video in comparison to small gauge film of the interwar period also become clear.

I would like to discuss medial specificities of home video performances on the basis of the video collection of a Viennese family. Brigitte S., born in 1964, living in Vienna, donated 26 videotapes with recordings from 1992 to 2009 to the Österreichische Mediathek (Austrian national audiovisual archive). From 1992 to 2003, mainly her husband Gerhard filmed. In 2004, Brigitte S. received a camera for her 40th birthday and filmed from then until 2009. Recorded were family celebrations, birthdays, everyday life in the apartment in the Viennese suburb of Floridsdorf, the growing up of the two children and holiday trips.

Brigitte S. narrates herself and her life in different roles and in different scenes. As mother, wife, daughter and daughter-in-law, as sister and as friend. She does this in front of and behind the camera. The audiovisual performances are clearly shaped by the medial conditions of the medium video.

Compared to small gauge film, video on magnetic tape was characterized by its long recording time and the cheap recording material. While the family films studied by Alexandra Schneider each have a length of a few minutes, the video recordings of the S. family comprise a total of 16 hours and 15 minutes. So, while in family films it is very limited, and exactly selected what is given to see, the video camera is sometimes just left on running for a long time. Gerhard S. filmed the family at parties, at Christmas and on days off in his parents' garden. In his recordings, 'representational performances' of the participants alternate with gestures of waving. When the camera is addressed directly, it is often in a gesture of refusal. In a short sequence where Gerhard enters different rooms during a family reunion in the garden of his parents in the 1990s, it becomes clear how much the performance of the filmed subjects depends on the person behind the camera⁷. The filmed subjects relate to the medial situation by laughing, rejecting or jokingly commenting "Spare me!" or "That's mean!". Brigitte's performance alternates between addressing her husband ("come here") and a smile evoked by the camera or the media situation.

Alexandra Schneider emphasized the special function of the camera in the family film:

⁷ Österreichische Mediathek: E07-00658.

The camera is an actor. As such, it does not ‘look’ at an event from the outside, but is rather part of it. The relationship between the person in front of and behind the camera organizes the space of representation or performance. Ultimately, this means nothing other than that the camera person, like the filmed, behaves performatively. They react to the filmed and at times interact with them⁸.

In an interview, Brigitte S. reflected on the recording situations: “yeah sure, I always looked at the films. If my husband filmed something for example, then I also always looked, ok, how do *I* come across”⁹. This statement indicates that Brigitte S. was also aware of the media situation during the recording and that it also structured her actions and performances. The past videos are used by her retrospectively to “learn something about herself”, she said: “I’ve actually learned to appreciate myself because... on the films I can see how I dealt with my hyperactive ADHD son, that I’m relatively calm and I tried to deal with him sensibly”¹⁰. The successful self-performance here also acts as an affirmation of her identity as a good mother.

Despite the long recording time, not all everyday situations are considered adequate for recording. Visually, the video recordings tend to be oriented on the motifs of previous media used to represent and record family life: photography and small gauge film – and therefore on bourgeois family ideals. Recordings of happy family life are considered desirable. Conflicts and disturbances, however, can be glimpsed through the sound.

Only with video technology did synchronous sound recording become the norm. With synchronous sound, the control of the filming subject diminishes. If it was already difficult to maintain control over the image, control over the sound is nearly an impossibility. People, especially children, shout in between, they rant, cry and sing or they do not behave according to the expectation of a successful harmonious family celebration¹¹.

Sound not only allows for a whole additional level of expression and performance, but through synchronized sound it is also possible to perform from the off. This is as true for those outside the field of vision as it is for those on camera.

⁸ Schneider, *Die Stars sind wir*, p. 130. Translation by author.

⁹ Personal interview Brigitte S., 26 February 2020. Translation by author.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ I elaborated more on this topic here: Renée Winter, *Struggle over control: Sound in home video*, in “International Journal of Cultural Studies”, 2023, Vol. 26, n. 1, pp. 120-136.

On-camera narration, the verbal and narrative accompaniment of the images, offers new possibilities for the people filming.

Sound also brings into play another aspect of self-performance that needs to be considered. As Brigitte S. says in the interview, she tries not to fall into a dialect in the recordings, but to speak “beautifully”¹². The permanent possibility of sound recording thus also leads to the self-control of the people present.

Who is behind the camera has a decisive influence on the performed self-presentations. The era of home movies on small gauge film was characterized by a traditional familial concept, which Roger Odin described as follows:

Within this structure, the father has a particular position; it is he who directs the formation of familial memory; it is he who oversees the building of the cemetery grave; he who orders the painted family portraits; who takes the photographs; and, obviously, it is he who shoots the films¹³.

Differently than the film camera, the video camera, turning from luxury object to article of everyday use, is passed on more often. The simpler recording technique and above all the cheaper recording material reinforce the practice that the camera is also operated by curious friends, by family members and also children.

The change of camera and perspective from Gerhard to Brigitte S. is also accompanied by a change of mode. Gerhard’s recordings were previously characterized by a documentation of family celebrations, of birthdays and Christmas; ‘representational performances’ in Waugh’s sense, prevail. Brigitte, on the other hand, uses the camera in different contexts and functionalities. She uses video to have proof of her husband’s snoring, to get in touch with her adolescent children or to testify to friendship.

During a trip to Rome with her best friend, the camera is pointed at the filmmakers themselves in various environments¹⁴. At the beginning of the video at the Viennese airport, Brigitte asks “who is travelling again?” and turns the camera on her friend. Then both friends want Brigitte to also come into the picture, her friend takes over the running camera, resulting in some blurred shots

¹² *Ibid.*

¹³ Roger Odin, *The Home Movie and Space of Communication*, in Laura Rascaroli, Gwenda Young, Barry Monahan (eds.), *Amateur Filmmaking. The Home Movie, the Archive, the Web*, New York/London, Bloomsbury, 2014, pp. 15-26: 16.

¹⁴ Österreichische Mediathek: E07-00920.

of the airport area, while Brigitte continues the sentence about the participating travelers “and of course... me” when she comes into the picture.

In the following video, the two friends address themselves alternately by on-camera narration, the recorded self-performances are respectively directed at the friend. Frequent camera changes, tripod and wide-angle allow Brigitte to also come into the picture. Presentational performances dominate in this vacation video; the friends, very much aware of the camera, audio-visually establish their friendship by reciprocal addressing of their ‘scenic self-presentations’ towards each other.

Directly after the video, the two friends recorded a review, apparently after watching the holiday video again after returning to Vienna. They are in a very good mood, stating that:

Brigitte: “We just watched the video of Rome and we laughed so hard because we talked so much nonsense”.

Friend: “But we stand by it”.

Brigitte: “And natural behavior is just super wonderful”.

When Brigitte emphasizes “natural behavior is just super wonderful” in the after-viewing, she also refers to the behavior performed in front of the camera. It seems interesting here that in contrast to the video recordings in the family circle, the camera is very often addressed directly and the performance for the camera is quite expressive. Brigitte’s behavior, described here as “natural behavior”, is very different from the performances at family parties, outings, and everyday family life, which are primarily limited by family roles and tasks.

The medial arrangement of the last scene, the recording of the after-viewing in front of the video screen and directly following the viewed recording is a highly video-specific practice. As Brigitte S. emphasized in the interview, it was also possible with the camera used here to see oneself in the (rotatable) monitor. Video enables not only live self-viewing, but also immediate re-viewing of the material just recorded. Brigitte S. used the camera to review and improve her professional appearance or her presentation style as well as her self-performances in the private sphere, as she emphasized:

And seeing the videos I have learned how I come across... [...] and how I then appear on the screen... That this is quite ok... and I was actually sat-

ified. And that is also a self-reflection. How do I see myself and how do I look to others...¹⁵

In conclusion, video technology offered the possibility for diverse and multiple self-performances which could also transcend representational conventions of previous audiovisual family media with limited gender performances, whether through the use of synchronic sound or the use of the camera by family members in individual situations. Moreover, I would argue, that through the immediate replaying possibilities of video, the medium enabled and encouraged self-observation, and therefore a reflection on the performance of the self.

While we can note both a multiplication of perspectives and multiplication of performances of the self and the family on video, the opportunity of reflection finally also opened the space for video-supported work on the self, for the possibility and eventually the imperative to improve and optimise self-performances.

¹⁵ Personal interview Brigitte S., 26 February 2020. Translation by author.

From the ‘right’ choices to the ‘right’ dispositions: The subjective and psychological construction of postfeminism in Chinese reality dating shows

Xintong Jia

Introduction

Research into postfeminism in the early nineties has focused on the individualistic, consumption-oriented, self-empowering female subject and the entanglement of feminist and anti-feminist narratives¹. Postfeminism has been transformed into a psychological discursive strategy by cultivating the ‘right’ kinds of dispositions, such as confidence, resilience, positivity, and optimism². Illuminated by the current and ongoing “luminosity and popularity” of feminism in popular culture, postfeminism has intensified its hold over the contemporary society and exerts disciplinary power as “an always available hegemonic response to feminism”³. Understanding postfeminism as a set of contradictory discourses which “respond to, disavow, and individualise feminist politics”, this chapter explores the subjective and psychological construction of postfeminism in contemporary Chinese reality dating shows⁴. The data is derived from textual analysis of *New*

¹ Angela McRobbie, *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*, London, Sage, 2009; Rosalind Gill, *Postfeminist Media Culture*, in “European Journal of Cultural Studies”, 2007, no. 2, pp. 147-166.

² Rosalind Gill, *The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism: A Postfeminist Sensibility 10 Years on*, in “European Journal of Cultural Studies”, 2017, no. 6, pp. 606-626; Angela McRobbie, *Feminism and the Politics of Resilience: Essays on Gender, Media and the End of Welfare*, Cambridge, Polity Press, 2020; Shani Orgad, Rosalind Gill, *Confidence Culture*, Durham and London, Duke University Press, 2022.

³ Orgad, Gill, *Confidence Culture*, p. 145; Gill, *The Affective, Cultural and Psychic Life of Postfeminism*; Sarah Projansky, *Watching Rape: Film and Television in Postfeminist Culture*, New York and London, New York University Press, 2001, p. 88.

⁴ Catherine McDermott, *Feel-Bad Postfeminism: Impasse, Resilience and Female Subjectivity in Popular Culture*, London, Bloomsbury Academic, 2022, p. 3.

Matchmaking Conference (*xin xiangqin dahui*) produced by Jiangsu Satellite TV since 2019 with a focus on the representation of femininity and conversations about female subjectivity and intimate relationships on the show. This chapter asks: What kinds of *dispositions*⁵ do reality dating shows expect female participants to project? In what way are the ‘right’ dispositions related to postfeminist discourses in post-socialist China?

New Matchmaking Conference is a reality dating show dedicated to heterosexual matchmaking. In the Chinese language, *xiangqin* means “matchmaking” or “setting up blind dates”. The term describes the process by which a female and a male are introduced to each other by a third party to make a match. *Xiangqin* is historically and traditionally seen as a “prelude to marriage”⁶. In contemporary China, *xiangqin* has been adopted by dating practices such as matchmaking agencies, mobile dating applications, and dating TV. *Xiangqin* has been transformed from a marriage practice to an economic activity which is “less marriage-oriented, less formal, more entertainment-driven and self-dominated”, as illustrated by *New Matchmaking Conference*⁷.

New Matchmaking Conference has three features. It firstly focuses on dating candidates who are urban and highly educated. The female candidates are presented as postfeminist subjects who are empowered by their only daughter status, higher education received at Euro-American universities, and their ability to personify the current femininity ideal in contemporary China. This is characterised by glamorous appearance, slender figure, pale skin tone, and remarkable eyes. The show, secondly, adopts a game show format with a competitive atmosphere. Candidates are supposed to compete with others to win the matchmaking ‘game’.⁸ Thirdly, the show follows a makeover paradigm that imposes certain expectations on female candidates, requiring them to embody an upgraded feminine disposition. This entails striking a balance between a modern and independent sense of self and the traditional concept of the dependent “little woman”.

⁵ In this chapter, disposition is an umbrella term of a person’s character, behaviour, and gender performance. It also contains aspects of affect, referring to the way people feel and make other people feel.

⁶ Pan Wang, *The cultural economy of Xiangqin: an analysis of the “intimate business” on Chinese television, date-renting sites and mobile phones*, in “Continuum”, 2022, no. 4, pp. 546-561: 547.

⁷ *Ibid.*, p. 549.

⁸ Xintong Jia, *Intimate Activism and A Chinese Postfeminist Sensibility: Female Viewers’ Responses to Reality Dating Shows*, in Elisabeth Engebretsen, Jinyan Zeng (eds.), *Feminist Activism in Post-2010 China*, London, Bloomsbury Academic, 2023.

Previous research into dating TV has mainly focused on aspects of gender performance and authenticity, feminist sensibilities, dating and marriage norms, soft power, and the resurgence of matchmaking traditions.⁹ This chapter focuses on the subjective and psychological construction of postfeminism in Chinese reality dating shows and how dating shows offer a way of performing, being, feeling, and thinking about female subjectivity. The chapter seeks to contribute to the literature on the interrogation of how postfeminism is lived, represented, and projected by contemporary Chinese women.

Guidelines for selfhood in reality dating shows

Reality TV has opened up new public domains for the performance, representation, and interrogation of individuals' "extraordinary subjectivity" via evaluating, rewarding, and advising the scenarios of the self¹⁰. The makeover paradigm has permeated postfeminist media culture where the self is seen as a project with inherent defects thus demanding lifelong and all-encompassing work, transformation, and upgrading¹¹. Reality dating TV contains the format of makeover TV via guiding female candidates to perform the 'right' and 'proper' disposition in a blind date.

The "makeover takeover" with an explicit target on women has dominated reality TV¹². The transformation narrative in makeover TV offers audiences with refreshing and cheerful spectacles as the closing sequence, leaving a message suggesting "Follow the show's guidelines, you can do this too". In this respect, self-transformation not only serves for the moment of spectacular makeover as a visual splendour but also suggests women to take on this approach as a response and a solution to the dilemmas, confusion, and precarity of their lives.

⁹ Donna Chu, *An (un)romantic journey: Authentic performance in a Chinese dating show*, in "Global Media and China", 2020, no. 1, pp. 40-54; Wei Luo, Zhen Sun, *Are You the One? China's TV dating shows and the Sheng Nu's predicament*, in "Feminist Media Studies", 2015, no. 2, pp. 239-256; Pan Wang, *Inventing traditions: Television dating shows in the People's Republic of China*, in "Media, Culture & Society", 2017, no. 4, pp. 504-519.

¹⁰ Jon Dovey, *Freakshow: First Person Media and Factual Television*, London, Pluto, 2000, p. 4.

¹¹ Rosalind Gill, *Postfeminist media culture: Elements of a sensibility*, in "European Journal of Cultural Studies", 2007, no. 2, pp. 147-166: 156; Helen Wood, Beverley Skeggs, *Notes on ethical scenarios of self on British reality TV*, in "Feminist Media Studies", 2004, no. 2, pp. 205-208.

¹² Rachel Moseley, *Makeover takeover on British television*, in "Screen", 2000, no. 3, pp. 299-314: 299.

The Chinese makeover show *You Are So Beautiful* (Mango TV, 2019) demonstrates how reality TV intervenes in subject-making with a preoccupation with women. It recruited a group of claimed to be ordinary women who were identified as flawed and problematic, demanding both professional rescue and self-transformation. On the show, these women were evaluated, mocked, and even humiliated by five ‘experts’ in the fields of appearance management, fashion style, interior design, eating habits, and intimate relationships. ‘Experts’ firstly diagnosed and informed them about their problems – advising what knowledge and skills they should master and develop. ‘Experts’ then actively encouraged these women to engage in self-transformation until they represented the ‘right’ dispositions – possessing proper middle-class taste and aesthetics and feeling confident about themselves.

This profoundly classed and gendered self has been made through consciousness-raising and lifestyle improvement in reality TV. Slogans of “being yourself”, “making a better self”, and “searching for a real self” are ubiquitous in postfeminist culture. They have been appropriated by reality TV to encourage people to take control of their lives by making lifestyle choices in pursuit of happiness and fulfilment. The self is “a reflexive project” which develops from the past to an expected future and the individual is responsible for the “trajectory of development”¹³. For Giddens, “we are, not what we are, but what we make of ourselves”¹⁴. Giddens suggests that “in conditions of high modernity, we all not only follow lifestyles, but in an important sense are forced to do so – we have no choice but to choose”¹⁵. An individual’s decision to adopt specific daily routine is an expression of self-identity – it is not only about what to wear, how to behave, and what to think but also whom to become. Nevertheless, Giddens did not specify how gendered this process is – as if projects of selfhood are evenly spread or required.

In postfeminist media culture, *personal choice* has been packaged with the idea of pleasing oneself, within which women are positioned as autonomous subjects who can empower themselves via catering to the narrow standard of femininity. On dating TV, women’s engagement in gender performance is seen as a personal choice instead of a requirement of patriarchal culture. Women’s

¹³ Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Stanford CA, Stanford University Press, 1991, p. 75.

¹⁴ *Ibid.*, p. 75.

¹⁵ *Ibid.*, p. 81.

choice to engage in self-transformation is seen as “an individualised responsibility” and an efficient solution to the personal plight, which is counter to the idea of personal-as-political¹⁶. Work on the self has not only been taken as “the quest for a path” and “the search for authenticity” but also has been offered as “an antidote to the anxiety-provoking uncertainties of a new economic and social order”¹⁷. This chapter thus examines the makeover paradigm of femininity in *New Matchmaking Conference* with a focus on the affective and psychological dimension of postfeminism. This chapter reveals how this dating show offers guidelines and advice on the ‘right’ dispositions which women should embody in order to *become* the eligible and proper dating partner in heterosexual relationships.

The becoming of a little woman

New Matchmaking Conference has recruited a group of urban and highly educated young women as dating candidates. These women featured in glamorous appearance and independent character. Zhao Qi is a female candidate in the fifth season. Qi is typical having a fit slim figure and stunning appearance. She revealed her nickname to be “big brother Qi”. She bluntly stated that she has an aggressive personality and works exceptionally hard. Qi also publicly disagreed with the conventional gender division of labour, summed up by the norm, “men outside the home, women inside”. Wang Tong is another female candidate in the fourth season. She introduced herself as holding a master’s degree in finance from the UK and being able to earn well. Tong encouraged girls to invest in themselves physically and psychologically. Tong also advised that if she is attracted to someone, she would actively approach him, rather than waiting to be approached.

Ironically, most male candidates responded negatively after hearing these views. Men repeatedly made comments like: “I can’t handle or control her”; “She seems to be a strong woman who makes me under pressure. I don’t like this feeling”; “She is a big woman, not a little woman. She seems like an elder sister who can’t make me feel impulsive or romantic”; “She doesn’t have that

¹⁶ Wood, Skeggs, *Notes on ethical scenarios of self*, p. 206.

¹⁷ Orgad, Gill, *Confidence Culture*, p. 12.

thing a woman is supposed to have". Having expressed these points of view, the male candidates quit the competition, not wishing to be matched with the female candidates. Female candidates were not told what the male candidates said about them until the show broadcasts in the show format. Qi and Tong did notice some candidates leaving the matchmaking selection process. They became upset and awkward standing centre-stage, not knowing what to say or how to behave. The ambience was made even more disturbing by the agitated background music that simulates a heartbeat and expressions of anger and confusion from spectators on the set.

At that moment, either the host or an older celebrity who act as the dating expert broke the ice by giving in effect a public lecture on "How a woman is supposed to behave on a dating show?". The host and the celebrity imparted their lecture on femininity by suggesting that women showed different aspects of themselves in front of different men. A woman should become a little girl when she falls in love. Having received the tutorial on how to represent a culturally constructed and idealised femininity, Qi and Tong became grateful and willing pupils who were able to promote their "womanly" dispositions on the dating show. Qi added that her closest friends thought she was quite stupid, neither independent nor aggressive. Qi's cousin said that Qi is girly (*ruan meizi*) at home. Likewise, Tong revealed that she will *become* very sweet and very clingy in heterosexual relationships.

The transformations of Qi and Tong's attitude toward self-representation are typical of contemporary reality dating shows, showing how dating shows not only provide matchmaking opportunities but also contain mechanisms for transforming candidates to possess, perform, and represent the 'right' and 'proper' gendered self to *become* an eligible, acceptable, favourable, and approachable dating candidate on the show.

The concept of becoming highlights constant transformation and flexibility. Gender is "as much as a process as a fixed state"¹⁸. Gender is not merely expressed; it is enacted and performed. Gender is unstable – it is being continually produced and reproduced. Deleuze and Guattari insightfully propose, "the girl is like the block of becoming that remains contemporaneous to each opposable term, man, woman, child, adult. It is not the girl who becomes a woman; it is

¹⁸ Amy Wharton, *The Sociology of Gender: An Introduction to Theory and Research*, Oxford, Blackwell Publishing, 2005, p. 7.

becoming-woman that produces the universal girl"¹⁹. The quote is significant in the way that it breaks the linear understanding of the development of a girl's track of development, which is not from a girl to a woman. The female gender has been constructed as flexible, changeable, and knowing. It stresses the self-fashioning work of endless becoming which shapes a female's relationship with herself. The female self is seen as an uncompleted project.

On the dating show, women were strongly encouraged to demonstrate both their independence as contemporary citizens and their dependence on men as approachable partners. For women, it is important to master the skills required for self-transformation conditional on setting. They are expected to show the 'right' dispositions on a blind date – confident but not aggressive, independent but not dictatorial. The contradictory and invisible requirements for women are reflected on the figure of "cool girl", who conforms to traditional feminine passivity and beauty norms, and elaborately conceals the knowingness simultaneously²⁰. The cool girl image signifies the transformation from the self-monitoring subject that Bridget Jones enacts to a knowing postfeminist persona that highlights agency, defiance, and enjoyment. Female candidates not only conform to traditional feminine passivity and beauty norms, but they are also eager to demonstrate their independent personality and the ability to survive in society. However, confronted by the potential threat and fear of not being chosen by a male counterpart on a dating show, women have to carefully conceal their sharpness and demonstrate a girly and vulnerable persona.

Dating shows work as a device to manage the performance and representation of female subjectivity. Employing a series of regulatory and systematic modes, dating shows have promoted and moulded a newly upgraded form of feminine subject – a woman who can swiftly switch to being a "big woman" whilst simultaneously performing as a "little woman". Being a big woman is a response to the competitive social environment and intensifying precarity after the Covid-19 pandemic and the deepening inequalities. Performing a little woman is a reaction to the gendered requirement and expectations for women in patriarchal and heterosexual relationships. Women have to navigate carefully, traversing between the dualism of gender, put on and take off the female masquerade, and never ceasing to self-regulate and self-transform, as well as constantly becoming.

¹⁹ Gilles Deleuze, Félix Guattari, *A Thousand Plateaus*, Minneapolis, University of Minnesota, 1987, p. 277.

²⁰ McDermott, *Feel-Bad Postfeminism*, p. 40.

Conclusion

This chapter analysed how reality dating shows reframe female gendered subjectivity by promoting a newly upgraded female subject for matchmaking events. Female candidates are required to turn inward, observe their mentality and psyches, and work on the self to represent themselves as a knowing subject who is capable of being an independent individual but also capable of performing an approachable little woman with an “aesthetically pleasing manner”²¹. Along with its competition game show format, *New Matchmaking Conference* has updated the makeover paradigm of promoting the gendered expectations for women to perform multiple characters, which are featured as progressive but not disruptive, independent but not aggressive, modern whilst also traditional.

The makeover paradigm on reality dating shows is typical in the requirements for women to switch from being a big woman for herself to performing as a little woman for dating male partners. No matter how intelligent the woman is, she must adjust herself to fit into the patterns of heterosexual matchmaking conventions, which require women to turn inward and self-disclose her vulnerability and stupidity in a gendered savvy way. The transformation of female candidates in reality dating shows provides a new way to understand postfeminist sensibility in the context of contemporary China. Female candidates on dating shows are relatively privileged. They are empowered by urban citizenship, higher educational attainment levels, and financial independence. However, the empowered status has made male candidates feel threatened and their masculinity undermined. Within a patriarchal matchmaking system, women are required to work on the self to perform an aestheticised version of postfeminist sensibility and carefully conceal their sharpness and gumption with a little woman’s masquerade.

²¹ Orgad, Gill, *Confidence Culture*, p. 161.

Un'attrice che scrive. Maria Denis e Luchino Visconti in *Il gioco della verità*

Lucia Cardone

Diversissimi e lontani tanto nelle memorie spettatoriali quanto nei destini cinematografici e biografici, i profili di Maria Denis, giovinetta tenera e melanconica degli schermi di regime, e di Luchino Visconti, illustre e indiscusso maestro della regia, si sfiorano nel campo largo e ancora poco sondato delle *divagrafie*¹. Questo fascinoso neologismo, inventato da Maria Rizzarelli², definisce l'ampio e misconosciuto *corpus* di testi pubblicati dalle attrici cinematografiche, che variamente, con esiti e fortune difficilmente comparabili, si sono misurate con lo spazio della pagina e con l'esercizio della scrittura. Invero sono sorprendentemente numerose le stelle grandi e piccine che, a partire dai primi decenni del Novecento, quasi a riprendere una radicata consuetudine delle grandi attrici teatrali³, hanno affidato alla stampa autobiografie, romanzi, novelle, poesie, articoli, saggi, ricettari, consigli di moda, di stile e così via.

Punteggiata di "scritture a perdere"⁴, giudicate senza prestigio in ragione della loro prossimità con l'industria culturale, con la promozione e l'autopromo-

¹ Questo scritto discende dalle ricerche del progetto DaMA - Drawing a Map of Italian Actresses in Writing, finanziato dal MIUR nell'ambito del Programma PRIN - Progetti di ricerca di Rilevante Interesse Nazionale (Bando PRIN 2017), che coinvolge le università di Sassari, Catania e Napoli Federico II. Cfr. <https://www.damadivagrafie.org/>.

² Maria Rizzarelli, *L'attrice che scrive, la scrittrice che recita. Per una mappa della diva-grafia*, in Lucia Cardone, Giovanna Maina, Stefania Rimini, Chiara Tognolotti (a cura di), *Vaghe stelle*, "Arabeschi", 2017, n. 10, <http://www.arabeschi.it/13/>.

³ Si veda a questo proposito il pionieristico studio di Laura Mariani, *Il tempo delle attrici. Emancipazionismo e teatro in Italia fra Ottocento e Novecento*, Bologna, Mongolfiera, 1991.

⁴ Su queste scritture femminili senza prestigio mi sia consentito di rimandare al mio *Scritture a perdere. Le donne, il cinema, l'industria culturale e la dimenticanza*, in "Economia della cultura", 2019, n. 4, pp. 599-609.

zione divistica, questa garrula congerie di testi ci consegna un materiale spurio, sovente guardato con sufficienza sia da chi si occupa di storia dello spettacolo, sia da chi studia il contesto letterario. Eppure le pagine vergate dalle attrici, a tratti spumeggianti e nomadi, fuori dagli schemi, sono portatrici di punti di vista obliqui, imprevisi, e sempre degni di interesse per le aperture vertiginose e per gli incroci disciplinari che permettono, convocando, da un lato, la storia del cinema e la concretezza delle sue pratiche produttive e di consumo; dall'altro, la letteratura, le dinamiche complesse dell'industria culturale, e segnatamente, la storia delle donne. L'affondo dedicato al misterioso legame fra Maria Denis e Visconti, che discende dalla ricerca PRIN incentrata sulle *divagrafie* ancora in corso, intende mostrare l'inclinazione interdisciplinare e la portata euristica di questi testi che, se opportunamente interrogati, hanno la capacità di illuminare lo scenario filmico e il *côté* storico, compresi gli ambiti più scandagliati, da prospettive inedite, foriere di nuovi approcci e conoscenze.

Per convincersene, è sufficiente sfogliare la smilza autobiografia di Maria Denis, *Il gioco della verità*, edita da Baldini e Castoldi nel 1995⁵. Dall'elegante cartoncino opaco della copertina, occhieggia un vivido ritratto fotografico dell'attrice, che ha interpretato, nella breve e brillante parabola della sua carriera, il ruolo fresco dell'ingenua, della brava e buona ragazza della porta accanto, animata dai sentimenti più autentici. Le sue avventure sugli schermi del Ventennio sono talvolta lambite da una vena pensierosa, lievemente mesta, quasi una persistente ombra di infelicità, come testimonia, per ricordare un esempio fra i numerosi possibili, Dorina, la giovane e operosa sartina di *Addio giovinezza* (Poggioli, 1940), destinata a non coronare il suo sogno d'amore. Nonostante la chiusa amara riservata alla protagonista, la pellicola rappresenta un formidabile banco di prova per Denis⁶, che consolida la sua posizione, di quieta brillantezza, nel cielo stretto del divismo autarchico. Senza dubbio è una storia di successo, grazie alla quale l'attrice rafforza la sua maschera di attraente domesticità, impersonando donne legate a doppio filo ai valori tradizionali e

⁵ Maria Denis, *Il gioco della verità. Una diva nella Roma del 1943*, Milano, Baldini e Castoldi, 1995.

⁶ Sulla figura di Denis e per una panoramica sul cinema del Ventennio, si vedano almeno Francesco Savio, *Ma l'amore no. Realismo, formalismo, propaganda e telefoni bianchi nel cinema italiano di regime (1930-1943)*, Milano, Sonzogno, 1975; Id., *Cinecittà anni Trenta. Parlano 116 protagonisti del secondo cinema italiano*, a cura di Tullio Kezich, Roma, Bulzoni, 1976 (riedito nel 2021 a cura di Adriano Aprà); Marcia Landy, *Stardom Italian Style. Screen Performance and Personality in Italian Cinema*, Bloomington, Indiana UP, 2008; Gian Piero Brunetta, *Il cinema italiano di regime. Da La canzone dell'amore a Ossessione (1929-1945)*, Roma-Bari, Laterza, 2009; e Meris Nicoletto, *Donne nel cinema di regime fra tradizione e modernità*, Alessandria, Falsopiano, 2014.

familiari, come mostra un altro personaggio cruciale, quello di Anna in *Nessuno torna indietro* (Blasetti, 1943), tratto dal discusso e trasgressivo romanzo di Alba de Céspedes⁷. Qui il “regista con gli stivali”, che nutre per la giovane attrice una particolare predilezione, orchestra un gran finale nuziale, con abito bianco e fiori d’arancio, trasformando la dolce Anna da diligente studentessa a sposa felice e facendo di lei, e non della sofisticata Manuela interpretata da Doris Duranti, la vera protagonista del film. A ben vedere, dunque, Denis raffigura nelle leggiadre inquadrature del cinema *déco* la rivincita delle brave ragazze ed anche per questo il suo *memoir* appare degno di interesse, soprattutto rispetto alle strategie scelte per dire di sé e dell’avventuroso lavoro davanti alla macchina da presa.

Nel raccontare il suo incontro con il cinematografo, l’attrice sembra inizialmente aderire a una narrazione piuttosto canonica, collocando il suo esordio in una cornice di casualità e di sorpresa, con l’aggiunta di una sfumatura apertamente fiabesca, un po’ paurosa e spiazzante. Tutto comincia con una casta e soleggiata passeggiata nel parco, in compagnia della madre:

Un giorno, frequentavo la quinta ginnasio, venni catapultata, come Alice, in un nuovo Paese delle meraviglie: il cinema. [...] Fu un signore gentile e simpatico, il regista Piero Francisci, a fermare me e mia madre mentre passeggiavamo a Villa Borghese. Stava cercando dei giovanissimi [...] per un film sperimentale [...]. La proposta mi turbò, non la gradii molto, ero preoccupata. La mamma invece accettò con entusiasmo⁸.

Il racconto muove dalle memorie dei primi set e dei contratti capestro con i produttori italiani, molto disinvolti nel far firmare alle giovani esordienti come lei accordi che prevedevano paghe modestissime, talvolta prospettando, quale sontuosa regalia, la possibilità di tener per sé gli abiti di scena. Il mondo dello schermo viene restituito nelle sue durezze, nella fatica di un *tournage* ininterrotto, contraddistinto da tempi stretti e tirannici, da luci e proiettori implacabili, e da consuetudini di ingaggio quanto meno furbesche, ben lontane dai costumi delle persone per bene:

⁷ Su questo spinoso caso di adattamento mi sia consentito di rimandare al mio *Pelle e pellicola. La scrittura femminile e lo sguardo in Nessuno torna indietro di Alba de Céspedes e Alessandro Blasetti*, in Saveria Chemotti (a cura di), *Le graphie della cicogna. La scrittura delle donne come ri-velazione*, Padova, Il Poligrafo, 2012, p. 289-332.

⁸ Denis, *Il gioco della verità*, cit., p. 11.

Il mio mondo era quello della gente onesta, discreta; persone con ideali, un credo religioso molto forte, il senso della patria. Il mondo del cinema, al contrario, era quello delle astuzie, dei raggiri, dell'esibizione e del successo⁹.

Pian piano, però, dopo un bruciante apprendistato, Denis si fa più attenta e si limita a recitare sullo schermo il ruolo della fanciulla sprovveduta, dettando nella stipula dei contratti condizioni migliori, e guadagnandosi la fama di ragazza in gamba, capace di destreggiarsi e di tutelarsi dalle angherie dei produttori.

Attrice per caso, quindi, la timida ginnasiale comincia nel 1933 la sua scintillante carriera nel cinema, stagliandosi in modo netto fra le stelle nostrane promosse dal divismo fascista. Piuttosto problematico e ambivalente, però, è il suo rapporto col regime, che le appare per ciò che è con la forza dirompente di una rivelazione, tardivamente, come accade a molte e molti della sua generazione. Classe 1916, lei stessa afferma di essere praticamente nata dentro il fascismo, di non aver conosciuto altro:

Ero stordita. Non capivo. Cos'era il fascismo per me? Io ero vissuta, cresciuta, si può dire nata nel fascismo, non conoscevo altro. Mi sembrava che tutto andasse bene: ogni cosa era in ordine, i servizi funzionavano, la città veniva ampliata secondo progetti di prestigio [...] ma quello che più contava era che gli italiani andassero d'accordo, si amassero, si ritenessero cittadini di una nazione rispettata. Mi accorsi all'improvviso quanto fosse fragile quella facciata rispettabile e quanto fosse stata nociva la dittatura¹⁰.

I primi tremendi dubbi la sfiorano con l'entrata in guerra dell'Italia, quando assieme alla gente del cinema, con i costumi ancora indosso, accoglie con sgomento le parole del dittatore, in una atmosfera surreale e precaria che sembra perfettamente dialogare con la scena narrata da Elsa de' Giorgi nel suo magnifico *I coetanei*¹¹, sorta di controcampo nella medesima sequenza di montaggio:

Ricordo il giorno in cui Benito Mussolini diede l'annuncio [...] ero a Cinecittà dove [...] ascoltammo angosciati il discorso del Duce alla radio del

⁹ Ivi, p. 12.

¹⁰ Ivi, p. 35.

¹¹ Elsa de' Giorgi, *I coetanei*, Torino, Einaudi, 1955 (riedito da Feltrinelli nel 2019).

ristorante di seconda categoria, dove mangiavano le maestranze. Una folla di attori e comparse in vesti variopinte si era raccolta nella sala¹².

Il rapporto col fascismo e l'esperienza della guerra gravano fortemente sull'esistenza di Denis, ma più di tutto, nella cornice corrusca e traumatica di quegli anni tumultuosi, a incidere su di lei un segno profondissimo è l'incontro, davvero fatale, con Luchino Visconti. Lo ricorda nelle pagine più intense di *Il gioco della verità*, dove a lampeggiare sono gli occhi del regista.

Fu nel '42 che un giorno, un giorno speciale, incontrai Luchino Visconti di Modrone. Per quanto mi sforzi, non riesco a ricordare dove avvenne, né chi c'era intorno a noi. È rimasta soltanto l'emozione che provai. Uno sguardo profondo e imperioso sotto il bellissimo arco dei sopraccigli, il naso importante, leggermente arcuato. Qualcosa di improvvisamente crudele negli occhi scuri, o forse nelle labbra, non generose. Avvertii subito il magnetismo di quell'essere. [...] Non era possibile non lasciarsi coinvolgere¹³.

A ben vedere, fino a quel deciso scambio di sguardi, l'autobiografia di Denis appare tutto sommato convenzionale, giacché l'attrice descrive il suo ingresso casuale e felice nella schiera delle attrici cinematografiche, passa in rassegna i vari personaggi interpretati sullo schermo, i cliché della pubblicistica del settore che la tramutano nella "fidanzatina d'Italia" e restituisce il dietro le quinte sorprendentemente micragnoso di quel mondo scintillante, le piccinerie di produttori scaltri e finanche truffaldini. Tutto cambia, però, quando il racconto arriva al suo cuore pulsante, all'incontro decisivo che ha marcato (ed evidentemente cinquant'anni più tardi continua a marcare) il vissuto dell'attrice. Del resto la spinta a scrivere, a mettere in parole la sua vita sembra discendere proprio da questo irresistibile e ferale contatto, che occupa gran parte del libro divenendone il fulcro incandescente. Lo significa anche il titolo, poiché presto scopriamo che *Il gioco della verità* era un passatempo da salotto condotto con una certa crudeltà da Visconti, in compagnia della sorella Uberta e di altri amici, costretti a rispondere in maniera mondana ai quesiti più truci. La giovane Maria, inesperta e di origini piuttosto modeste, piccolo borghesi, rimane folgorata dallo stile di Visconti, dai suoi modi e dalla sua innata eleganza.

¹² Denis, *Il gioco della verità*, cit., p. 25.

¹³ Ivi, p. 28.

Sa benissimo che lui non potrà mai amarla «come un uomo ama una donna»¹⁴, ma questa consapevolezza non le impedisce di innamorarsi di lui e di lasciarsene propriamente travolgere.

Il contesto baluginante e incerto della Roma occupata dai tedeschi e funestata dalle scorribande dei fascisti rafforza il loro legame: siamo alla fine del 1943 e Visconti entra in clandestinità. Maria Denis ne segue il destino, poiché il regista affida a lei la cura della sua villa romana, sulla via Salaria; non a sua sorella Ubera, che intende proteggere e tutelare, ma alla inesperta e amorosamente sventata attrice, che accoglie con trepidazione quella richiesta, così personale, che interpreta come un segno di sicuro affetto e di massima fiducia nei suoi confronti. Custodire le chiavi della sua casa, per lei, significa poter accedere a una intimità assoluta ed estremamente desiderata con l'algido Luchino, pertanto, incurante dei pericoli che si troverà ad affrontare, accetta con gioia il ruolo che il regista le assegna. Ed è un ruolo davvero rischioso. Difatti, dopo la cattura di Visconti, anche lei viene fermata e lungamente trattenuta dalla polizia fascista, che la accusa di fiancheggiare i ribelli; interrogata per molte ore nella tetra pensione Jaccarino, si scopre capace di recitare sul serio la parte dell'ingenua, della ragazza obbediente e timorata, così a lungo impersonata sul set, giocando il tutto per tutto, riuscendo poi ad essere rilasciata. L'agire di Denis si iscrive perfettamente nell'ampio raggio di attività riconducibili alle pratiche della resistenza femminile, di quell'andare in guerra senza armi descritto da Anna Bravo e Anna Maria Bruzzone¹⁵ che trova nelle strategie di camuffamento, nella mascherata, nella costruzione di convincenti finzioni i suoi colpi più efficaci. Ed è un gioco decisamente pericoloso, ancorché le resistenti ce ne abbiano consegnato memorie per così dire in minore, lontanissime dalle retoriche dell'eroismo.

Maria Denis non solo non fornisce dettagli né informazioni che possano portare la polizia sulle tracce del regista partigiano, ma approfitta della ammirazione che le manifesta Pietro Koch, il temibile e tristemente noto capo della milizia nera. L'impavida attrice comincia a frequentarlo e, di fatto, è questo comportamento, unito alla sua capacità di manipolare e persuadere Koch, a salvare Visconti dalla deportazione in Germania e dalla morte. Così, senza accenti magniloquenti, assumendo una postura umile e al contempo coraggiosa, al pari di quella di numerose italiane impegnate nella resistenza civile, l'attrice scrive:

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Cfr. Anna Bravo, Anna Maria Bruzzone, *In guerra senza armi. Storie di donne 1940-1945*, Roma-Bari, Laterza, 1995.

Agivo istintivamente, con ingenuità, pur rendendomi conto che rischiavo il mio nome, la mia reputazione; i partigiani odiavano i fascisti e c'era un modo sicuro per farsi iscrivere nelle loro liste nere: mostrarsi in loro compagnia... Ma in quel momento non ci pensai. Così andai a colazione con Pietro Koch¹⁶.

Sarà grazie a lei e al gioco di finzioni allestito per irretire Koch che Visconti avrà salva la vita. Ciò nonostante, una volta liberato, il regista si allontana da Denis e non le mostra alcuna riconoscenza; neppure quando, nell'immediato dopoguerra, l'attrice viene arrestata per collaborazionismo e si trova ad affrontare un doloroso processo per difendersi da una accusa tanto infamante. A portarla sul banco degli imputati sono le rischiose azioni che ha intrapreso per salvare il regista, inventandosi l'operazione Koch, rischiando in prima persona, sulla sua pelle, e legandosi pericolosamente ai GAP romani, come racconta con parole semplici, misurate sull'understatement, nelle pagine della sua autobiografia.

Il ruolo giocato da Luchino Visconti appare piuttosto opaco. L'attrice di *Il gioco della verità* trova per lui motivazioni di ordine psicologico, e invero l'intero *memoir* dell'attrice sembra avvicinarsi a una scrittura terapeutica, che forse ha accompagnato un percorso di psicoanalisi, attraverso il quale chi scrive filtra la propria e la altrui esperienza, la elabora per cercare di sanare la ferita ancora dolente. Visconti, sostiene Denis, ha sentito nella vicenda della sua prigionia e nella successiva liberazione di essere stato nelle mani di Koch e in quelle di lei, e non ha potuto accettare questa situazione di sudditanza. Pertanto una volta libero, da un lato si allontana da Maria Denis, si sottrae silenziosamente a quel bizzarro legame (e le nega in aggiunta il suo aiuto nelle stanze processuali); e dall'altro lato si prende su Koch una implacabile vendetta cinematografica: è lui infatti a dirigere le riprese della sua esecuzione. Si tratta, ovviamente, delle immagini che compaiono nel celebre film di montaggio *Giorni di gloria* (1945).

Per concludere, almeno provvisoriamente, occorre osservare che l'autobiografia di Maria Denis ci consegna il racconto della sua vita attraverso il paradigma cinematografico: tutto comincia e si compie attorno allo schermo. Insomma, la libertà di scrivere da sé il suo copione – una libertà che si prende in età avanzata e a molti anni dagli accadimenti che ancora la angustiano – la porta a immaginare una trama biografica perfettamente coerente con le sceneggiature dei film

¹⁶ Denis, *Il gioco della verità*, cit., p. 50.

del Ventennio. Così, negli anni della maturità, lei, la tenera collegiale, la piccola sarta, la timida maestrina di un tempo, guarda al suo passato turbolento e per molti versi indecifrabile appoggiandosi fiduciosamente agli schemi narrativi del cinema *déco*, ai misteriosi scambi di persona, ai mascheramenti e agli equivoci destinati a sciogliersi nell'ultima inquadratura del film, appena prima dei titoli di coda. Ma nel suo *Gioco della verità* manca, amaramente, proprio la sequenza risolutiva, quella in cui le maschere cadono e tutto torna al suo posto.

Un gabbiano sul tetto di fronte: oggetti, spazio domestico e tentativi di libertà in *Sette sottane* di Monica Vitti*

Giulia Simi

La malinconia degli oggetti

Nell'autobiografia che Monica Vitti pubblica nel 1993 con il titolo di *Sette sottane*¹, è lo spazio della casa a rappresentare il centro di una narrazione che scorre sul filo sottile e potente della memoria.

All'interno delle quattro mura domestiche, quasi un contrappunto del palcoscenico teatrale e del set cinematografico, l'attrice disegna, infatti, la traiettoria di una raffinata analisi interiore che a tratti appare come una confessione, a tratti si scioglie in flussi di coscienza puntellati dalle domande poste dalla personaggio della giornalista, in un dialogo che non appare lontano da quello di marca psicanalitica.

In un passaggio forse non casualmente collocato a metà della narrazione, Vitti ricorda l'esperienza traumatica della perdita della propria casa romana a causa di un incendio. Così scrive:

* Il saggio si inserisce nel quadro delle ricerche svolte all'interno del PRIN (bando 2017) *DaMA - Drawing a Map of Italian Actresses in Writing*, che coinvolge l'Università degli Studi di Sassari (Principal Investigator: Lucia Cardone), l'Università degli Studi di Catania (responsabile di unità: Maria Rizzarelli), l'Università degli Studi di Napoli Federico II (responsabile di unità: Anna Masecchia): <https://www.damadivagrafie.org/>

¹ Per ulteriori analisi sull'autobiografia di Monica Vitti si vedano anche i testi di Lucia Cardone, *Monica Vitti: un corpo imprevisto*, in Lucia Cardone, Giovanna Maina, Stefania Rimini, Chiara Tognolotti (a cura di), *Vaghe stelle. Attrici del/nel cinema italiano*, "Arabeschi", 2017, n. 10, pp. 456-459 e Simona Busni, *Di rose e di sottane. Autobiografia (involontaria) di un'alienata con riserva*, in Lucia Cardone, Anna Masecchia, Maria Rizzarelli (a cura di), *Divagrafie. Ovvero delle attrici che scrivono*, "Arabeschi", 2019, n. 14, pp. 25-28. Inoltre, per un inquadramento del testo all'interno della produzione "divagrafica", si veda l'articolo di Maria Rizzarelli, *Il doppio talento dell'attrice che scrive. Per una mappa delle 'divagrafie'*, in "Cahiers d'études italiennes", 2021, n. 32, <https://doi.org/10.4000/cei.9005> (ultimo accesso 31 dicembre 2022).

Ho cercato di immaginare la mia casa in fiamme. Rivedevo volare tutto, ma senza il fuoco. Rivedevo gli oggetti che amavo, testimoni partecipi della mia vita, sospesi, senza toccare terra, come sollevati dal vento, che restavano in aria a volare per essere visti più a lungo possibile. Per non essere dimenticati².

Ciò che rende questo passo di particolare incisività non è solo il legame estetico non dichiarato e tuttavia evidente con la memorabile sequenza finale di *Zabriskie Point*³, ma la chiarezza con la quale l'attrice esprime il suo rapporto intimo con gli oggetti, grazie al quale questi ultimi sembrano acquisire un vero e proprio soffio vitale.

Nelle parole dell'attrice, infatti, l'oggetto supera il proprio statuto legato alla dimensione del consumo e diviene piuttosto il residuo tangibile dell'esperienza: «oggetti che amavo, testimoni partecipi della mia vita». Vitti sottolinea così una relazione quasi metonimica, che si manifesta come una contiguità tra il soggetto e la cosa di appartenenza. In questo non è lontana dalle riflessioni del filosofo Jean Baudrillard, che ha evidenziato la natura emotiva e simbolica degli oggetti i quali, scrive, «hanno innanzitutto la funzione di personificare le relazioni umane, di popolare lo spazio che dividono e di avere un'anima»⁴. E più avanti: «Esseri e oggetti sono legati, e gli oggetti assumono in questa collusione una densità, un valore affettivo che si accetta di chiamare "presenza"»⁵.

In questa mappatura di presenze attive, di cui la casa si fa contenitore e cornice semantica, gli oggetti diventano per Vitti il segno di una relazione che volge spesso e repentinamente alla perdita. Così l'attrice:

Io mi affeziono a loro quasi subito, mi piacciono le materie, le temperature, il peso, le proporzioni. Non importa che siano regali o no. Regali preziosi non ne ho mai avuti e per me non ne ho mai comprati, ma mi innamoro pazzamente di certe cose e loro lo capiscono, non vogliono essere prigioniere e se ne vanno. Appena una cosa mi piace più delle altre, la perdo. Se mi piace moltissimo, la perdo subito, come una punizione⁶.

² Monica Vitti, *Sette Sottane: un'autobiografia involontaria*, Milano, Sperling & Kupfer, 1993, p. 99.

³ Ho affrontato questa tematica nell'articolo, a cui mi permetto di rimandare, *L'occhio che palpita: Monica Vitti e gli scritti sull'arte*, in "Cinergie", 2021, n. 20, pp. 153-166.

⁴ Jean Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, Milano, Bompiani, 2009, p. 25 (versione digitale). Ed. or. *Les système des objects*, Paris, Gallimard, 1968.

⁵ Ivi, p. 26.

⁶ Vitti, *Sette sottane*, cit., p. 57.

La condanna alla perdita dell'oggetto appare dunque come manifestazione tangibile di un attrito con la realtà, ancorché narrata in chiave magica, dove l'oggetto assume i caratteri di autonomia trasformandosi in soggetto in grado di muoversi e di agire in opposizione alle volontà dell'attrice. In questo Vitti sembra recuperare la declinazione comica che fonda le radici nella commedia dell'arte, non solo per lei vera scuola di apprendimento attoriale – «Guardate Petrolini o Totò, e tutta la commedia dell'arte italiana: è la più naturale per me», dichiara in un'intervista a Enzo Biagi⁷ del 1971 – ma pratica performativa in perfetta continuità con la marca tragica di una modernità afflitta da quella che in tempi di diffusione del vocabolario marxista prendeva il nome di «alienazione». Così, ancora a Biagi che le chiede come vive il passaggio «dall'incomunicabilità alla comicità», l'attrice risponde che in fondo il passo non è poi così grande⁸. D'altra parte, nei più grandi interpreti dello slapstick – erede cinematografico della commedia dell'arte – l'attrito tra il gesto e l'oggetto provoca micro-cataclismi che increspano la relazione funzionale tra l'umano e l'ambiente da lui stesso costruito, portando piuttosto in superficie, seppure nelle forme del riso, tutte le oppressioni e le angosce dell'esistenza.

... qualche mese fa, in un momento di distrazione, dopo un periodo che condensava molte feste, compreso il mio compleanno, in un giorno triste, di quelli in cui si vorrebbe essere un altro, chiunque sia, è successo che cercando un libro, in biblioteca, nel piano più alto che tocca il soffitto, mi sono arrampicata. Ero su una sedia. [...]

Ho teso il braccio ed ho urtato con un piccolo oggetto. Piccolo, ma pesante, evidentemente. Bene, questo piccolo oggetto non è caduto allontanandosi dalla libreria, come forse sarebbe stato giusto, ma caparbiamente ha battuto su ogni scaffale. Come un suicida, che voglia provare la morte ad ogni piano del palazzo prima di sfracellarsi a terra. In questo volo, ha portato con sé tutti gli oggetti che erano sul bordo. Quasi ostacolassero la sua caduta.

Ha trascinato al suolo due vasetti liberty, una leggera bottiglia soffiata dell'Ottocento, un orologio di vetro antico, due conchiglie e un portavaso. Io ho cercato di salvare in ogni modo tre cavallini di alabastro nero ...

Mi sono sfuggiti, come se non avessi presa con le dita⁹.

⁷ L'intervista è parte di una puntata del 1971 della trasmissione *III B - Facciamo l'appello*, di cui un estratto è stato trasmesso all'interno del programma *Soggetto Donna* nel 2020. L'estratto è visibile su YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=i-a1xfOb02c> (ultimo accesso 31 dicembre 2022).

⁸ Ivi.

⁹ Ivi, p. 59.

In questo racconto che ha certamente i tratti di una *gag* alla Buster Keaton¹⁰, Vitti sembra assegnare agli oggetti quella sensazione di disagio e di «disarmonia» con il mondo, per usare un termine montaliano¹¹, che forse lei stessa provava. Non è un caso, infatti, che l'incidente avvenga in «un giorno triste, di quelli in cui si vorrebbe essere un altro». Tuttavia, il piccolo corpo pesante dell'oggetto, che cade «come un suicida», offre a Vitti l'opportunità di descriverci, in una piccola ma preziosa lista degli *etcetera*, alcuni soprammobili che affollavano la sua libreria come una *wunderkammer*, o una natura morta improvvisamente ribelle che sfugge alla presa. Immaginiamo vasi, conchiglie, cavallini di alabastri rovinare senza salvezza sul pavimento e comporre così un vero e proprio corrispondente visivo-sensoriale alla malinconia dell'attrice, secondo la nota definizione di *objective correlative* coniata da T. S. Eliot: «a set of objects, a situation, a chain of events which shall be the formula of that particular emotion»¹².

Oltre la soglia della casa: come un gabbiano

Molte sono le strategie narrative che Vitti sperimenta per dipingere la casa come uno spazio in cui perdersi e ritrovarsi, per affondare nella fatica di un destino tradito – quello della donna assegnata al lavoro di cura – per accettare i piccoli disastri del quotidiano come manifestazioni di una storia di rivolta tutta da scrivere. «Sono femminista e cerco anche nelle mie storie di raccontare delle donne che hanno fatto dei passi, dei passetti»¹³. La cucina è, in questa ottica, il luogo privilegiato del rovesciamento che è anche dinamica della trasformazione.

Ci sono donne che hanno bisogno di stare in cucina per vedere la trasformazione di un pezzo di carne in un succulento spezzatino. [...]

¹⁰ Per la connessione tra il racconto di Vitti e il genere *slapstick* sono debitrice a uno scambio con Maria Rosa Salvatore.

¹¹ Nella nota dichiarazione del poeta: «Avendo sentito fin dalla nascita una totale disarmonia con la realtà che mi circondava, la materia della mia ispirazione non poteva essere che quella disarmonia». Francesca Castellano (a cura di), *Montale par lui-même. Interviste, confessioni, autocommenti (1920-1981)*, Firenze, Società Editrice Fiorentina, 2016, p. 36.

¹² T. S. Eliot, *Hamlet and his Problems*, in *The Sacred Wood: Essays on Poetry and Criticism*, London, Methuen & Co, 1920, p. 100.

¹³ Intervista con Enzo Biagi, 1971, cit.

A me in cucina si appannano gli occhiali e al posto delle pentole vedo fantasmi di metallo. Mi cadono dalle mani piatti, bicchieri, non spengo mai il gas al momento giusto. Mi brucia quasi tutto e si rompe quasi tutto.

Guardo una pietanza bruciarsi come un cambiamento naturale delle cose. La guardo con attenzione. Sì, lì ci metto tutta l'attenzione possibile: nel vedere che sarà inevitabile¹⁴.

Sul filo di una tagliente ironia l'attrice ci mette di fronte a uno dei *topoi* della genealogia femminista, quello del rapporto conflittuale tra le donne e il lavoro domestico, di cui la cucina resta il luogo simbolico certamente più potente. Nel descrivere i gesti disfunzionali che caratterizzano i movimenti tra i fornelli, Vitti sembra dar corpo a quella che, ancora negli anni dell'esplosione neofemminista, aveva preso il nome di «nevrosi della casalinga»¹⁵, trasformandola tuttavia in un vero e proprio alfabeto della donna libera che assume su di sé il privilegio maschile della distrazione e dell'inadempienza ai compiti della casa a vantaggio di un'inclinazione verso il metodo scientifico dell'osservazione: «guardo una pietanza bruciarsi come un cambiamento naturale delle cose». Così, in questa dichiarazione di inadeguatezza a un femminile disegnato dalla matita del patriarcato e confinato da sempre nello spazio del domestico – dal gineceo greco all'immagine borghese della donna come angelo del focolare – Vitti esprime la sua disobbedienza a un ruolo dal quale proprio il mestiere di attrice, fatto di nomadismo e prevalenza di vita pubblica e spazi extra domestici, l'ha affrancata.

Non è poca, tuttavia, la sofferenza residuale di questa trasformazione che affonda ancora una volta radici nella perdita. Si tratta, in questo caso, della perdita di quell'identità forse opprimente, ancorché comoda e rasserenante, suggerita e supportata non solo nel contesto civile e sociale, ma ancor di più in quello privato e intimo che passa dalla relazione con la madre, evocata in molti casi da Vitti nelle tinte dello scontro.

¹⁴ Vitti, *Sette sottane*, cit., pp. 192-193.

¹⁵ A questo specifico tema, la rivista femminista "Effe" dedica la copertina del numero di dicembre del 1973, dove è pubblicato anche l'articolo, a firma di Donata Francescato (Roro Toro), dal titolo *Casalinga: la nevrosi rampante*: «La nevrosi della casalinga è il termine coniato dagli psichiatri americani per definire l'insieme di sintomi che caratterizzano un particolare tipo di "disturbo psichico" che insorge prevalentemente in donne casalinghe tra i 35 e i 55 anni. I sintomi sono multipli e variano da disturbi psicosomatici: mal di testa, insonnia, senso di continua stanchezza, capogiri, disturbi dell'apparato digerente, a stati emotivi caratterizzati da scoppi "immotivati" di ira, sbalzi d'umore, prolungati periodi di depressione, apatia». La rivista "Effe" è stata interamente digitalizzata e l'articolo è consultabile online: <https://efferivistafemminista.it/2014/07/la-nevrosi-rampante/> (ultimo accesso 31 dicembre 2022).

Ho cercato di imparare. Guardavo attentamente le mani di mia madre, leggere, sicure, mentre stendevano la pasta per fare le tagliatelle. O quando batteva le chiare a neve per fare le torte che con il loro profumo di vaniglia inondavano la casa.

Sono sempre stata consapevole che la tradizione culinaria della famiglia sarebbe finita con mia madre. Lei chissà cosa sperava invece per me. Mi guardava delusa¹⁶.

La delusione della madre, elemento spesso presente nelle narrazioni autobiografiche delle donne che hanno attraversato la tempesta femminista, è qui richiamata con le note dell'affetto e della nostalgia: le mani della madre sono «leggere» e «sicure», la casa di infanzia è pervasa dal «profumo di vaniglia e la madre stessa «profumava di cannella»¹⁷, come ricorda nella prima descrizione che ci offre della donna all'inizio del testo. L'immagine che affiora è quella del nido imperturbabile e rassicurante di un domestico inscindibile dall'elemento della cura materna. Rinunciare a quel rifugio che è di fatto una prigione, seppure dorata – «mia madre odorava sì, di cannella, ma mi teneva incatenata all'ombrellone»¹⁸, chiosa Vitti nell'evocare i suoi infantili desideri d'avventura – è atto necessario per divenire attrice e salpare verso una vita oltre la soglia del domestico – «Io volevo essere un marinaio che affrontava l'oceano. Un esploratore dell'Antartide»¹⁹. Non c'è rinuncia, tuttavia, che non includa una perdita. Per Vitti, il trauma della perdita passa dalla sparizione degli oggetti, che sembrano acquisire negli spazi della casa una vita propria: «E quando si nascondono? Per mesi, per giorni, li vedo un attimo accanto a me sul tavolo, bene in vista, e poi spariscono. [...]. Avevo un quaderno dove avevo scritto il posto di ogni cosa. Ma ho perso anche quello»²⁰. Un grande contrappasso rispetto alla precisione con cui sua madre, racconta, disegnavla la mappatura della casa: «Mia madre non rispondeva mai alle mie domande. Cioè rispondeva solo a quelle pratiche. Io le chiedevo: "dov'è il latte?" E lei: "in cucina". In risposte del genere era precisa: indicava se un oggetto era nel primo o nel secondo cassetto, a destra, o a sinistra, o in fondo»²¹.

¹⁶ Vitti, *Sette sottane*, cit., p. 194.

¹⁷ Ivi, p. 23.

¹⁸ Ivi, p. 24.

¹⁹ Ivi, p. 28.

²⁰ Ivi, pp. 56-57.

²¹ Ivi, p. 50.

Di fronte a questa salda alleanza tra i gesti della madre e le stanze della casa nelle quali trovano forma, l'atto di chi sceglie l'attraversamento della soglia perimetrale verso i luoghi aperti carichi di pericoli – e il mare resta, nella narrazione dell'attrice, simbolo ricorrente di questo desiderio di fuga: «io chiedevo sempre la stessa cosa inesorabilmente a tutti: “andiamo in terrazza a vedere il mare?”»²² – non può che assumere i contorni di un mettersi a rischio. In quella cornice, la perdita dell'oggetto si espande e per metonimia diviene perdita della vita tutta. Sul filo del distacco dalla vita, Vitti cammina come un'acrobata e torna più e più volte nel corso della narrazione. «Ha mai pensato ai piccoli suicidi quotidiani? Sembrano distrazioni, ma non è così. Io ci provo tutti i giorni a suicidarmi»²³, dichiara alla sua alter ego giornalista. Nel proseguire della narrazione, quelle che potremmo chiamare prove di resistenza alla vita si fanno più esplicite, dall'apnea nella vasca da bagno agli affacci avventati dal balcone – «ieri mi sono affacciata dal mio stretto balconcino sporgendomi troppo in avanti. Sette piani, la ringhiera così fragile, traballante»²⁴ – e restano chiusi in questo nido della casa al tempo stesso sereno e perturbante. Un nido da cui, in fondo, l'attrice sogna di spiccare il volo. Così, alla domanda «cosa le piacerebbe essere?» risponde «Un gabbiano credo»²⁵. Metafora di libertà per eccellenza, il gabbiano di Monica Vitti ricorda forse il *Jonathan Livingston* di Richard Bach, o il poeta-albatro della nota poesia di Charles Baudelaire, che, con le sue «ali di gigante», non può che stare negli spazi sconfinati del cielo e del mare. Ancora di più, il gabbiano è forse quello a cui l'attrice Nina si paragona nel monologo finale dell'omonima opera di Anton Cechov: «Sono così estenuata! Poter riposare... riposare! Io sono un gabbiano... che c'entra! Sono un'attrice!»²⁶. D'altra parte è proprio Nina il personaggio che Vitti avrebbe voluto interpretare all'inizio della sua carriera, costretta invece a meno drammatici ruoli in uno spettacolo di Alberto Bonucci, *Senza rete* – «dopo l'Accademia, avrei voluto almeno cominciare come Nina ne *Il Gabbiano* e non come battona con lo spacco»²⁷.

La libertà dell'attrice, conquista faticosa e non priva di rinunce, sembra trovare proprio nelle stanze chiuse della casa una minaccia costante. Quasi fosse

²² *Ibidem*.

²³ *Ivi*, p. 104.

²⁴ *Ivi*, p. 107.

²⁵ *Ivi*, p. 111.

²⁶ Anton Cechov, *Il gabbiano* [titolo originale Чайка Čajka, 1895], prefazione e traduzione di Angelo Maria Ripellino, Torino, Einaudi, 1970, p. 74 (ed. digitale).

²⁷ Vitti, *Sette sottane*, cit., p. 174.

perseguitata da una schiera di fantasmi, un'intera genealogia di donne racchiuse nelle quattro mura, che le chiede il conto di scelte avventate e senza negoziazione – «o recito o mi uccido»²⁸, rispose a sua madre che cercava di distoglierla in ogni modo da un mestiere percepito come degradante – Vitti sembra non cercare altro che una via di fuga. Fosse anche un piccolo passo, o un breve volo, per potersi lasciare la gabbia alle spalle: «A volte vado in terrazza e apro le ali, scusi la presunzione, volevo dire le braccia, e aspetto, sicura di sollevarmi, uscire dal terrazzo e posarmi sul tetto di fronte»²⁹.

²⁸ Ivi, p. 60.

²⁹ Ivi, p. 111.

La «divina pastasciutta». Glamour e italianità nell'immagine divistica di Sophia Loren*

Chiara Tognolotti

Saint Loren

Nel settembre del 2022 i muri di Bologna hanno accolto un progetto di *street art* ideato dal collettivo CHEAP: una serie di manifesti gioca con figure e marchi celebri per comporre false immagini pubblicitarie centrate sul tema del fuoco, che infiamma lotte e desideri¹. Una di queste locandine è dedicata a Sophia Loren. La scritta nella parte bassa del manifesto recita «SaintLoren» e gioca sull'assonanza tra il nome del creatore di moda Yves Saint-Laurent e quello della diva, in una grafica simile al noto marchio. L'immagine vede l'attrice a mezza figura, il volto truccato e il capo coperto da un velo in un richiamo evidente all'iconografia cattolica della vergine; due fiammelle sembrano spuntare dalle dita rivolte verso l'alto, le unghie smaltate di rosso. Il contrasto tra tensione alla santità e richiamo del peccato è reso esplicito da un'altra scritta in basso: «Light a candle for the sinners... set the world on fire» («Accendi un cero per i peccatori... da' fuoco al mondo»). È solo un esempio, tra i tanti possibili, della popolarità pervasiva e duratura dell'attrice, per come si è disegnata a partire dagli anni

* Il saggio si inserisce nel quadro delle ricerche svolte all'interno del PRIN (bando 2017) DaMA - Drawing a Map of Italian Actresses in Writing, che coinvolge l'Università degli Studi di Sassari (Principal Investigator: Lucia Cardone), l'Università degli Studi di Catania (responsabile di unità: Maria Rizzarelli), l'Università degli Studi di Napoli Federico II (responsabile di unità: Anna Masecchia): <https://www.damadivagrafie.org/>

¹ Le foto sono visibili sul sito di CHEAP, <https://www.cheapfestival.it/cheap-call-for-artists-2022-tutte-le-foto-dei-poster-che-hanno-dato-fuoco-a-bologna/> (ultima consultazione 5 gennaio 2023).

Cinquanta del Novecento e fino ai primi vent'anni del nuovo secolo; e della complessità talvolta contraddittoria dei tratti della sua *star persona*².

In questo saggio vorrei esplorare per l'appunto i caratteri dell'immagine divistica di Loren come fusione di motivi a prima vista lontani e perfino opposti, che si riassumono nel contrasto tra il glamour e la dimensione popolare, quest'ultima declinata sovente in uno dei temi che più segnano l'italianità (e i suoi stereotipi), ovvero il buon cibo. Materiali privilegiati di questa indagine sono le "divografie" firmate dall'attrice: oltre alla più tradizionale autobiografia, *Ieri, oggi, domani*, il motivo della cucina italiana come marca identitaria mi ha condotto a indagare in particolare i due libri di ricette, *In cucina con amore* e *Ricordi e ricette*³.

La «divina pastasciutta»

Decenni di studi antropologici hanno mostrato quali e quanti siano i valori simbolici del cucinare e degli spazi della cucina: gesti e luoghi legati ai riti della famiglia e alla sua conservazione, e che dunque rappresentano la solidità delle tradizioni⁴. Intorno al focolare si riunisce il gruppo familiare, segnato dalla struttura patriarcale e dal lavoro femminile, almeno a partire dal XIX secolo con l'affermarsi della cesura tra il lavoro professionale, da svolgersi fuori casa e appannaggio degli uomini, e il *labour of love*, non remunerato perché inteso come segno di devozione e affidato alle donne. Ma il cibo è anche legato alla dimensione sensuale della fecondità, dunque dell'eros; e nella cultura contadina pentole e calderoni sono affidati alle donne, giacché è più facile tenerne a bada il carattere imprevedibile segnato dalla influenza della luna chiudendole tra le mura della cucina, dove del resto guaritrici e streghe preparano le loro pozioni⁵. Si tratta dunque di uno spazio simbolico plurale, longevo e ritornante, attraversato da tensioni molteplici e talvolta opposte; e non stupisce che Loren abbia più volte scelto di convocarlo e, si direbbe, di incarnarne

² Cfr. Pauline Small, *Sophia Loren. Moulding the Star*, Bristol-Chicago, Intellect, 2009; Stephen Gundle, *Sophia Loren: Italian Icon*, in "Historical Journal of Film, Radio and Television", 1995, n. 3, pp. 367-385; e mi permetto di rimandare anche al mio *Sirena, Cenerentola e Pigmalione. L'immagine divistica di Sophia Loren, 1951-1968*, in Laura Busetta, Federico Vitella (a cura di), *Stelle di mezzo secolo: divismo e rappresentazione della sessualità nel cinema italiano (1948-1978)*, in "Schermi", 2020, n. 8, pp. 37-62.

³ Sophia Loren, *In cucina con amore*, Milano, Rizzoli, 1971; Ead., *Ricordi e ricette*, Roma, Gremese, 1999; Ead., *Ieri, oggi, domani: la mia vita*, Milano, Rizzoli, 2014.

⁴ Cfr. gli studi di Massimo Montanari: *Il cibo come cultura*, Roma-Bari, Laterza, 2004; *L'identità italiana in cucina*, Roma-Bari, Laterza, 2010; e Imma Forino, *La cucina. Storia culturale di un luogo domestico*, Torino, Einaudi, 2019 (e-book).

⁵ Cfr. Forino, *La cucina*, cit., Introduzione.

alcuni dei caratteri, in modi diversi e complementari, per dare forma alla sua *star persona* e costruire una identità divistica solida, capace di attraversare i decenni perché sentita come profondamente «italiana».

In una delle prime pagine del suo *Ricordi e ricette*, l'attrice commenta così le preparazioni degli antipasti che si accinge a presentare: «Merito senz'altro della straordinaria creatività e ricchezza della nostra cucina, che prevede centinaia di ricette [...]; mi limiterò a indicarne alcune, anche se io, ad essere sincera, elimineri volentieri gli antipasti per passare direttamente alla divina pastasciutta»⁶. E fino dagli anni Cinquanta, che la vedono esordire prima sulle pagine dei foto-romanzi e poi nella luce dello schermo, Loren lega la sua immagine di giovane diva al cibo, napoletano e per sineddoche italiano. Il personaggio della pizzaiola da lei interpretato nel primo film, *L'oro di Napoli* (V. De Sica, 1954) allegra e sensuale, ne definisce fin da subito l'immagine come “autentica” poiché legata a un cibo popolare, e “naturale” in quanto gioiosamente erotica⁷; una figura che l'attrice tornerà spesso a incarnare, come nella pescivendola di *Pane, amore e...* (D. Risi, 1955). Molti momenti di quest'ultimo film la ritraggono vicina a piatti e vassoi ricolmi di cibo, a convocare una analogia tra la fertilità della natura, l'idea della madre terra e l'esuberanza sensuale e materna insieme di Loren.

A questo carattere “italiano” e “popolare” della diva si accosta una dimensione più sofisticata, marcata dal glamour⁸. Le fotografie sui rotocalchi la ritraggono mentre indossa gli abiti eleganti di Emilio Schuberth, che sia per le serate nei palazzi romani o per i party di Hollywood. Difatti la carriera internazionale della diva inizia nel 1957, con *Il ragazzo sul delfino* (*Boy on a Dolphin*, J. Negulesco) e proseguirà negli anni a venire lavorando su una immagine di alterità esotica e sofisticata, sia nei personaggi che è chiamata a interpretare (principessa spagnola in *El Cid*, A. Mann, 1961; spia araba in *Arabesque*, S. Donen, 1966; nobile russa in *La contessa di Hong Kong*, C. Chaplin, 1967) che nelle apparizioni pubbliche. Ricordo solo una immagine tra le tante: una doppia fotografia apparsa su “Oggi” la vede ritratta durante una festa per celebrare i suoi successi hollywoodiani. Vestita di raso nero, gioielli e trucco perfetti, nell'immagine di destra Loren taglia una torta a tre piani

⁶ Loren, *Ricordi e ricette*, cit., p. 16.

⁷ Come è noto l'episodio vede la giovane pizzaiola Sofia dimenticare un anello prezioso, regalatole dal marito, a casa dell'amante; per giustificarsi la donna dirà di aver perso il gioiello nell'impasto della pizza, generando una serie di equivoci ma riuscendo alla fine a farla franca.

⁸ Cfr. Stephen Gundle, *Glamour: A History*, Oxford, Oxford University Press, 2008; Réka Buckley, *Glamour and the Italian Female Film Stars of the 1950s*, in “Historical Journal of Film, Radio and Television”, 2008, n. 3, pp. 267-289.

decorata con i titoli degli ultimi film interpretati; mentre in quella di sinistra impasta una pizza, sfruttando l'esotismo della italianità per il pubblico internazionale e ribadendo al contempo la rassicurante appartenenza alle tradizioni nazionali⁹.

Sregolata

Ma il cibo può segnalare anche un eccesso, un impulso a trasgredire le regole. In una sequenza centrale di *Matrimonio all'italiana* (V. De Sica, 1964) Loren/Filumena ha appena rivelato a un attonito Mastroianni/Mimì di non essere in fin di vita, ma del tutto in sé e pronta ad assumersi il ruolo di “signora” che il matrimonio, appena celebrato su quello che appariva il suo letto di morte, ha sancito. L'attrice appare spettinata, struccata, la vestaglia discinta; mentre rivendica il diritto al rispetto finalmente conquistato da parte di un uomo che la ha sempre sfruttata, la personaggio mangia e beve in abbondanza, continuando a tirar fuori vivande dal frigorifero e a trangugiarle in fretta, avida, come spinta dalla potenza furibonda delle sue rivendicazioni. La sequenza è stata letta nella chiave della *unruly woman*, ovvero la donna che si ribella ai codici del genere, che prescrivono l'essere modeste e morigerate, accentuando la risata, l'appetito e il tono della voce: dunque dando prova di ben conoscere le regole di genere che assegnano al cosiddetto «femminile» una serie di caratteristiche segnate dal pudore e dalla misura, e di volerle gioiosamente e caparbiamente sovvertire¹⁰.

In effetti mi pare che in queste immagini si disegni con chiarezza la denuncia, per via dell'eccesso, della «mascherata della femminilità», ovvero il rivelarsi del carattere culturale – e dunque né eterno, né immodificabile – di quelli che sono considerati i modi tipici del femminile. Le fotografie di Cindy Sherman ispirate a Sophia Loren restituiscono con incisività perturbante una tensione analoga a scardinare i codici legati al genere. Penso in particolare alla *Untitled Film Still#35* (1979), dove l'artista impersona Loren, per sua stessa dichiarazione, mettendone in risalto l'appartenere al contesto domestico: chiusa nell'angolo tra il muro e una porta bianca sbrecciata, la personaggio volge il viso verso l'obiettivo mentre il corpo sembra volersi rinchiudere in un canto. La posa remissiva è bilanciata dalle brac-

⁹ *La Loren sempre alla ribalta*, in “Oggi”, 3 aprile 1958, n. 14.

¹⁰ Cfr. Jacqueline Reich, *Beyond the Latin Lover: Marcello Mastroianni, Masculinity, and Italian Cinema*, Bloomington, Indiana University Press, 2004; Katheen Rowe, *The Unruly Woman: Gender and the Genres of Laughter*, Austin, University of Texas Press, 1995.

cia larghe appoggiate sui fianchi, i gomiti in alto, in una postura che a dire il vero appartiene di più ad Anna Magnani che a Loren; gli abiti da casa, il grembiule e le scarpe grosse e ineleganti donano al ritratto una forza provocante, nella tensione tra l'appartenere della donna a uno spazio domestico che pare richiudersi su di lei e il desiderio di affermazione e di ribellione che traspare dalla postura e dallo sguardo.

Cenerentola, al ballo e in cucina

Ma l'eccesso viene presto addomesticato. Esploso lo "scandalo Ponti" sul finire degli anni Cinquanta, con l'attrice condannata dalle posizioni conservatrici della Chiesa cattolica e il produttore accusato di bigamia, Loren comprende come sia necessario ridisegnare la propria immagine divistica con un tratto decisamente più rassicurante. Sostenuta dal *press agent* Enrico Lucherini, la strategia comunicativa dell'attrice cambia di segno, e la ricerca difficile della maternità, che porta infine alla nascita di un figlio nel 1968, ne diviene il filo rosso¹¹. La pubblicazione nel 1971 del primo libro di ricette, *In cucina con amore*, appartiene a questa strategia, se non altro per la parte testuale, dove l'attrice rivendica il suo essere madre e il conseguente radicarsi nella tradizione culinaria e familiare più solida¹²: l'idea del libro di cucina, rivela l'attrice, ha preso forma nei mesi della difficile gravidanza, «giorni di ansia dopo i quali è nato Carlo junior, la più grande felicità della mia vita»¹³. Così, negli anni della rivoluzione femminista e del ridisegnarsi profondo dei ruoli di genere, Loren appare lontanissima dalla «nevrosi della casalinga» della quale si discuteva in quel torno di tempo¹⁴, o dalla spinta dirompente ad affrancarsi dai doveri domestici squadernata da Chantal Akerman già nel suo primo lavoro *Saute ma ville* (1968) e poi distesa nelle interminabili sequenze di gesti ripetitivi nella cucina di *Jeanne Dielman* (1975); da dietro i fuochi rassicuranti dei fornelli, la diva italiana preferisce ribadire che

¹¹ Cfr. Enrico Lucherini, Matteo Spinola, *C'era questo, c'era quello*, Milano, Mondadori, 1984.

¹² Mi sono occupata del contrasto tra testi e immagini nel mio *Una diva fragrante. L'immagine divistica di Sophia Loren nei libri di ricette*, in Lucia Cardone, Anna Masecchia, Maria Rizzarelli (a cura di), *Divagrafie, ovvero delle attrici che scrivono*, "Arabeschi", 2019, n. 14 (www.arabeschi.it), al quale mi permetto di rimandare.

¹³ Loren, *In cucina con amore*, cit., p. 13.

¹⁴ Ne scrive anche Giulia Simi in questo stesso volume, a proposito della postura affatto differente di Monica Vitti: si veda Donata Francescato, *Casalinga: la nevrosi rampante*, in "Effe", dicembre 1973, <https://efferivistafemminista.it/2014/07/la-nevrosi-rampante/> (ultima consultazione 6 gennaio 2023).

«una donna che sa fare la pasta a regola d'arte ha un prestigio che resiste anche oggi a qualsiasi richiamo dei tempi»¹⁵.

Il decennio Ottanta segna la capitalizzazione dell'immagine divistica da parte di Sophia Loren. Dopo la disavventura dei giorni trascorsi in carcere in seguito a una condanna per evasione fiscale, nel maggio del 1982, l'attrice consolida di nuovo la sua immagine dando forma alla narrazione biografica e divistica sulla quale farà poggiare la sua fama fino a oggi. In questo torno d'anni si fanno più intense le narrazioni bio- e autobiografiche, pubblicate in inglese, tedesco, francese¹⁶, che trovano una eco nelle produzioni televisive coeve (il film *Sophia Loren: Her Own Story*, M. Stuart, 1980; il remake di *La ciociara*, D. Risi, 1989; *Sabato, domenica e lunedì*, L. Wertmüller, 1990; il richiamo alla sequenza celebre dello spogliarello di *Ieri, oggi, domani* in *Prêt-à-porter* di R. Altman, 1994). Il secondo libro di cucina, *Ricordi e ricette*, appare esemplare non solo del desiderio di ribadire una posizione salda nella storia del cinema italiano, resa più splendente dal portato glamour della fama internazionale, ma di porsi come icona di una narrazione identitaria che la identifica come «donna italiana» per eccellenza.

Il volume si apre con una dedica alla nonna Luisa, raffigurata in una piccola foto in bianco e nero; nella pagina successiva, una foto dell'attrice da giovane accanto al premio Oscar ricevuto per *La ciociara*, la didascalia a rammentare la telefonata di Cary Grant ad annunciarle la vittoria. I motivi che innerveranno il racconto, a mo' di intercalare alle preparazioni gastronomiche, e che danno forma alla immagine divistica che si vuole ribadire, sono già chiari: la tradizione familiare profondamente popolare, alla quale l'attrice si vede senz'altro appartenere; la fiaba di Cenerentola, ricorrente nelle «divografie», con l'infanzia poverissima a Pozzuoli durante la guerra riscattata infine dall'incontro con il principe azzurro-Pigmalione Carlo Ponti; la luminosa carriera internazionale che la conduce nel mondo sofisticato dello *star system*¹⁷. Il volume è costruito su due piani, ben distinti a livello grafico. Da un lato si ha l'impressione di sfogliare un album di ricordi. Le vecchie foto in bianco e nero rafforzano la breve narrazione iniziale, che rievoca i giorni di guerra:

¹⁵ Loren, *In cucina con amore*, cit., p. 63.

¹⁶ Aaron Edward Hotchner, *Sophia: Living and Loving: Her Own Story*, London, Corgi, 1980, tradotto in tedesco come *Sophia Loren, Leben und Lieben*, Munchen, Heyne, 1980; Sophia Loren, *La bonne étoile*, Paris, Seuil, 1979; Ead., *Confidences de femme*, Paris, Carrère-Lafon, 1986.

¹⁷ Del resto, è la stessa dinamica che sostiene la breve narrazione della ben nota réclame per la Parmacotto, girata nel 1992, dove una elegantissima Sophia, in abito di lamé e gioielli vistosi, attraversa i saloni di un ristorante di lusso inseguita da un solerte maestro di cerimonie per poi sedersi a tavola, assaggiare una fetta di prosciutto e pronunciare, in un sorridente dialetto napoletano, lo slogan «Accattatevill'» («compratevelo»).

Su Pozzuoli quasi ogni giorno arrivava l'ondata aerea dei bombardieri, e gli scoppi e i crolli erano a due passi dalla cucina di casa, dove mia nonna Luisa ed io, aggrappata alle sue sottane, ci facevamo il segno della croce e aspettavamo che la buriana passasse. Non era incoscienza o coraggio, ma in quei momenti anticipavo con tutte le forze del mio stomaco il piacere di mangiare. Dalla vicina Bagnoli, dove c'erano le fabbriche, arrivavano gli scoppi delle bombe e il crepitio dell'antiaerea, ma mia nonna restava "in trincea", appostata dietro la sua batteria di pentole e padelle e niente al mondo mi avrebbe fatto mancare all'appuntamento con le sue delizie¹⁸.

Un motivo analogo torna in *Ieri, oggi, domani*, ancora nella forma di un ricordo:

In un certo posto bivaccava un capraio, fra le grotte, e mia madre si dirigeva furtivamente là, spiandosi intorno, perché nessuno le rubasse la sua scoperta. Là il capraio, che mi guardava con pietà come guardasse un povero agnello rinsecchito, mungeva un bicchierone di latte e me lo porgeva caldo caldo. Quel sapore è certo che non lo dimenticherò più. Rimane unico nella mia vita. Vivido, ristoratore, vitale. La buona tavola mi piace, e qua e là per il mondo, alle tavole più sontuose e fiabesche, ho mangiato cose squisite, con tanti sapori immediati o lontani, sapientemente elaborati da secoli di arte gastronomica e da ore e giorni di lavoro. Ma nessun sapore mi riporterà mai più quella certezza di benessere che ogni mattina mi dava quella ciotola di latte appena munto¹⁹.

Accanto al piano più personale del ricordo, le pagine a colori dedicate alla presentazione delle ricette sciorinano una teoria di immagini che intrecciano le memorie della vita pubblica e del passato cinematografico dell'attrice a ritratti più recenti, che la vedono sorridente in cucina impegnata nella preparazione dei manicaretti suggeriti.

L'insieme, composito, rimane coerente nella scelta di tracciare i contorni di una storia di successo e di una fiaba a lieto fine per una Cenerentola dal grembiule rosso e dal trucco perfetto. Si elide qualsiasi traccia di eccesso, trasgressione o contrasto. La figura della sirena «rovinafamiglie», dal portato erotico seducente e distruttivo che aveva rischiato di mettere in crisi l'immagine pubblica di Loren alla metà degli anni Sessanta, viene soffocata in favore di una narrazione piana che disegna una genealogia familiare solida e al femminile (la nonna, la

¹⁸ Loren, *Ricordi e ricette*, cit., p. 11.

¹⁹ Loren, *Ieri, oggi, domani*, cit., p. 145,

madre e la sorella hanno doppie pagine a loro dedicate e distinte dalle altre da una grafica particolare), dove maternità e amore per la cucina sembrano convivere senza scosse con una vita pubblica di successo.

Corpo di italianità

I decenni a venire, dai primi Duemila a oggi, lavorano in continuità. La marca autobiografica, sempre presente, si fa segno di una narrazione identitaria ormai cristallizzata nei modi di una italianità che, come di consueto, riesce a coniugare la dimensione del glamour a quella di una storia di vita esemplare e rassicurante. Lo spot per Dolce & Gabbana diretto da Giuseppe Tornatore (2016) fa di Loren un monumento di bellezza ed eleganza senza tempo, trasferendone l'immagine sul piano del mito e legandola al costruito retorico del *made in Italy* come sintomo di lusso ed eleganza²⁰; mentre i due episodi di *La mia vita è piena di specchi* (V. Sindoni, 2010, RaiUno) disegnano una ulteriore rivisitazione di una parabola esistenziale pacificata e orgogliosa, dove la nostalgia si mescola alla agiografia.

Poi, negli ultimi anni, compare con insistenza il motivo del mostro sacro. Ne sono esempi la prova di recitazione in un testo canonico come *Voce umana* (dove non si rinuncia, in ogni caso, alla ambientazione napoletana; E. Ponti, 2014) e l'esibizione del corpo segnato dall'età in *La vita davanti a sé* (2020), con l'attrice ancora una volta diretta dal figlio che ne capitalizza il talento, in una sorta di esibizione dei gioielli di famiglia²¹.

Ma vorrei chiudere con una ulteriore immagine "gastronomica" e autobiografica insieme, ovvero le decorazioni delle pareti del ristorante che Loren ha aperto a Firenze, nel centro storico percorso dai passi inarrestabili dei turisti. Le immagini raffigurano l'attrice condire l'immancabile pizza: memoria ormai quasi fossile del proprio passato cinematografico, ma soprattutto segno di una immagine divistica costruita con grande consapevolezza, capace di suturare le fratture e di addomesticare ogni eccesso per divenire, e rimanere, icona di una italianità modellata a misura del consumo globale.

²⁰ La réclame è visibile in rete, <https://www.youtube.com/watch?v=ZY0YoWC1o9w> (ultima consultazione 7 gennaio 2023).

²¹ Sul processo di *aging* in Sophia Loren cfr. Sara Pesce, *Sophia Loren. La speranza di vita dell'ultima diva italiana*, in Elisa Mandelli, Valentina Re (a cura di), *Aging, sessualità e cinema nella cultura italiana del secondo dopoguerra*, «Schermi», 2021, n. 10, pp. 105-117.

L'abbigliamento come linguaggio identitario nei *teen drama*. L'esempio di *Sex Education*

Antonella Mascio

Introduzione

Obiettivo di questa proposta è quello di esplorare il ruolo dei guardaroba per definire i personaggi – e le loro scelte identitarie – nei *teen drama* contemporanei. In molti casi, accanto alla storia principale, l'abbigliamento produce infatti una propria sottotraccia attraverso la quale viene mostrato il mutamento della personalità di un singolo personaggio, la sua appartenenza a determinate classi sociali (come in *Élite*, Netflix, 2018-; o in *Baby*, Netflix, 2018-2020), la sua ricerca di adesione a specifici gruppi, o a subculture giovanili (ad esempio in *Riverdale*, The CW, 2017-). Sullo schermo, cioè, il senso e il valore dei vestiti non si esauriscono con la sola dimensione estetica ma rimandano all'ordine sociale, allo status, all'espressione della sessualità e delle identità.

Per analizzare questi passaggi nelle prossime pagine ci concentreremo su un esempio specifico: *Sex Education* (Netflix, 2019-). Scritto da Laurie Nunn e ambientato in Gran Bretagna, *Sex Education* si inserisce perfettamente nella definizione del genere *teen* poiché narra la storia di un gruppo di adolescenti e della loro vita sociale e scolastica. Sebbene i temi dominanti di tutta la serie siano il sesso e le relazioni sociali (di amicizia, di amore, familiari), l'abbigliamento si presenta come una parte importante della narrazione e ne sottolinea alcuni passaggi significativi. I vestiti – anche fuori dalle pellicole – si configurano come un linguaggio per esprimere sé stessi e, allo stesso tempo, per distinguersi dagli altri¹. Attraverso gli outfit

¹ Harold Blumer, *Fashion: from class differentiation to collective selection*, in "The Sociological Quarterly", 1969, vol. 10, n. 3, pp. 275-291; Diane Crane, *Fashion and Its Social Agendas. Class, Gender, and Identity in Clothing*, Chicago, The University of Chicago Press, 2000.

i personaggi – al pari delle persone – esibiscono dunque caratteri di femminilità, di mascolinità, o giocano fra questi due livelli. Come scrive Lorber «Il genere è qualcosa che ci viene assegnato già alla nascita attraverso il nome di battesimo, e in secondo luogo attraverso l'abbigliamento e le interazioni con la famiglia, insegnanti e compagni»².

Utilizzando una narrazione che si muove fra rigide espressioni conservatrici (e loro messa in discussione) e modalità più fluide e aperte, *Sex Education* pone – e propone – diverse possibilità di riflessione sulle dinamiche di genere, interessando un pubblico che non coincide semplicemente con quello tipico del *teen drama*, ma comprende anche altre fasce d'età.

1. Le differenze di genere in *Sex Education*

Una questione divenuta centrale nei *teen* di recente produzione è quella legata alle distinzioni di *gender*³. Nelle serie *teen* la presenza di personaggi che esplorano la loro identità e le loro preferenze sessuali è costante e restituisce al pubblico diverse prospettive di osservazione: concede al singolo spettatore la possibilità di riconoscersi in alcuni passaggi della storia, restituendo uno sguardo ampio e complesso su alcuni aspetti della società.

Le serie tv hanno anche il potere di portare sullo schermo storie nelle quali i riferimenti culturali che appaiono vengono problematizzati. Le rappresentazioni di genere appartengono a questo spettro. Afferma Goffman «le differenze di genere vengono costruite quotidianamente [...] attraverso una continua e permanente ritualizzazione cerimoniale che le rende allo stesso tempo scontate e immediatamente riconoscibili»⁴. I 'codici di genere' vanno perciò a stabilire forme identificabili di femminilità e mascolinità presenti anche nelle fiction mediali. In una serie come *Sex Education*, ad esempio, tali codici non vengono solo agiti dai personaggi, ma vengono anche subiti laddove è evidente che costi-

² Judith Lorber, *The New Gender Paradox*, Cambridge, Polity Press, 2021; trad. it. *Oltre il Gender*, Bologna, Il Mulino, 2022, p. 25.

³ Si fa qui riferimento al *gender* (o 'genere') come costruito culturale rispetto al quale dibattono da tempo studiosi e studiosi appartenenti ad ambiti diversi (filosofia, sociologia, semiotica, cultural studies, fa gli altri). Attraverso il *gender* si sottolinea l'aspetto relazionale dell'identità, entro una prospettiva di tipo sociale.

⁴ Erving Goffman, *La ritualisation de la fémininité*, in "Actes de la recherche en sciences sociales", 1977, vol. 14, pp. 34-50; trad. it. *La ritualizzazione della femminilità*, a cura di Roberta Sassatelli, in "Studi Culturali", n. 1, 2010, p. 38.

tuiscono un modello culturale acquisito. Si fa riferimento soprattutto agli adolescenti e alle loro sperimentazioni identitarie, senza però lasciare nell'ombra il mondo degli adulti. Il personaggio di Mareen, ad esempio, la mamma di Adam, esibisce inizialmente una posizione di subordinazione rispetto al marito, il preside Groff. Fra i coniugi vige un regime «sorretto dall'interazione familiare»⁵ che ne disciplina le versioni di femminilità e mascolinità, con tutto ciò che questo significa secondo una versione conservatrice. I due mostrano una dinamica di coppia basata sulla distinzione di ruolo legata al genere, seguendo un ordine di tipo patriarcale: la donna si occupa della gestione della casa, mentre l'uomo riveste un ruolo pubblico. Nel momento in cui Maureen smette di accettare di ricoprire la sola funzione di moglie-madre ma di emergere anche in quanto donna, una serie di elementi connessi con questioni legate alla dominanza da un lato e al potere dall'altro vanno ad essere messi in discussione, facendo esplodere il rapporto matrimoniale. Mareen esprime la sua crisi con un chiaro mutamento di comportamento – e naturalmente anche di guardaroba.

Altre forme di femminilità trovano posto in *Sex Education*: dalla femme fatale (Ruby) al fascino underground (Maeve), allo stile preppy (Olivia), tutti esibiti per mezzo di comportamenti e look specifici. Accade, ad esempio, che Ruby o Olivia enfatizzino la loro femminilità e la loro eterosessualità mediante una serie di atteggiamenti che si rifanno a singole costruzioni simboliche (dallo sguardo che rivolgono ai loro compagni, al modo di camminare, al modo di sorridere...) e a un frame che le contiene tutte. Si tratta, naturalmente, di un set di azioni, di un «canovaccio di espressioni appropriate»⁶ che diventano fonte di ambivalenza, a seconda della circostanza e del soggetto che le adotta. Il genere, per usare le parole di Butler, appare dunque come *performativo*, come ripetizione di azioni che danno luogo a forme stereotipate, dai confini però cangianti: «ciò che consideriamo come un'essenza interiore del genere stesso è qualcosa che viene fabbricato attraverso una serie di atti, postulati attraverso la stilizzazione del corpo»⁷. E sullo schermo la performatività non può che chiamare in causa anche i modi in cui i corpi vengono coperti, agghindati, rivestiti di significati.

⁵ Lorber, *Oltre il Gender*, cit., p. 19.

⁶ Goffman, *La ritualizzazione della femminilità*, cit., p. 44

⁷ Judith Butler, *Gender Trouble: feminism and the subversion of identity*, New York-London, Routledge, 1990; trad. it. *Questione di genere: il femminismo e la sovversione dell'identità*, Roma-Bari, Laterza, 2022, p. XIV.

In alcuni momenti della storia è proprio l'uso di specifici indumenti che pone questioni precise su un piano sociale: osare di vestirsi *queer* crea delle conseguenze significative per Eric, così come indossare jeans succinti per Aimee. I guardaroba assumono perciò significati importanti: sottolineano i caratteri dei personaggi, segnano momenti critici della narrazione, sollecitano la riflessione dell'audience verso più ampie questioni politiche e culturali.

2. I personaggi e i loro guardaroba

Come abbiamo visto, nella definizione dei personaggi l'abbigliamento ha un ruolo importante: partecipa alla costruzione dell'identità dei personaggi, ai loro percorsi di evoluzione, cambiamento e crescita, soprattutto in un *teen drama*. Oltre a configurarsi come un elemento centrale del testo narrativo, l'abbigliamento rappresenta anche un importante codice di riferimento per il pubblico: i guardaroba costituiscono un potente dispositivo per comprendere l'età, l'appartenenza di status, l'adesione (o meno) a posizioni politiche. Gli outfit indirizzano, cioè, verso specifiche interpretazioni del mondo, sia di quello interiore dei personaggi, sia di quello sociale evidenziato dalla storia. Insieme agli altri livelli di significato di cui si compone il testo, l'osservazione delle dinamiche vestimentarie permette perciò di cogliere i meccanismi e le sfide narrative proposte. In particolare in *Sex Education* i guardaroba propongono dei capi facilmente riconoscibili e interpretabili come femminili o maschili (la gonna, la cravatta, il completo, ...) ma concorrono anche a promuovere la diversità, andando oltre i classici stereotipi televisivi della rappresentazione di genere. Attraverso le storie dei molti personaggi che popolano il testo, la serie porta sullo schermo modi per oltrepassare i confini dell'eteronormatività e del modello patriarcale.

Consideriamo, ad esempio, i modelli di mascolinità. In questa sede ne esaminiamo in particolare tre: quello 'tossico', interpretato da Adam, quello 'fragile' portato sulla scena da Otis, e quello *queer* impersonato da Eric. Ognuno di loro mostra comportamenti e atteggiamenti specifici, accompagnati da adeguati guardaroba. Adam mostra una tendenza alla glorificazione della violenza, insieme ad atteggiamenti di sessismo, misoginia che rimandano a concezioni rigide dell'identità e dei ruoli sessuali e di genere⁸. Egli utilizza un abbigliament-

⁸ Briant W. Sculos, *Who's Afraid of "Toxic Masculinity"?*, in «Class, Race and Corporate Power», 2017, vol. 5, n. 3, article 6.

to in linea con la sua personalità: una sorta di divisa per esprimere mascolinità e forza⁹, composta da jeans, giacca di cuoio e felpa scura con il cappuccio. Al contrario Otis si configura come il bravo ragazzo della porta accanto, sensibile e impacciato¹⁰. Utilizza un guardaroba apparentemente inespessivo, una sorta di uniforme che sembra renderlo indistinguibile nella folla. Sopra un paio di pantaloni casual, di colore neutro, indossa t-shirt e felpe e una giacca a vento – sempre la stessa – a strisce colorate (panna, rosso e azzurro) con un taglio decisamente anni Ottanta. Otis modifica il suo stile solo per partecipare ad occasioni speciali, spesso sbagliando completamente *dress-code*. Il sentimento di spaesamento che sembra accompagnare il personaggio per buona parte della narrazione, appare in scena, dunque, anche per mezzo dell'abbigliamento. Consapevole di mostrare una mascolinità non egemonica – e neanche subordinata – cerca di trovare un modo per performare la propria mascolinità, senza incarnare gli stereotipi maschili sostenuti dalla società¹¹. Il migliore amico di Otis, Eric, veste invece abiti eccentrici utilizzando fantasie e colori accesi, o addirittura fluo. Il suo guardaroba è basato su un immaginario legato al mondo gay: i suoi outfit non sono mai casuali e denotano una certa cura per il dettaglio. Il gusto di Eric tende in molte occasioni all'estetica *queer*, indossando veri e propri travestimenti, insieme ad un trucco piuttosto marcato. Egli porta in scena, con coraggio, la sua espressione identitaria: è capace di osare, di mostrarsi per ottenere accettazione da chi gli sta intorno. Utilizza un «abbigliamento di opposizione»¹² che lo rende unico e riconoscibile rispetto agli altri studenti della scuola. In questo caso il personaggio, attraverso i suoi abiti, non rivendica tanto il riconoscimento di appartenenza ad una specifica classe sociale, quanto il suo orientamento sessuale. Si tratta di una questione politica che viene narrativizzata nella serie tv proprio attraverso le vicende che Eric si trova a vivere, soprattutto nella prima stagione, nel confronto con il padre. Fra i due è presente un costante dialogo che dà luogo anche a forme di contrapposizione fra l'incorporazione della rigida interpretazione del ruolo maschile tradizionale

⁹ Tim Edwards, *Fashion in Focus. Concepts, Practices and Politics*, London, Routledge, Taylor & Francis, 2011.

¹⁰ Maddalena Fedele, Maria-Jose Masanet, *The 'troubled rebel girl' and the 'boy-next-door': The apparent inversion of gender and love archetypes in 13 Reasons Why, Élite and Sex Education*, in «Journal of Popular Television», 2021, vol. 9, n. 3, pp. 335-353.

¹¹ Sarah H. DiMuccio, Erik D. Knowles, *The Political Significance of Fragile Masculinity*, in «Current Opinion in Behavioral Science», 2019, vol. 34, pp. 25-28.

¹² Elisabeth Wilson, *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, London, Virago Press, 1985.

(quello del padre) e le possibilità e l'apertura che possono essere attribuite a tale ruolo (Eric). Si apre in questo modo una riflessione sull'ambivalenza legata al significato attribuito proprio alla 'normalizzazione' della mascolinità, che lascia allo spettatore più possibilità di interpretazione.

Fra le forme di femminilità due sono quelle che su cui ci soffermiamo in queste pagine: Maeve e Jean. Seppure si tratti di personaggi che appartengano a generazioni diverse (una è adolescente mentre l'altra una donna matura) esse sono in grado di manifestare alcune somiglianze e una sorta di continuità nei modi in cui rivendicano l'appartenenza al femminismo.

Maeve ha un passato pesante alle spalle e un presente difficile da gestire: vive da sola in un agglomerato di roulotte. Ha una mamma, tossicodipendente, quasi sempre assente, un fratello che non vede da anni e un padre che ha non ha mai conosciuto. La ragazza si distingue dal resto degli studenti della scuola anche per via del suo abbigliamento. Maeve rappresenta l'unica nella Moordale School a vestire abiti che si collocano a metà fra punk e grunge. In linea con l'ideologia sottoculturale rappresentata dal suo stile, si comporta in opposizione alle dinamiche mainstream adottate dai suoi pari. Indossa costantemente anfibi neri, o sneakers, un chiodo in pelle, minigonne e giacche sfrangiate. Il colore prevalente dei suoi abiti è il nero. Maeve simboleggia un'icona di femminilità, forza e indipendenza, incarnando alcuni dei valori promossi dal movimento punk, che «andava fortemente 'contro l'establishment'»¹³ in favore di un punto di vista più anarchico, o semplicemente anticonformista¹⁴. L'abbigliamento in questo caso non rimanda solo ad una posizione ideologica, ma rivendica una vera e propria lotta di classe, chiamando in causa gli elementi di stile tipici della sottocultura. Unica nota di luce sono i capelli che nella prima stagione appaiono biondi, con le punte rosa.

Legate al suo abbigliamento e al suo stile sono anche le posizioni politiche di cui Maeve si fa portavoce: è femminista, legge romanzi scritti in prevalenza da donne, applica la libertà sessuale, adotta una posizione di differenza e di protesta verso ciò che la circonda, mantenendo sempre un atteggiamento calmo e utilizzando un tono di voce quieto e caldo. Sul suo comodino ci viene mostrato il libro di Mary Wollstonecraft (madre di Mary Shelley), *Una rivendicazione dei diritti della donna*, considerato uno dei primi scritti di teoria femminista.

¹³ Edwards, *Fashion in Focus*, cit. p. 168.

¹⁴ Dick Hebdige, *Subculture. The meaning of style*, London, Methune & Co., 1979.

Una simile libertà e intraprendenza sessuale viene portata in scena anche da Jean, la mamma di Otis, nota sessuologa. Il suo stile appare curato in ogni occasione: abiti raffinati, camicie in seta, tute su misura aiutano a costruire l'immagine di una donna che veste in modo sobrio e ricercato. Emancipata, autonoma e indipendente, verso gli uomini Jean adotta un atteggiamento da predatrice. Rappresenta, nella narrazione, una sorta di nuovo modello di "soft power", proprio grazie al suo abbigliamento versatile ed elegante, libero dai vecchi orpelli del "power dressing"¹⁵.

Conclusioni

La questione dell'abbigliamento diviene centrale nell'ottica dell'osservazione delle dinamiche legate al gender nei *teen drama*. Come afferma Butler, «Quando diciamo che il genere è performato, di solito intendiamo che abbiamo assunto un ruolo [...] stiamo recitando in qualche modo, e [...] la nostra recitazione o il nostro gioco di ruolo è cruciale per il genere che siamo e il genere che presentiamo al mondo»¹⁶. Per ogni *recitazione* è dunque importante poter fare affidamento su un guardaroba che ci permetta di esprimere noi stessi in ogni situazione. Su questo punto *Sex Education* ci propone una riflessione, attraverso le diverse identità dei personaggi che porta sullo schermo, con i loro modi molto personali di esprimersi.

Nella terza stagione però cambia il Preside della Moordale School e vengono adottate nuove regole: viene imposto l'uso della divisa, che contempla la sola versione maschile e femminile, negando perciò l'uso di un guardaroba personale e libero. L'adozione di un range di possibilità così limitato crea problemi per gli student* genderfluid che non si riconoscono in modo rigido né nel femminile, né nel maschile e per i e le quali questa regola genera frustrazione e sofferenza. Questioni dunque sempre più attuali che vanno affrontate – come *Sex Education* ci insegna – abbandonando norme rigide e prestabilite.

¹⁵ Con "power dressing" si fa riferimento ad uno stile di abbigliamento, nato fra gli anni Settanta e Ottanta, utilizzato dalle donne per stabilire la loro autorità in ambienti professionali e politici, tradizionalmente dominati dagli uomini. Cfr. Joanne Entwistle, *The Fashioned Body: Fashion Dress and Modern Social Theory*, Cambridge, Polity Press - Blackwell, 2000.

¹⁶ Judith Butler, *Your Behaviour Creates Your Gender*, Big Think Video, 2010 <https://www.youtube.com/watch?v=Bo7o2LYATDc> (consultato il 10 aprile 2023).

***Amistead Maupin's Tales of the City:* Queer genealogies, memory, and representation in contemporary serial narratives**

Ilaria A. De Pascalis

Netflix productions for the LGBTQ+ community

In the 4th episode of *Amistead Maupin's Tales of the City* (Lauren Morelli, Netflix, 2019), we see a double generational clash. 28-years-old Ben confronts the privileged and older men he is having dinner with about racism and transphobia within the gay community while they reclaim the right to tell whatever they want because of the fight they had to put over during the 1980s and 1990s. At the same time, Mary Ann is shocked by the possibility that nowadays burlesque can be reappropriated as a feminist practice in a queer cooperative. Both situations deal with the circulation of knowledge, wisdom, and consciousness among people of different generations belonging to the LGBTQ+ community.

The episode is intensely self-referential, as the whole miniseries deals with history, memory, and genealogy in the LGBTQ+ community at many levels, including the comparison with the previous adaptations of Amistead Maupin's stories and the creation of a complex genealogy among the characters, with the elders taking care of the youngsters, and vice-versa, in a continuous circulation of knowledge and mentoring.

Tales of the City is, in fact, a cross-media serial narrative that started in 1976, when the writer Amistead Maupin first published his short stories in a newspaper column¹. Transformed into many novels, three television miniseries (produced by Channel 4 and distributed in the US by PBS in 1993, 1998, and 2001), a Broadway musical in 2017, and the Netflix original we are focusing upon in 2019, the series builds a world around 28 Barbary Lane, San Francisco, starting

¹ About the literary *Tales of the City* as serialized domestic fiction, see Robyn R. Warhol, *Making "Gay" and "Lesbian" into Household Words: How Serial Form Works in Amistead Maupin's Tales of the City*, in "Contemporary Literature", 1999, vol. 40, no. 3, pp. 378-402.

in the last years before the HIV/AIDS global epidemic and lasting until 2019 – at least for now. The 2019 miniseries is almost a manifesto for the self-identification of the LGBTQ+ community in contemporary San Francisco, its everyday life made of cultural relations and emotional exchanges, and its representations.

The revival goes hand in hand with other Netflix queer-themed productions (such as *Orange is the New Black*, 2013-2019, where the showrunner Lauren Morelli was part of the writing team), and it is an expression of the interest the platform has in building an ongoing solid relationship with its queer subscribers. In its *Inclusion & Diversity* policies, the platform declared its interest in storytelling that removes “the barriers of language, device, ability or connectivity” to broaden the on-screen representation of diversity². A crucial aspect of *Tales of the City* in this perspective is its attention to representing queer history as multifaceted, inclusive, and essential for the subjectivities of contemporary members of the LGBTQ+ community. Such a representation comes from the relationship between the Netflix original and pop culture history, carried on by the references to the books and the past adaptations: it also comes from the storyline that focuses on the making of a documentary about San Francisco LGBTQ+ spaces.

Queer narratives and storytelling

Dealing with the long history of the cross-media narrative *Tales of the City* means addressing the history of that part of the LGBTQ+ community that identifies with the word ‘queer’ and how it defines itself. As explained by Hannah McCann and Whitney Monaghan, the term ‘queer’ was reclaimed in the 1980s

as an umbrella term to designate resistant and non-normative sexuality, seemingly unburdened from the separatist strains that had emerged around gay and lesbian identities. Maintaining a relation to its original meaning, reclaiming ‘queer’ was about being different, but unapologetically so³.

In this perspective, the concept of ‘queerness’ mainly develops the political stance against every form of binarism and fixed identity, especially the one

² Netflix Jobs, *Inclusion & Diversity*, available at <https://jobs.netflix.com/inclusion> (last access September 2022).

³ Hannah McCann, Whitney Monaghan, *Queer Theory Now*, London, Bloomsbury, 2019, Perlego Edition, p. 19/285, <https://www.perlego.com/book/2995742/queer-theory-now-pdf>.

related to sexual experiences. Queerness is a politically charged practice that challenges normativity and lets people see the intersectionality of the multiple possibilities beyond the static dialectic between homosexuality/heterosexuality, male/female, black/white, and so on. Doing so produces new kinds of kinship and relations that complement the bio-legal family in a wider emotional net. Individualism and nuclear families are replaced within queer cultures by the value of multiple ties that reclaim the human need for affection, care, knowledge, and pleasures broadly shared.

Navigating the debate that led to this specific definition, however, is not easy; still, it can be interesting to hint at some of its seminal moments, as they provide possible meanings that had a role in the identification of the queer community and its representation. Covering some aspects of this debate, therefore, can help to better understand the genealogy of the queer community and how it defined itself, reclaiming the slur. As it is reconstructed by Lorenzo Bernini⁴, the storytelling of the queer community has a double starting point: in May 1990, a New York organization against homophobia and for the increase of gay, lesbian, and bisexual visibility officially named itself *Queer Nation*, to reclaim the presence of LGBTQ+ citizens in public spaces and to undermine the conventional idea that these spaces are only intended for heterosexual visibility. One of their slogans is the chant “We’re here! We’re queer! Get used to this”, that is the center of the final protest in the installment of *Tales of the City* we are analyzing here (Fig. 1).



FIG. 1.

⁴ Lorenzo Bernini, *Le teorie queer. Un'introduzione*, Milano, Mimesis, 2017, p. 133 and following.

In February of the same year, at the University of Santa Cruz in California, Teresa de Lauretis used for the first time the expression “Queer Theory” in a conference about gay and lesbian studies. She was inspired to use the term by a conference held at Anthology Film Archives in New York in 1989, whose proceedings *How Do I Look? Queer Film and Video* were edited by the collective Bad Object-Choices and published by Bay Press in 1991. De Lauretis wanted to create new storytelling for lesbian and gay sexualities, to eradicate the generic opposition of homosexual/heterosexual (mirroring the marginal/dominant dialectic), and to look at the differences inside the LGBTQ+ community. Such a multiplication of possible identification positioned sexuality “as an agency of social process whose mode of functioning is both interactive and yet resistant, both participatory and yet distinct, claiming at once equality and difference, demanding political representation while insisting on its material and historical specificity”⁵.

According to this narrative, Queer Theory is born under a double constellation: activism against homophobia and discrimination, especially during the AIDS epidemic and the insurgence of physical violence against LGBTQ+ bodies perceived as sick and dangerous in the cities, on the one hand; and film and video studies, with their attention toward both visual representation and apparatuses, on the other hand. Putting the “queer” identity at the center of the discourse in this sense had a double stand: an openly political stance generated from the personal perspective of those who reclaim the slur as well as their visibility into the street; and a self-reflective mode that pays attention to the visual performances produced about or by people in the community (in or out of their closets). The double identity is shadowed a few years later, in another seminal essay by the activist and scholar Eve Kosofsky Sedgwick, *Queer and Now*:

That’s one of the things that ‘queer’ can refer to: the open mesh of possibilities, gaps, overlaps, dissonances and resonances, lapses and excesses of meaning when the constituent elements of anyone’s gender, of anyone’s sexuality aren’t made (or *can’t* be made) to signify monolithically. [...] Intellectual and artists of color whose sexual self-definition includes ‘queer’ [...] are using the leverage of ‘queer’ to do a new kind of justice to the fractal intricacies of language, skin,

⁵ Teresa de Lauretis, *Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities. An Introduction*, in “Differences”, 1991, vol. 3, no. 2, pp. iii-xviii: iii.

migration, state. Thereby, the gravity (I mean the *gravitas*, the meaning, but also the *center* of gravity) of the term 'queer' itself deepens and shift⁶.

In this passage, Sedgwick also points toward another aspect of the association of the adjective 'queer' with the noun 'theory': its attention toward LGBTQ+ activism and self-definition, as they intertwine with other political issues such as race, nationality, and so on. In this sense, she locates Queer Theory as a partner with intersectional perspectives, emerging in those same years as an analytic tool for activists and scholars and investigating "how intersecting power relations influence social relations across diverse societies as well as individual experiences in everyday life"⁷. Once again, the very foundation of Queer Theory has a political stance against any dialectic that risks normalizing discrimination. Instead, it embraces multiplicity, and addresses the position of performative subjects⁸ in cultures and narratives.

Queer Representation and Queer History

This relationship between queer people and on-screen representation is particularly significant within the community. For our purpose, the most interesting aspect is their political stances toward historical narratives and the genealogies that they originate. As Anamarjia Horvat stated,

On the one hand, the question of LGBTQ histories is a complex one, as queer people were often forced to stay hidden and to deliberately destroy the evidence of their existence in order to survive. On the other, the specific history of discrimination and persecution that marks both the LGBTQ

⁶ Eve Kosofsky Sedgwick, *Queer and Now*, in Eve Kosofsky Sedgwick, *Tendencies*, ed. by Michèle Aina Barale, Jonathan Goldberg, Michael Moon, Durham, Duke University Press, 1993, pp. 8-9.

⁷ Patricia Hill Collins, Sirma Bilge, *What Is Intersectionality?*, in Patricia Hill Collins, Sirma Bilge, *Intersectionality*, Cambridge, Polity Press, 2020 (2nd ed.), <https://perlego.com/book/1536696/intersectionality-pdf>.

⁸ The third name that emerges as seminal for Queer Theory is that of Judith Butler and her *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, London, Routledge, 1990. In the volume, she uses both the works by Jacques Lacan and Michel Foucault to disrupt sex/gender binarism and analyze the power structures underneath subjects' agency and representation. Therefore, gender performances are multiple, culturally coded, and open for interpretation. A beautiful discussion of the debate among de Lauretis, Butler, and Sedgwick, and the valorization of bodies and their material aspects, is in the essay by Biddy Martin, *Sexualities without Gender and Other Queer Utopias*, in "Diacritics", 1994, vol. 24 no. 2/3, pp. 104-121.

past and present has often meant that queer histories have been deliberately erased and removed from official narratives⁹.

Queerness, as a political stance for subject positions, pervades every aspect of human experience, including history and memory. *Tales of the City* does not only represent the histories of LGBTQ+ people, addressing the spaces where the community gathered in the past and the changes in San Francisco city life in the last decades. The series also wants to reclaim a queer perspective upon history, as something that goes far beyond the official reports and canonical records, and has far more to do with personal memories, oral accounts, and media products. Finally, it expresses all these issues through queer narrative and aesthetic forms.

As for queer history, I refer to the idea of “queer time” according to José Esteban Muñoz: a queer history calls for a mobilization of the past in the service of a queer future that moves beyond the negative present of queer exclusion and abjection¹⁰. Time goes beyond the hegemonic chronological linearity, relating to “associative traces” and “affective connections”, in order to produce a living, multilayered narrative, exposing the personal perspective upon human experience. Such an idea of mobilization of time layers through oral history is apparently the foundation of the intradiegetic documentary directed by Claire Duncan, whose nostalgic and decadent vision of the San Francisco LGBTQ+ community enforces a problematic perspective on the idea of memory and history. The interviews with various characters composing the documentary are deeply embedded in the narrative texture, giving the spectator the sense of an ongoing story, bursting with life, and ricocheting in multiple streams, notwithstanding Claire’s manipulative approach. Even if, in the last episode, the director talks about “editing” her story, erasing the people she doesn’t like out of it, personal memories and lives still burst out from the screen, invading public and private spaces all the same with their affects, emotions, desires.

⁹ Anamarija Horvat, *Screening Queer Memory. LGBTQ Pasts in Contemporary Film and Television*, London, Bloomsbury 2021, Perlego Edition, p. 9/23, <https://www.perlego.com/book/2397317/screening-queer-memory-pdf>.

¹⁰ Quoted by Amy Tooth Murphy, *In Search of Queer Composure. Queer Temporality, Intimacy, and Affect*, in Clare Summerskill, Amy Tooth Murphy, Emma Vickers (eds.), *New Directions in Queer Oral History. Archives of Disruption*, London, Routledge 2022, Perlego Edition, p. 28/35, <https://www.perlego.com/book/3286515/new-directions-in-queer-oral-history-pdf>.

Memory, oral history, and the community configuration

The first shot of the series (Fig. 2) sees one of the main characters, Anna Madrigal, the queen of 28 Barbary Lane, stating that the base of the community and its life is still the same after the decades she lived through: “We’re still people. Aren’t we? I mean... flawed, narcissistic, ad doin’ our best”.

In the 6th episode, we see another glimpse of the making of the documentary: Claire wants to interview Ida, the black transgender manager of the queer cooperative *Body Politic*. Claire asks for the history of the physical space, and various people chime in the interview to tell the fragment they know: Ida says, “It’s always been some kind of gay bar. It started out as a cross-dressing club with waiters/hooks in the 1940s, and then it was a Latin leather club”; here, one of the performers intervenes, stating, “Nope, it was a black leather club”; then Margot says, “I heard in the 1960s it was run by some trans lady”, and Carlin adds, “Someone told me it was a lesbian disco club in the 1970s”. During this exchange, there is no coincidence between the series’ camera with Claire’s one anymore, but we just have the series’ camera jumping from one person to another in an unstoppable flow of knowledge and inferences. Claire is disturbed by the disordered overlapping of all these different perspectives, asking for some order and linearity; but in this way, she disregards the complexity of queer time and its reliance upon the mix between memory and narrative, denouncing her being fundamentally alien from the LGBTQ+ community notwithstanding her



FIG. 2. Anna’s interview.

sexual practices or identity claims. In other words, she wants to use a hegemonic narrative form to report queer lives, to the point that she tries to change reality, even violently, to fit her storyline better.

Tales of the City is a representation of the fruitful relationship among serial narratives produced for streaming platforms – particularly open to multiple storylines, wide narrative arches, a choral cast of characters, and made to satisfy niche audiences¹¹ – with the tradition of LGBTQ+ themes, their re-framing in the face of the contemporary development of the community, and elements of queer aesthetic.

Canonical references to HIV positivity and the deep wounds it opened in the community in the past decades go hand in hand with the spectacle of the influencers' lives, the exhibition of queer performances on the stage of the *Body Politic*, and the explicit representation of the various form of queer sexual relationship. The multiplicity of narrative genres and storytelling strategies¹² used within the series mirrors itself in the layered images, enriched by pop culture knowledge shared within the LGBTQ+ community and disseminated through different visual styles used throughout the ten episodes.

The drama of Anna as a trans woman in the 1960s, narrated in the 8th episode, with its filtered colors and the use of vignetting, puts together a nostalgic approach towards queer history¹³ and more recent Instagram vibes. The background history for the creation of the Barbary Lane family is both part of the LGBTQ+ community's past and a contemporary audiovisual product, aware of *Tales of the City's* ramifications and the different uses it has as a cultural item for various generations. The narrative idea of a past that has been lived fully by the main characters sets a complex “emotional landscape” and a “sentimental environment”¹⁴, pervaded by suffering and shame as well as fulfilled desires and joy.

The last episode especially relies upon the wideness of the range between the changes in the community and the permanence of common elements; it also

¹¹ For my discussion of complex narratives in contemporary series, see Ilaria A. De Pascalis, *Cartografie della complessità: modelli di interpretazione della serialità contemporanea*, in “SigMa. Rivista di letterature comparate, teatro e arti dello spettacolo”, 2019, vol. 3, pp. 643-678, available at <http://www.serena.unina.it/index.php/sigma/article/view/6591> (last access September 2022).

¹² For a discussion about the queerness implied by the experience of television and its “promiscuous” narratives, see Michele Aron, *Towards Queer Television Theory. Bigger Pictures sans the Sweet Queer-After*, in *Queer TV. Theories, Histories, Politics*, ed. by Glyn Davis and Gary Needham, Routledge 2009.

¹³ See Gilad Padva, *Queer Nostalgia in Cinema and Pop Culture*, Palgrave Macmillan 2014.

¹⁴ Ivi, p. 3.

represents and states in the dialogue the need to rely upon queer elders as well as upon younger generations to build a shared, safer space. The LGBTQ+ community and Anna's chosen family are driven together in the fight for the preservation of Barbary Lane, and they need one another not just to survive but to flourish and give more beauty and pleasure to the world.

The unbearable (in)visibility of non-monosexuality in contemporary Italian TV series

Lucia Tralli

Queer representation in Italian media is, to put it bluntly, severely lacking, both in terms of the quantity of LGBTQIA+ characters and the quality of representation. These shortcomings are indeed present for all sexual orientations, even those – such as male homosexuality – that have gained more robust exposure to the general public over time.

Therefore, it isn't at all surprising that bisexual representation – which is exceptionally scarce even within Western anglophone fictional media – is even harder to find.

For the purpose of my research, I am adopting the definition of bisexuality popularized by bi activist Robyn Ochs: the “potential to be attracted – romantically and/or sexually – to people of more than one gender, not necessarily at the same time, not necessarily in the same way, and not necessarily to the same degree”¹.

Therefore, we intend *bisexuality* as the umbrella term (*bi+*) that includes all non-monosexualities, meaning all orientations where people are attracted to more than one gender, which includes bisexuality, pansexuality, omnisexuality, fluidity, and to a certain extent, queer.

While U.S. media has been monitored since 1985 by the Gay and Lesbian Alliance Against Defamation (GLAAD) which has, over the years, provided consistent numbers on LGBT+ representation through their *Where We Are on*

¹ Robyn Ochs, *What is bisexuality?*, in Robyn Ochs, Sarah. E. Rowley (eds.), *Getting bi: Voices of Bisexuals Around the World*, Boston, Bisexual Resource Center, 2009, p. 9.

TV seasonal report, including bisexual representation² – Italy (as well as other European countries) lacks any tool, or institution devoted to such a rigorous quantifiable counting. Therefore, I have decided to approach the current state of bisexual representation in contemporary Italian TV Series through a qualitative analysis of some titles that are, in my opinion, exemplary of some trends concerning the representation of bi+ people and stories.

I am building my analysis on Maria San Filippo's conceptualization of bisexuality in the media as *(in)visible*. As she argues: "Bisexuality is both visible and invisible, as my parenthetical designation indicates, due to the slippage between its representational pervasiveness and the alternating measures of tacit acceptance, disidentification, or disavowal that render bisexuality discursively un(der)spoken"³.

In essence, through the decades, there has been a considerable amount of bi+ characters – or, more appropriately, characters that behave in a non-monosexual way – but for most of these characters, the representation of their bisexuality has been remarkably problematic.

Most do not explicitly identify as bi+ (actually, the word 'bisexual' is hardly ever present); there is an abundance of stereotypes and harmful tropes (from the indecisive to the unfaithful bi, to the extreme of literal demonic figures⁴); and frequently their bisexuality is used for nothing more than a titillating narrative device to connote the eccentricity of the character or to "spice up" the story. The number of representations of bi+ characters as somehow realistic representatives of bi+ people and their real-life issues is decisively scarce.

Scholars have identified many strategies that contribute to the *(in)visibility* of bi+ representation: on one side, we have the so-called *bi-assimilation* through *compulsory monosexuality*, which means that bi+ people are *assimilated* into another orientation by the cultural compulsion of interpreting the world of relationships in a binary logic of single-gender attraction and affection. Shiri Eisner, for example, stresses how *bi-assimilation* means that bi+ people struggle to be

² *Where We Are on TV Report - 2022-2023*, <https://www.glaad.org/whereweareontv22> (accessed 19 May 2023).

³ Maria San Filippo, *The B Word: Bisexuality in Contemporary Film and Television*, Bloomington, Indiana University Press, 2013, p. 3.

⁴ I explored some of the tropes in bi+ representation in the U.S. context in a recent essay, *Getting Bi. La rappresentazione della bisessualità+ nella serialità statunitense contemporanea*, in Antonia Caruso (ed.), *Queer Gaze. Corpi, storie e generi della televisione arcobaleno*, Milano, Asterisco, 2020, pp. 53-66.

considered neither *too much* nor *too little bi* to try to fit either in heterosexual or homosexual narratives and being, therefore, more “accepted”⁵.

On the other side, there is *bi-erasure*, conceptualized amongst others by Kenji Yoshino⁶, pursued through the stigmatization of bi+ behaviors and identities.

Both patterns have emerged in the following small sample of four TV series: *L'Allieva* (The Apprentice; Rai, 2016-2020), *Tutta colpa di Freud* (All Freud's Fault; Amazon Prime Video, 2021); *SKAM Italia* (TIMVision/Netflix, 2018-); *We Are Who We Are* (HBO-Sky Atlantic, 2020).

L'Allieva is a particularly popular TV show whose three seasons, adapted from a series of successful novels, aired on Rai 1 from 2016 to 2020. Amongst its crowded cast of characters, the series features a “typical” case of bi+ “representation without representation”: a potentially bi+ character that is seldom present in the narrative and whose bisexuality is seen without ever being explicitly mentioned or discussed.

In this case, the trope is filled by one of the secondary characters, Cordelia, the absent-minded and free-spirited housemate of the titular character Alice, and sister of Alice's first boyfriend, Arthur.

During the first season, we see Cordelia from time to time, perennially enveloped by a tormented relationship with her boyfriend that abruptly ends at the end of the season. In the last episodes of the second season, she suddenly appears with a girlfriend, Nina, with whom she is then paired until the end of the series. Besides some brief mentions of the difficulties of admitting to her friends and family that she now has “a new love, who is a woman”, there are no references whatsoever to a potential shift in her sexual orientation. In her case, the eccentricity and open-minded approach to life of the character are clearly fitting the mold of regularly stereotypical connotations of a bi+ character as someone who “lives freely without paying attention to social rules”; rules that implicitly include monosexuality.

The following two cases provide a more complex representation of their bi+ characters. Nevertheless, both cases are examples of two different strategies of bi-erasure, highlighted amongst others, by Nicole Richter: one that connotes

⁵ Shiri Eisner, *Bi - Notes for a Bisexual Revolution*, Berkeley, Seal Press, 2013, pp. 51-75.

⁶ Kenji Yoshino, *The Epistemic Contract of Bisexual Erasure*, in “Stanford Law Review”, 2000, vol. 52, no. 2, pp. 353-461.

bisexuality with negative and ambiguous characteristics and the other, which minimizes and negates previous experiences that would prevent interpreting a character as monosexual⁷.

The first case can be seen in the recent serial adaptation of the 2014 Paolo Genovese movie, *Tutta colpa di Freud*. Distributed by Amazon Prime in February 2021, the series reproduces the dynamic of the film – the story of a single therapist father with three young daughters struggling to find their place in life – but tries to update the stories to our current times. The eldest daughter, Sara, still has the bi+ storyline, but her story arc is completely revised and unmistakably normalized.

In the movie, her character is a messily funny and likable “regretful lesbian” who decides to try to date men after being mistreated by one too many women. The Sara of the series has, instead, become an icy career-focused woman who is about to get married to a kind man, Filippo, and works at her soon-to-be in-laws’ luxurious hotel.

While she is experiencing some second thoughts about getting married, she develops a sudden attraction to her wedding planner, Niki, and later she cheats on her fiancée with her. The duo has a brief, passionate sexual encounter interrupted by her siblings and father. The family is understandably shocked but apparently unfazed by her association with a woman, referencing a previous “experimentation phase” in high school. Afterward, she dismisses the fling as a momentary fluke (and unceremoniously dumps her lover) and goes along with her marriage plans. Still, after the ceremony, she finds herself in a room with Niki and starts to kiss her again, promptly caught by her newlywed husband. Devastated, he leaves her immediately.

Her character is framed as an uptight, rigid, and distant person who is self-centered and apparently careless about other people’s feelings. The series then shows her as more preoccupied with losing her job than hurting her ex-husband’s feelings or misleading her lover. She is the ultimate trope of the *messy bisexual* who leaves a trail of victims behind herself in a sudden quest for self-discovery. This case presents a series of “red flags” for bi+ representation, including the representation of bi+ people as serial cheaters and emotional manipulators and the passing reference to an “experimentation phase”, the ultimate erasure of any non-monosexual experience in life, reduced as a mere, irrelevant, accident.

⁷ Cf. Nicole Richter, *Bisexual Erasure in ‘Lesbian Vampire’ Film Theory*, in “Journal of Bisexuality”, 2013, vol. 13, no. 2, pp. 273-280.

The second case is more complex, and the word ‘bisexual’ is, in fact, pronounced a couple of times, albeit just before dismissing the possibility for some characters to harbor any bi+ orientation. This is the case of the Italian version of the critically acclaimed TV series *SKAM*, an originally Norwegian series on adolescents that later has been adapted into seven other versions throughout Europe (and one set in Austin, Texas), with the same storylines remodeled to fit the different contexts. Each season of the series revolves around a different character amongst a group of friends. The Italian version, *SKAM Italia*, produced by Cross Productions and distributed by TIMVision and Netflix, has been amongst the most successful and is the only one still in production today.

The plotlines I am referencing here pertain to the second season, which revolves around two male characters, Martino, the protagonist, and Niccolò, falling in love. This season has been saluted as a bout of fresh air and positive LGBT+ representation desperately needed in a country still flagellated by hegemonic homophobia. The authors have frequently discussed how they intentionally wrote and adapted the original script to the Italian context, aware of the potential implications for the Italian mainstream discourse around LGBT+ rights⁸.

Nevertheless, it is particularly emblematic of different forms of bi-erasure that lean on bi-assimilationism that both characters have significant romantic and sexual relationships with girls before meeting each other. Still, the possibility of them being bi and not gay is seldom alluded to and constantly brushed away. When Niccolò meets Martino, he has a longtime girlfriend, with whom he later seems reluctant to break up. Martino’s friends frame this reluctance as Niccolò’s unwillingness to accept he’s gay and not as a struggle to end a previously loving relationship.

Martino’s bi-erasure is even more straightforward. During the first season, he is in love with Eva, his best friend’s girlfriend, to the point of plotting to have them separated because of his attraction toward her. When the second season begins (diegetically, a couple of months later), his affection and attraction for her are long-forgotten (an occurrence that, of course, fits a teen romantic narrative). We witness his painful process of self-acceptance while we discover, alongside him, his attraction to boys. Soon, he meets Niccolò and quickly falls in love with him, and their story is the season’s focus.

⁸ On the successful trajectory of the Italian version of *SKAM*, see Stefania Antonioni, Luca Barra, Chiara Checcaglini, ‘*SKAM Italia Did It Again*.’ *The Multiple Lives of a Format Adaptation from Production to Audience Experience*, in “Critical Studies in Television”, 2021, vol. 16, no. 4, pp. 433-454.

There are a couple of scenes where Martino is questioning if his orientation is monosexual or not: the first one is with Eva. When the girl confronts him about his previous behavior, asking him if his love was genuine, Martino seems at a loss for words, trying to make sense of his own feelings. Later on, when he comes out to his close friends, they ask him if he is gay, and when he replies that he isn't sure and that he doesn't like all boys, they counter with, "Maybe you are one of... one of those who likes both boys and... bisexuals!" to which he replies "I really don't know."

These conversations seem entirely forgotten later because when his friends call him or Niccolò "gay" at different moments, Martino doesn't correct them anymore. The possibility of being bi is shut down entirely, all previous experiences minimized to the point of being irrelevant, and even the character's own questioning is wholly forgotten.

There is, in fact, only one scene in season four where Martino's potential bisexuality is referenced again during a conversation with two friends. When one of them says, "Well, Martino is bisexual anyway," the other scoffs and replies, "Yes, bisexual as if...". The harsh dismissal comes from Filippo, an older character, out and proud as gay, who is a sort of mentor for Martino during his identity crisis and queer discovery, and the resident queer character of the entire series. Therefore, the bi-erasing comment, which frames Martino's claim of being bi as a "phase" or "seek for heteronormative protection" before admitting to himself that he is "fully" homosexual, comes with an authoritative dismissal.

The last example in our small sample comes from a completely different case, *We Are Who We Are*, a 2020 Italian-U.S. co-production by HBO and Sky Atlantic, written by Paolo Giordano, Francesca Manieri, and Oscar-nominated director Luca Guadagnino, who also directs all the series' eight episodes. Even if it is co-produced and distributed by the infamous U.S. channel, the series' authors and its setting in Northern Italy (in a U.S. military base in Chioggia) make it a series with solid ties to the Italian landscape. As its title suggests, the series is entirely dedicated to its characters' identity explorations.

During the episodes, both the evolving gender identities and sexual orientations of the young (and adult) characters are narrated with gentleness and radicality at the same time. The series' protagonists Caitlin (later they re-name themselves Harper) and Fraser (respectively played by a genderfluid actress Jordan Kristine Seamón and non-binary bisexual actor Jack Dylan Grazer) navi-

gate their fluid gender identities together. Caitlin/Harper, in particular, slowly accepts their desire for a more masculine gender expression, shaving off their head and trying to glue some mustaches on their face. Regarding their orientations, almost all characters display non-monosexual attractions in a particularly accepting and, at times, playful way. And even if this is another case where the word “bisexual” isn’t included, the variety of bi+ characters and behaviors is so explicit, rich, and complex to make *We Are Who We Are* a hopefully important precedent for bi+ representation’s future.

Although far from being an exception in the global quality of bisexual representation, we conclude our brief exploration with an acknowledgment of the enduring (in)visibility of non-monosexuality in Italian TV series. Spanning different forms of bi-erasure, from blatant denial to more subtle assimilationist narrative strategies, bi+ people, and the fictional characters that represent them, still seem far away from finding their rightful place in media representation in the Italian TV series context.

Gender Spot. L'immaginario della pubblicità e la sfida agli stereotipi di genere*

Alfonso Amendola, Annachiara Guerra

1. Una premessa teorica

Marshall McLuhan afferma che i media sono dei veri e propri «ambienti» sociali e culturali, essi

ci investono interamente. Sono talmente penetranti nelle loro conseguenze personali, politiche, economiche, estetiche, psicologiche, morali, etiche e sociali da non lasciare alcuna parte di noi intatta, vergine, immutata¹.

Ciò avviene perché sono i media stessi a captare, assorbire, (ri)elaborare e restituire simboli, immagini, narrazioni, idee della società stessa. In questo modo, dunque, è impossibile non sostenere come i media siano strumenti in grado di captare l'immaginario del tempo e, di conseguenza, veicoli attraverso i quali è possibile costruire i grandi immaginari. In tale processo, a partire dai media tradizionali, fino ad arrivare ai più contemporanei media digitali, è la pubblicità ad assumere senza dubbio un ruolo nevralgico nell'intercettare le caratteristiche socioculturali e influenzare la società stessa. Lo spazio pubblicitario si inserisce come una forza penetrante e potente nella società capace di edificare grandi immaginari e influenzare comportamenti, giudizi e pensieri andando poi, alle volte, a consolidare alcuni concetti, altre ad indebolirli, ciò dipendentemente anche dal periodo storico.

* Il saggio è il risultato del lavoro congiunto degli autori: in particolare, Alfonso Amendola si è occupato del § 1; Annachiara Guerra del § 2.

¹ Marshall McLuhan, *Il medium è il messaggio*, Milano, Feltrinelli, 1968, p. 26.

In questo discorso si inseriscono gli stereotipi sociali legati al gender che proprio la pubblicità, in un primo momento storico, ha veicolato in modo rafforzativo, per poi negli ultimi anni, tendere all'opposto, ponendosi come mezzo di scardinamento degli stessi e, quindi, di rottura con il passato. Lo stesso McLuhan, già negli anni '50 nella sua opera *La sposa meccanica*, analizza la potenza dei media e il loro impatto sulla società analizzando, nello specifico, il nuovo medium televisivo e le nuove forme di pubblicità del piccolo schermo in un parallelismo tra sessualità e tecnologia. L'elemento della sessualità proprio in quel periodo (anni '50) incominciava ad essere sempre più presente nella vita quotidiana. McLuhan parte, ancor prima di analizzare gli spot televisivi, da dei manifesti pubblicitari della *Gotham Hosiery* – nota azienda di collant in nylon (vera e propria rivoluzione all'interno del mondo femminile) – i quali raffiguravano gambe snelle e slanciate nell'intento di promuovere nuovi modelli di collant in nylon, cercando di analizzare quali fossero gli effetti che tale raffigurazione produceva all'interno della psiche femminile. Vanni Codeluppi², riprendendo McLuhan, afferma che la sessualità e la frammentazione del corpo era una netta rappresentazione della cosiddetta dissociazione tra dimensione sessuale e identità personale. La donna diventata dunque oggetto sessuale a causa della raffigurazione delle sue sole gambe, svuotata della propria identità di essere umano sentendosi in qualche modo alienata dal corpo stesso: «Le gambe oggi sono state indottrinate. Sono autocoscienti. Parlano. Hanno un vasto pubblico. Vengono invitate ad appuntamenti. E in gradi diversi le agenzie pubblicitarie hanno esteso questo trattamento ad ogni altro segmento dell'anatomia femminile»³. All'interno di molte pubblicità viene utilizzata la tecnica degli impliciti linguistici: un contenuto implicito è un contenuto che arriva al destinatario senza che esso venga esplicitamente veicolato. Spesso le pubblicità utilizzano gli stereotipi come impalcatura linguistica, consentendo di veicolare molto rapidamente contenuti complessi nell'arco di 30 secondi storie essenziali che devono colpire e dove lo stereotipo ha una sua concreta necessità d'esistenza.

Nel tempo il discorso si è amplificato:

Tutti riconosciamo gli stereotipi platealmente offensivi, ma il modo in cui vediamo le rappresentazioni degli altri dipende anche dall'orientamento e dalla sensibilità dei singoli destinatari di un messaggio. Per esempio, molte

² Vanni Codeluppi, *Dimenticare McLuhan*, Milano, FrancoAngeli, 2018.

³ Marshall McLuhan, *La sposa meccanica*, Milano, SugarCo, 1984, p. 197.

pubblicità rivolte alle donne ritraggono i mariti e i padri come incompetenti nelle faccende domestiche. Le donne saranno portate a sorridere di queste rappresentazioni, ma gli uomini che vedono le stesse pubblicità potrebbero divertirsi di meno⁴.

Il media principale al quale si fa riferimento quando si parla di stereotipi di gender è il medium televisivo che è stato per molto tempo il medium di riferimento per il settore pubblicitario, rivolgendosi ad un preciso target generazionale ai quali corrispondevano precisi canoni morali ed etici. Con l'avvento del digitale e dei social media, e quindi con maggiore possibilità da parte delle persone nel poter esprimere liberamente il proprio pensiero in qualsiasi momento, molti temi sensibili sono emersi e portati al vaglio della società come la sostenibilità ambientale e l'inclusività in tutte le sue forme. Temi molto forti, amplificati dalla *digital society*, che i creativi del settore pubblicitario hanno captato e riconosciuto in quanto fedeli interpreti del contemporaneo divenendo ambasciatori di nuovi valori. Ma la centralità della nostra riflessione vuol spingersi sul ritracciare radici di tutto questo che identifichiamo negli anni Sessanta del Novecento.

2. Il cambiamento dello stereotipo di gender nel tempo

Analizzando le pubblicità televisive dagli Anni Sessanta ad oggi è possibile riscontrare tre filoni riguardo gli stereotipi di gender e di come essi vengano posti all'interno dello storytelling pubblicitario. Negli anni Sessanta e Settanta, le pubblicità pongono la donna come protagonista in riferimento principalmente all'attività di promozione di quelle categorie merceologiche legate alla cura della casa e della persona, considerate attività prettamente femminili.

Sulla scia di questo periodo, negli anni Ottanta e Novanta il corpo della donna viene fortemente sessualizzato, mostrato come oggetto del desiderio in qualsiasi contesto. Un esempio incisivo di pubblicità in cui la donna non solo è raffigurata in questo modo, ma anche come genere a cui non sono rivolte alcune categorie merceologiche, sono gli spot dedicati al videogioco. Soprattutto negli anni Novanta gli spot pubblicitari indirizzano il videogioco verso un

⁴ Edoardo Lombardi Villauri, *La lingua disonesta. Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, Bologna, Il Mulino, 2019, p. 67.

target adolescenziale/giovani adulti prettamente maschile. La donna viene invece resa, in alcune pubblicità, come oggetto sessualizzato. Ne è un esempio lo spot televisivo italiano di Nintendo dedicato alla console Nes e al videogioco *Super Mario*, in cui Jovanotti invita una ragazza a casa e, oltre ad un'inquadratura particolarmente incisiva sul suo corpo, lo spot pone il videogioco come strumento per conquistare la ragazza. Il periodo dei primi anni Duemila segue le tendenze del periodo precedente. Un cambiamento graduale si è avuto con l'avanzamento della *digital society*, con l'avvento dei social media che hanno portato alla luce temi sensibili come l'inclusività di ogni tipologia di corpo, andare contro gli stereotipi di gender, nonché movimenti contro l'omofobia e l'appoggio della comunità LGBTQI+. Un fenomeno consequenziale che emerge nelle ultime tendenze del settore pubblicitario è quello di inserire, quasi forzatamente, proprio le tematiche dette poc'anzi e, un incalzante uso del *politically correct*.

2.1. La pubblicità Perugina: 1974 vs 2021

La pubblicità lanciata nell'ottobre 2021 per la limited edition *Dolce Vita* di Baci Perugina in partnership con Dolce & Gabbana è un esempio preciso di come la pubblicità sia diventata strumento per scardinare gli stereotipi di gender. Sulle note di *Per un'ora d'amore* dei Matia Bazar, nello spot prodotto da The Box Films con la regia di Giulio Volpe, i protagonisti sono tre in parallelo: i baci fra le coppie, i cioccolatini della Perugina e gli abiti e accessori di Dolce & Gabbana. Baci che promuovono l'amore in tutte le sue forme, tra persone dello stesso sesso, di età ed etnie diverse. Lo spot ha in realtà un "precedente". Riprende infatti la campagna *Love is Love* di Dolce & Gabbana realizzata per San Valentino 2021 in cui, sempre sotto le note della canzone dei Matia Bazar, vengono pubblicati sui profili social ufficiali del brand di moda dei video con protagonisti diverse tipologie di coppie. Inoltre, con questa campagna la marca si è impegnata a sostenere *Trevor Project*, un'organizzazione mondiale che supporta la comunità LGBTQI+. Quest'ultimo aspetto conduce alla riflessione di come oggi i brand sono portatori di responsabilità sociale, mostrandosi quindi attenti verso temi sensibili del momento come sostenibilità ambientale e, appunto, inclusività. Le due campagne pubblicitarie, che hanno come motore principale, ovviamente, il marketing, sono legate dal filo conduttore di temi quali la libertà sessuale e l'abbattimento degli stereotipi. Se guardiamo

nello specifico a Baci Perigina, nella storia del brand, le pubblicità degli anni Sessanta e Settanta erano in linea con gli standard morali ed etici di quel periodo. Facendo un parallelo con la pubblicità del 2021, quella del 1974 mostra un amore candido, puro, tra un ragazzo e una ragazza che viene manifestato solo attraverso lo sfiorarsi la mano, non viene mostrato alcun bacio, se non uno figurativo fra due burattini in un teatro che è un rimando al bacio reale tra due persone. Nello stesso periodo, precisamente nel 1963, Andy Warhol rilascia *Kiss*, film muto dalla durata di 50 minuti in bianco e nero, in cui 13 coppie etero, gay e di diverse etnie si baciano per 3 minuti e mezzo ciascuno. Per il Codice Hays (una serie di linee guida morali che per molti decenni ha governato e limitato la produzione del cinema negli USA) i baci su pellicola dovevano avere una durata molto breve, di pochi secondi. Warhol, quindi, fu anticipatore di quella rottura degli stereotipi che poi Dolce & Gabbana e Baci Perigina – e altri brand – hanno successivamente ripreso oggi nelle loro campagne.

2.2. Lo spot Fiat 500 per la Festa della Donna

Il marchio Fiat, con la sua iconica 500, nel 2017 ha realizzato uno spot in collaborazione con l'agenzia pubblicitaria Leo Burnett Italia in occasione della Festa delle Donne, per ringraziare quest'ultime per aver apportato dei fondamentali contributi tecnici all'interno del mondo dei motori. Lo spot, di breve durata (30 secondi), gioca su un parallelismo testo-immagini: vengono mostrate le varie parti della 500 e ad ognuna di esse corrisponde una frase: «senza benzina», «senza riscaldamento», «senza gps». L'ultima frase è «senza donne le auto non sarebbero le stesse», proprio perché quelle componenti di auto mostrate poco prima esistono grazie alle donne che le hanno inventate. Infatti, lo spot continua mostrando i volti e i nomi di queste donne che hanno fatto la storia nel settore automobilistico:

Edith Flanigen, Margaret A. Wilcox, Hedy Lamarr. Lo spot si conclude con la frase «oggi non vi faremo gli auguri, preferiamo dirvi grazie». La prima parte di questa frase fa riferimento allo stereotipo degli auguri alla Festa della Donna, che ormai nella società odierna risulta banale, scontato, quasi una presa in giro per qualcuno, ma si preferisce dire grazie a tutte le donne celebrando coloro che hanno contribuito allo sviluppo tecnologico/meccanico delle auto, senza la quale il mondo stesso delle auto non sarebbe lo stesso.

2.3. *Bertha Benz: The journey that changed everything*

Per celebrare il 170° compleanno di Bertha Benz nel 2019, Mercedes-Benz realizza lo spot *Bertha Benz: il viaggio che ha cambiato tutto*, realizzato per la Giornata internazionale delle donne. Lo spot racconta lo storico lungo viaggio di Bertha Benz, socia in affari e moglie dell'inventore dell'automobile Karl Benz, anch'essa tuttavia una pioniera dell'automobile tedesca. Contribuì infatti nel design dei modelli delle vetture e migliorò molte aree delle automobili, come ad esempio l'alimentazione a benzina. L'essere una donna sposata, però, le impedì di ottenere brevetti sulle proprie invenzioni, che di fatto vennero quindi attribuite al marito. Bettina Fetzer, vicepresidente del marketing di Mercedes-Benz Cars, spiega che è stato importante rappresentare Bertha Benz come una donna forte e un modello senza tempo, sottolineando come il suo coraggio e la sua volontà di non arrendersi siano d'ispirazione. Analizzando lo spot che ha la durata di quasi 4 minuti, si nota come sia stato messo in evidenza come primo elemento una discriminazione da parte delle stesse donne verso una donna emancipata. Ci troviamo alla fine dell'Ottocento, Bertha Benz viaggia sulla sua automobile e viene vista da alcune contadine dedite al lavoro nei campi che si spaventano al suo passaggio. Una bambina corre verso il paese allarmata gridando una «strega è in arrivo». Bertha si ferma al paese – allertato del suo arrivo – per un guasto all'automobile. Mentre spinge da sola la vettura, un ragazzino la tocca con un bastone di legno come se fosse un essere strano, un alieno. Bertha entra poi in una locanda chiedendo se ci fosse il farmacista in quanto le servono 10 litri di ligroina (una miscela di idrocarburi, un etere di petrolio). Le risponde proprio il farmacista, dicendo che non riuscirà a togliere le macchie dal suo vestito con la ligroina e che farebbe meglio a comprarne uno nuovo. Lei risponde che non è per il suo vestito ma per la sua *carriage* (in inglese, carrozza, vettura), ma il farmacista, prendendola in giro, chiede se allora con la ligroina abbia intenzione di avvelenare i suoi cavalli. Bertha non risponde alla battuta e con imposizione chiede di nuovo la ligroina. Da questo unico dialogo presente nello spot emerge lo stereotipo della donna associata al pensare unicamente ai vestiti e l'impossibilità per una donna di poter guidare un qualcosa di diverso che non sia una carrozza trainata da cavalli. Lo spot continua con un montaggio che mostra Bertha intenta nell'aggiustare l'automobile, usando la ligroina comprata dal farmacista, un accessorio per capelli e delle parti del suo vestito, in contrasto con lo stereotipo detto prima donna-vestiti. Riparte sotto lo sguardo attonito delle persone

e gli occhi pieni di ammirazione della stessa bambina che all'inizio dello spot l'aveva chiamata strega, facendo intendere che Bertha per lei sarà una fonte di ispirazione. Lo spot si chiude con una frase «She believed in more than a car, she believed in herself»: più che credere nell'auto, credeva in sé stessa.

2.4. Luna nera

Un'attenzione al linguaggio stereotipato che spesso accompagna le donne è posta la campagna *Luna nera* per Netflix realizzata da Publics Italia e vincitrice di *Equal2020* (che premia le aziende e i creativi contro le discriminazioni). La campagna ha come headline *The witch hunt is still open*, ovvero, la caccia alle streghe è ancora aperta, sottolineando come ci sia un retaggio linguistico – e non solo – nell'associare determinate parole alla donna fortemente presente ancora oggi. La campagna crea un parallelismo tra la caccia alle streghe avvenuta tra la fine del Quattrocento e la prima metà del Seicento, e una “caccia online” alle streghe contemporanea, che avviene soprattutto sui social media. Infatti, sono stati estratti attraverso un algoritmo una grande quantità di commenti d'odio contro le donne in cui risaltano termini dispregiativi. Alcune di queste parole elencate nella campagna – balena, arpia, gatta morta, strega – sono state trovate sul vocabolario Treccani in cui, tra le varie definizioni, c'è il riferimento all'utilizzo di quella parola in associazione alla donna. Uno degli esempi mostrati è quello della parola “vacca”, il dizionario Treccani riporta «Con sign. fortemente spreg., donna di facili costumi, che si prostituisce o si concede con grande facilità; per lo più come ingiuria volgare, anche in funzione di agg., di frasi offensive, bestemmie e imprecazioni: sei una v.!, è una gran v., quella ragazza, o quella fa la v. con tutti; porca vacca! Valore spreg. ha anche in altri casi, riferiti per es. a donna sformata, o trasandata»⁵. La campagna ha usato le figure di diverse influencer per promuovere l'iniziativa, infatti, il titolo della campagna si può intendere in due sfaccettature: una caccia alle streghe da parte della società contemporanea che, ancora oggi, ricerca e addita le donne in modo dispregiativo usando determinati termini; individuare – “cacciare” – e combattere gli stereotipi di genere. Entrambi i casi si sviluppano sul web, in particolar modo sui social media in cui, per l'appunto, si configurano due scenari, ovvero la gogna (mediatica) pubblica, allo stesso tempo, unione e condivisione dell'abbattimento degli stereotipi.

⁵ Vocabolario Treccani, <https://www.treccani.it> (data di consultazione 25 settembre 2022).

Modelli di mascolinità plurale, sessualizzazione e immaginari di genere nelle performance dei cinepanettoni

Luca Bertoloni

1. Cinepanettoni e questioni di genere

Secondo Treccani, il termine *cinepanettone* viene «utilizzato per definire i film di genere comico-demenziale distribuiti in Italia nel periodo natalizio»¹; tale demarcazione fa sì che si possa allargare la lista elaborata da Alan O' Leary (primo autore di una monografia sul fenomeno), che si ferma – anche per ragioni cronologiche – a soli ventotto titoli². *Cinepanettone*, dunque, non come genere, ma come «*filone cinematografico* [...] basato sulla costante riproposizione di [...] elementi testuali, visivi, narrativi»³, tra cui l'appartenenza al genere comico-demenziale e la distribuzione nel periodo natalizio.

Gli studi sugli immaginari di genere nel cinepanettone hanno di norma privilegiato un approccio *filmologico* e *antropologico* tradizionale⁴, decostruendo l'immagine del filone considerato sostanzialmente «razzista, sessista, omofobo e discriminatorio»⁵ attraverso la messa a fuoco di meccanismi come l'abiezione dislocata⁶, che secondo una chiave di lettura carnascialesca svelerebbe in real-

¹ Treccani *s.v.* *Cinepanettone*, https://www.treccani.it/enciclopedia/cinepanettone_%28Lessico-del-XXI-Secolo%29/ (data di consultazione: 14 maggio 2022).

² Alan O' Leary, *Fenomenologia del cinepanettone*, Soveria Mannelli, Rubettino, 2013, p. 17.

³ Jacopo Tomatis, «*Nostalgia, romanticismo e cafonate terribili*»: *la musica da cinepanettone*, in «Schermi. Storie e culture del cinema e dei media in Italia», 2019, n. 7, pp. 73-92: 75, <https://riviste.unimi.it/index.php/schermi/article/view/12708>.

⁴ Tra cui si segnalano principalmente O' Leary, *Fenomenologia del cinepanettone*, cit.; Id., *Mascolinità e bianchezza nel cinepanettone*, in Gaia Giuliani (a cura di), *Il colore della nazione*, Firenze-Milano, Le Monnier-Mondadori Education, 2015, pp. 76-91.

⁵ Ivi, p. 79.

⁶ O' Leary, *Fenomenologia del cinepanettone*, cit., p. 62.

tà, dietro le performance iper-mascoline, la fragilità e la debolezza del maschio bianco eterosessuale. Per porre la questione sotto una lente nuova, possiamo proseguire sul solco delle intersezioni tra *film* e *gender studies* recentemente sintetizzate da Federico Zecca⁷, che ha osservato come il modello assoluto e statico di mascolinità lasci ormai il posto ad una serie di *mascolinità plurali* che si configurano come prodotti industriali dalla natura intertestuale e intermediale; un approccio dunque *costruzionista*, che permetta di superare la dicotomia *latin lover/inetto* (che prevale invece nella prospettiva antropologica)⁸ focalizzando la natura performativa dei modelli di mascolinità, considerandoli mutevoli in diacronia, intersezionali sul piano sincronico (poiché entrano in dialogo con uno specifico contesto socio-culturale), e mai statici e singolari, ma dinamici e – appunto – *plurali*.

Il cinepanettone in questi termini si presenta come un terreno d'indagine interessante⁹, poiché il suo successo persiste oltre la sala (nonostante i film siano pensati per una fruizione rituale e collettiva nel periodo natalizio)¹⁰, come dimostrano i tanti titoli presenti ancora nel (marzo) 2022 in piattaforme come Netflix o Amazon Prime (*Amici come prima, Natale da Chef, Matrimonio alle Bahamas, Christmas in love*, etc.), i suggerimenti nella barra di ricerca automatica dopo la parola *Natale* (*Natale sul Nilo, Natale in India, Vacanze di Natale*, etc.), e la persistenza dei suddetti titoli nei palinsesti televisivi, soprattutto nel periodo natalizio¹¹. Per questa ragione, attraverso un'analisi costruzionista, filmologica e culturalista dei modelli di mascolinità incarnati dai due performer-simbolo del filone nell'immaginario – Christian De Sica e Massimo Boldi –, ci si chiederà da un lato come il cinepanettone riesca ancora oggi ad attirare pubblico attraverso nuove forme di fruizione, nonostante nuove sensibilità di genere siano ormai

⁷ Federico Zecca, *Oltre l'inetto. Elementi per una teoria della mascolinità nel cinema italiano*, in Angela Bianca Saponari, Federico Zecca (a cura di), *Oltre l'inetto. Rappresentazioni plurali della mascolinità nel cinema italiano*, Milano, Meltèmi, 2021, pp. 9-48.

⁸ Enrico Biasin, Catherine O'Rawe, *Introduzione. Il "latin lover" nel cinema italiano contemporaneo*, in "L'avventura. International Journal of Italian Film and Media Landscape", 2018, n. speciale, pp. 3-14.

⁹ Per una riflessione sulla necessità di studiare il cinema mainstream italiano per osservare come vengono veicolati, oggi, gli immaginari di genere, si vedano almeno Sole Anatronè, Julia Heim (a cura di), *Queering Italian Media*, Londra, Lexington Books, 2020, in particolare pp. 75-96, e, estendendo il discorso all'ambito letterario, Fabio Vittorini, Federico Bortolini (a cura di), *Normal people. Gender e generazioni in transito tra letteratura e media*, Bologna, Patron Editore, 2021.

¹⁰ Christian Uva, *Nuovo cinema Italia: per una mappa della produzione contemporanea, tra tendenze, formule e linguaggi*, in "The Italianist", 2009, n. 29, pp. 306-324.

¹¹ Cfr. Marco Cucco, Giacomo Manzoli (a cura di), *Il cinema di stato. Finanziamento pubblico ed economia simbolica nel cinema italiano contemporaneo*, Bologna, Il Mulino, 2017, pp. 86-90, pp. 101-103.

condivise anche nel mainstream, e dall'altro come i produttori abbiano reagito al mutare del contesto socioculturale, lavorando in diacronia (dal 1983 al 2021) per cercare di far rimanere al passo con i tempi una serie di pellicole ormai percepite come «scollat[e] dall'attualità»¹².

Il corpus studiato (che va dal 1994 al 2021¹³) è strutturato, sulla base delle performance dei due attori, in tre fasi: le pellicole dal 1994 al 2005, in cui Boldi e De Sica recitano assieme; quelle dal 2006 al 2018, in cui recitano separati; quelle dal 2018 al 2021, con la *reunion* della coppia e il tramonto (forse definitivo) del filone.

2. Mascolinità plurali in Massimo Boldi e Cristian De Sica (1994-2017)

Boldi e De Sica incarnano tra loro un'assiologia culturale opposta, che veicola due modelli di mascolinità sostanzialmente antitetici¹⁴: lombardo, goffo e – col passare del tempo – tarchiato e stempiato il primo; romano e sicuro di sé il secondo, con un corpo possente che sembra subire meno l'invecchiamento, complice anche il campionario d'abiti a cui fanno ricorso (per Boldi lunghi soprabiti, maglioncini, cappello e vestiti che sembrano soffocare il suo corpo [tra cui le divise]; per De Sica camicia elegante, giacca e accappatoi che calzano a pennello), e a cui corrispondono due differenti *habitus*¹⁵. Tale assiologia si modula su pratiche comportamentali e performative opposte: Boldi è rappresentato come una figura iperprotettiva (padre di figli giovani e attraenti), che disloca il desiderio sessuale fatiscante nei confronti della propria moglie (una signora di mezza età) verso soggetti femminili più giovani; la sua performance è costantemente goffa e inadeguata, rimarcandone l'inferiorità sessuale rispetto al compagno De Sica: il suo corpo, infatti, è spesso ritratto nudo (paradossalmente più dei corpi femminili), e subisce menomazioni falliche che sottolineano la sua difficoltà sessuale. De Sica di contro è rappresentato in divenire, più come marito che come padre, configurandosi come maschio in base al rapporto che intesse con l'uni-

¹² Luisella Farinotti, *Cinepolitica. Il corpo del desiderio. Forme femminili e forme del femminile*, in "Comunicazione politica", 2011, n. 3, pp. 433-443: 438.

¹³ Dal 1994, poiché in quest'anno il concetto di cinepanettone entra nell'immaginario collettivo nazionale, fino al 2021, in cui si assiste alla (probabile) trasmutazione del filone nella più generica commedia di Natale (con *Chi ha incastrato Babbo Natale?*, A. Siani, con Christian De Sica).

¹⁴ Cfr. O' Leary, *Fenomenologia del cinepanettone*, cit.

¹⁵ Cfr. Giacomo Manzoli, *Habitus*, in Roberto De Gaetano (a cura di), *Lessico del cinema italiano. Forme di rappresentazione e forme di vita*, vol. II, Milano-Udine, Mimesis, 2015, pp. 7-68.

verso femminile: la sua ricerca del piacere riguarda ambiti che vanno dal gioco (*Vacanze di Natale '95*, N. Parenti, 1994) al sesso, vivendo perfino la paternità in chiave sessualizzata, con l'obiettivo di istruire il figlio nelle pratiche sessuali (*Merry Christmas*, N. Parenti, 2001) o di conquistare le coetanee dei figli (come la figlia di Massimo Ghini in *Natale a Miami*, N. Parenti, 2005)¹⁶.

Il personaggio di Boldi appare di norma sessualmente frustrato e insoddisfatto: tale insoddisfazione si esplicita nella relazione oppositiva e repressiva nei confronti delle persone che gli stanno accanto – la moglie, i figli (sia femmine che maschi), perfino gli studenti che accompagna in gita in Spagna in *Olè* (C. Vanzina, 2006), primo film del filone girato senza il compagno. Più passa il tempo, più la sua performance si sessualizza, rifiutando l'*aging*: in *Natale a Miami* la sessualizzazione del suo personaggio pervade infatti tutta la vicenda a partire dal momento in cui viene lasciato dalla moglie che si dichiara lesbica, fino al viaggio a Miami con il figlio ventenne e i suoi amici in cerca di donne, che lo porterà all'incontro con la giovane Fiona, nel quale tuttavia la messa in scena della performance, costellata di danze infantili, versi e abbigliamento con i soli mutandoni (in linea con la maschera che inscena sin dagli anni Ottanta), metterà alla berlina il suo desiderio di libido, dipingendolo grottescamente come fuori tempo massimo.

Il personaggio di De Sica invece è costruito al contrario: in un primo momento riesce a soddisfarsi sessualmente grazie alla strategia della doppia vita, che gli consente di portare avanti nello stesso momento il ruolo di marito e quello di *latin lover*¹⁷; il suo interesse sessuale è rivolto verso donne rappresentate formose e disponibili sessualmente, sia giovani (come Aida Yespica in *Natale in crociera*, N. Parenti, 2007) che più mature (come Sabrina Ferilli in *Vacanze di Natale a Cortina*, N. Parenti, 2011), che lo vedono come abile amatore grazie alle sue performance ipermascoline. Questa immagine inizia tuttavia gradatamente a calare con gli anni Duemila: *Natale a Miami* si apre infatti con una sua ricerca ossessiva di conferma rivolta alle ospiti femminili di una grande festa natalizia, a cui chiede compulsivamente «Ma signora, secondo lei le ho le palle?», poiché la moglie lo ha lasciato proprio con questa giustificazione («Non hai le palle»). La sua mascolinità appa-

¹⁶ La paternità di De Sica è inscenata sempre per contrasto, sia con la figura di Boldi che, successivamente, con quella di Ghini.

¹⁷ I suoi cinepanettoni sono di norma costruiti intorno ad un percorso – peraltro parecchio scontato – di smascheramento della doppia identità, che avviene puntualmente nel finale in modo prevedibile e atteso.

re dunque *in sottrazione*, poiché richiede continuamente un intervento di conferma da parte dell'alterità femminile oppure da sé stesso, come nella sequenza in cui finge l'amplesso con la moglie Nancy Brilli in *Natale in crociera*.

Questa sessualizzazione dei comportamenti appare profondamente radicata nel contesto socioculturale del *berlusconismo*¹⁸; raggiunto l'apice negli anni Novanta, in parallelo con il successo politico di Berlusconi, va poi a sfumare nei primi anni Duemila, in particolare nel 2011¹⁹, non a caso con una pellicola (*Vacanze di Natale a Cortina*) che inscena altri meccanismi tipicamente berlusconiani (come la presenza massiccia dei vip e di Alfonso Signorini, che anticipano l'esordio del format *Il Grande Fratello vip* su Canale 5 nel 2016), in cui però nessuno sembra riconoscersi – né gli appassionati del filone, che reagiscono con distacco ad una riproposizione stanca di meccanismi in cui il motore della sessualizzazione viene gradatamente meno (anche per via dell'invecchiamento dei performer), né il pubblico mainstream, che non coglie i piccoli passi in avanti, rimanendo ancorato all'immaginario del cinepanettone tradizionale (incarnato proprio dal De Sica/amatore).

3. La riconfigurazione di Amici come prima (2018)

Con la *reunion* della coppia in *Amici come prima* (C. De Sica, 2018), si assiste ad un parziale cambio di rotta, che declina la riconfigurazione del filone anche per quanto concerne i modelli di mascolinità e gli immaginari di genere che veicola (anche se tuttavia non sarà sufficiente nel dargli nuovo slancio commerciale). Questo processo attinge con forza all'immaginario del cinepanettone tradizionale, dialogandovi a livello idiosincratico grazie alla riproposizione di una delle sue location principali – l'*hotel* –, in modo che il pubblico fidelizzato ritrovi un elemento ambientale conosciuto, e facendovi riferimento a livello meta-cinematografico²⁰, ma distaccandosi al contempo con forza sul piano narrativo

¹⁸ Sul quale si veda almeno Fabio Dei, *Pop-politica: le basi culturali del berlusconismo*, in "Studi culturali", 2011, n. 3, pp. 471-490; sul legame tra berlusconismo e cinepanettoni, si veda ancora O' Leary, *Fenomenologia del cinepanettone*, cit., e almeno Andrea Minuz, *Commedia, gusto popolare e logica del profitto. La sinistra e il fenomeno Checco Zalone*, in "Studi culturali", 2016, n. 3, pp. 399-408.

¹⁹ Ivi, p. 400.

²⁰ Nella sequenza (ripresa crossmedialmente nel trailer) in cui Boldi e De Sica si (re)incontrano, Boldi si rivolge al vecchio compagno dicendo «Ma non ci siamo già visti da qualche parte? Miami, Nilo, India...».

(spariscono, per esempio, le ambientazioni vacanziera e l'atmosfera natalizia). La relazione tra i due performer, dopo tredici anni di lontananza, torna a farsi fisica e performativa, pur senza ignorare l'*aging* dei corpi, compensato dalla pratica del *travestimento*, che coinvolge in forme diverse (ancora assiologiche e antitetiche) entrambi.

Boldi è travestito dagli sceneggiatori come un anziano con problemi fisici, venendo rappresentato sulla carrozzina però soltanto perché «è pigro»; rimbambito dal desiderio sessuale costante – in linea con quanto si è osservato nel decennio precedente –, ha perso di vista gli affari, diventando una pedina nelle mani della figlia. Il simbolo di questo suo nuovo status è il *dick control*, un telecomandino che tiene al collo e con cui attiva, quando lo desidera, il suo membro: trascorre infatti le giornate chiuso in una stanza, a cercare donne da palpare ed escort; la sua raffigurazione appare quasi un simulacro parodico-grottesco di quel Berlusconi che persiste, col suo corpo mediale, nell'incarnare la centralità del desiderio sessuale anche con l'incedere dell'età²¹.

De Sica perde invece totalmente il suo carattere di amatore. Dopo essere stato licenziato dall'hotel posseduto da Boldi, e costretto a cercare lavoro per sostenere suo figlio e pagare il suo primo videoclip, viene bocciato in moltissimi colloqui, nonostante abbia le competenze richieste, perché «vecchio»: per questo si re-inventa travestendosi lui stesso da donna, e andando a lavorare come badante dell'anziano padrone (Boldi). Lo schema del cinepanettone viene così destrutturato dalla pratica del travestimento: De Sica continua a dire bugie (a casa prosegue regolarmente la sua vita da uomo), ma non lo fa per coprire le sue amanti, ma per sostenere economicamente il figlio; il suo corpo invecchiato non gli basta più, per questo necessita di un nuovo *habitus* femminile che gli permetta di «risorgere dalle ceneri» (come afferma lui stesso in una sequenza), non tanto perché deve risultare credibile (anche se compie una serie di sforzi per cercare di esserlo, come seguire un tutorial su come mettere il rossetto)²², ma perché è l'unico che, da donna, riesce ad allinearsi a Boldi, che rifiuta il contatto con ogni persona che non sia oggetto del suo desiderio sessuale.

L'approccio di De Sica, reso più autentico agli occhi del pubblico grazie alla sua abilità come performer, si configura allora come *a-sessuato*, e riesce ad instau-

²¹ Per una riflessione sul corpo mediale di Berlusconi si veda almeno Federico Boni, *Il superleader: fenomenologia mediatica di Silvio Berlusconi*, Roma, Meltemi, 2008.

²² Sforzi che confermano l'adesione del filone ad una serie di stereotipi femminili (cfr. Manzoli, *Habitus*, cit.).

rare un'inedita relazione di fiducia con Boldi facendogli superare la sessuomania a favore di un sentimento di amicizia che va oltre la caratterizzazione di genere: femmina o maschio che sia, De Sica-travestito riesce ad *entrare in sintonia* (ed è l'unico a riuscire a farlo per tutto il corso del film) con Boldi, placando le sue idiosincrasie e svegliandolo dal torpore in cui era piombato per il fatto di non accettare l'invecchiamento.

4. Osservazioni conclusive

Come si è visto, la pellicola del 2018, pur apparendo come un prodotto costruito a tavolino per intercettare le nuove sensibilità del pubblico mainstream²³, converte i modelli di mascolinità stilizzati ed implementati nella fase di separazione dei due performer in modo divergente, dislocando su altri personaggi alcuni comportamenti discriminatori sul piano dell'orientamento sessuale²⁴, e mettendo in scena, con la pratica del travestimento, un allineamento inedito tra i due performer, che non conosce più distinzione di genere, declinandosi in chiave a-sessuata. È tuttavia la prospettiva meta-cinematografica, nel finale, che più di tutte traccia un solco con la tradizione del cinepanettone, così come è conosciuta dal grande pubblico.

Nella sequenza finale viene infatti rotta la quarta parete grazie ad un'interpellazione di De Sica rivolta ai tecnici, a cui segue una carrellata all'indietro che lascia sullo sfondo i protagonisti che parlottano tra di loro sulle fatiche delle riprese (coerentemente con *l'aging*) e, nell'allontanarsi, mostra i mezzi del cinematografo, suggellando nei pressi del pubblico la natura finzionale di quello che hanno appena visto. Questa sequenza, che si conclude con la chiusura fisica delle porte degli *studios*, segna il distacco tra il mondo reale, che nel frattempo ha preso un'altra strada per quanto concerne le sensibilità di genere, e la cultura del cinepanettone, ormai tramontata con il dissolversi del berlusconismo, anche nella sua forma riconfigurata, tanto che può mostrarsi come pura finzione.

²³ Sulle costruzioni a tavolino del nostro cinema, si veda l'analisi in Vito Zagarrò (a cura di), *La meglio gioventù. Nuovo cinema italiano 2000-2006*, Venezia, Marsilio, 2006, pp. 235-238.

²⁴ La moglie di De Sica afferma che loro figlio non ha una ragazza perché «è un culo», davanti allo sguardo deluso e affranto del marito; la parola *culo* con valore dispregiativo ritorna peraltro ne *In vacanza su Marte* (N. Parenti, 2020), un significativo passo indietro per via della riproposizione di modelli narrativi tradizionali (come quello della vacanza) che rappresenterà il canto del cigno del filone, prima della trasfigurazione di cui sopra.

La fruizione dei cinepanettoni oggi, infatti, appare legata al culto nostalgico del passato, per quanto recente²⁵: la riconfigurazione messa in luce in queste pagine, anche se non sufficiente nell'incontrare le nuove sensibilità del pubblico, riesce tuttavia a sottolineare come certi modelli di mascolinità non solo non riescono più a far ridere neanche il pubblico mainstream, ma non possano neanche più essere rappresentati sullo schermo in modo più o meno credibile dal medium cinematografico.

²⁵ Sono ormai passati più di vent'anni dal primo film del filone (cfr. Emiliano Morreale, *L'invenzione della nostalgia: il vintage nel cinema italiano e dintorni*, Roma, Donzelli, 2009).

«If I was any kind of man...».

Il genere come performance in *Fargo*, la serie

Filippo Giuseppe Grimaldi

1. La complessità narrativa come tecnologia di genere

Le molteplici rappresentazioni maschili e femminili nelle serie TV statunitensi contemporanee, conseguenti ai cambiamenti del contesto culturale, economico e tecnologico in cui sono prodotte e distribuite, testimonia la partecipazione della serialità televisiva a un più ampio processo di ridefinizione delle identità di genere.

In seguito alla legittimazione culturale del medium – fenomeno avviato dall’attribuzione di un *quality factor* associato a una critica autoriflessiva di stampo femminista ai programmi della MTM Enterprises¹ e culminato nella *quality television* alla fine degli anni Novanta – le serie televisive si presentano come *narrative of progress* che riconfigurano le politiche di genere dei network tradizionali. Incrementando il ricorso a pratiche come la *meaningful diversity* e aprendosi alla diversità, la televisione della *post-network era* viene criticata per l’ambiguità di tali rappresentazioni e per lo sfruttamento delle minoranze e di tematiche progressiste per ampliare l’audience. Rivolgendosi a un pubblico dotato di un elevato capitale culturale e sfruttando il *class appeal* che distinguerebbe una televisione ordinaria, destinata alle “masse”, da una assimilabile a forme artistiche “alte”, la *quality TV* agisce come «una categoria merceologica che punta a un particolare segmento di pubblico e che [...] dispiega una serie di tropi esteti-

¹ Kirsten M. Lentz, *Quality versus Relevance: Feminism, Race, and the Politics of the Sign in 1970s Television*, in “Camera Obscura”, 2000, vol. 15, n. 43, pp. 45-93.

ci e narrativi che innalzano il valore di produzione culturale e complessivo del prodotto»².

Accusate di immaginare dei mondi narrativi ostili al femminismo e ai movimenti impegnati nel decentramento e nella denaturalizzazione del soggetto maschile eteronormativo, rappresentandolo come una figura tragica la cui condizione riflette la crisi esistenziale dell'uomo bianco nordamericano, *The Sopranos* (1999-2007), *The Wire* (2002-2008) e *Mad Men* (2007-2015) sono definite da Geraldine Harris *postmasculinist drama series*: narrazioni che stabiliscono una distanza ironica da atteggiamenti discriminatori per giustificare posizioni misogine ed omofobe³; le azioni delle *postfeminist masculinities* esprimono la contraddittorietà della sensibilità postfemminista osservata da Rosalind Gill⁴. In modo analogo, considerando il processo di serializzazione delle serie del *prime time* nei termini di una rimozione dei tratti "femminili" del formato seriale delle soap, Elana Levine e Michael Newman sostengono che la distinzione tra i due macro-generi⁵ traccia dei confini che agiscono come modi genderizzati di valutare le narrazioni televisive, mantenendo quelle femminili in fondo alle gerarchie del gusto. Approfondendo il legame tra la tragedia di vendetta elisabettiana e la *quality TV*, Harris ritiene che l'associazione tra il melodramma – definito da Ien Ang una *failed tragedy* – e le soap venga meno per questi programmi.

Applicando la metodologia degli studi culturali britannici, Amanda Lotz problematizza l'utilizzo di *role-model frameworks* per l'analisi della mascolinità e della femminilità del piccolo schermo. Il pluralismo successivo alla *multichannel transition* e alla frammentazione dell'audience in pubblici di nicchia non permette l'identificazione di rappresentazioni univoche dei due generi; gli studi culturali,

offers a more complex theorization of the meaning-making process, [...] meaning cannot be fixed, although dominant ideology structures the range of possible meanings in "an attempt to fix the one true meaning" of images and language. So-called positive representations are ineffective in combating stereo-

² Paola Brembilla, *It's All Connected. L'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Milano, Franco Angeli, 2018, p. 68.

³ Geraldine Harris, *A return to form? Postmasculinist television drama and tragic heroes in the wake of The Sopranos*, in "New Review of Film and Television Studies", 2012, vol. 10, n. 4, pp. 443-463.

⁴ Jennifer S. Clark, *Postfeminist masculinity and the complex politics of time: contemporary quality television imagines a pre-feminist world*, in "New Review of Film and Television Studies", 2014, vol. 12, n. 4, pp. 445-462.

⁵ *Drama e soap opera*. Elana Levine, Michael Z. Newman, *Legitimizing Television. Media Convergence and Cultural Status*, New York, Routledge, 2011.

types because they too cannot “fix” meaning. To intervene in a dominant meaning system one must engage the stereotype-“use” it to prevent a fixed meaning from becoming established and to reveal “representation” as a practice⁶.

Contestando Levine e Newman, Jason Mittell sottolinea il carattere performativo delle forme di intrattenimento maschili e femminili per dimostrare l’inadeguatezza di categorie genderizzate per lo studio dei generi televisivi⁷. Seguendo lo studio di Robyn Warhol sulle *effeminate narrative forms* e sulla performatività dei generi letterari, cinematografici e televisivi egli considera i *genres* delle *technologies of affect* che iscrivono il *gender* sul corpo del fruitore.

2. Gender-centered serials

Nei saggi sulla mascolinità e sulla femminilità nelle serie televisive statunitensi del XXI secolo Lotz illustra alcuni elementi dei *female-centered dramas* e dei *male-centered serials* che Mittell reputa specifici della *complex TV*: la moltiplicazione di *flawed characters*, l’adozione di una forma seriale in sostituzione di quella episodica, la commistione di forme e generi televisivi precedenti. Costruiti attorno a una o più figure femminili che offrono delle rappresentazioni plurali della femminilità i primi e incentrati sulla rappresentazione dell’esperienza maschile nella sua interezza i secondi, le due categorie identificano delle forme narrative discrete della *post-network era*. Ad essere rilevante è l’identità generazionale dei personaggi e del pubblico poiché entrambi appartengono a generazioni *post-second wave*, cresciute in un contesto socioculturale mutato rispetto ai *baby boomer*, l’ultima generazione educata secondo ideologie di genere precedenti alla seconda ondata femminista.

Considerando il melodramma una modalità narrativa piuttosto che un genere, Mittell definisce *melodrammi seriali* i serial del *prime time*; coniugando gli elementi comuni ai *female-centered dramas* e ai *male-centered serials*, essi mostrano le interconnessioni tra la sfera mascolina e quella femminile ed evidenziano la dimensione performativa del genere.

⁶ Amanda D. Lotz, *Redesigning Women. Television after the Network Era*, Urbana-Chicago, University of Illinois Press, 2006, p. 13.

⁷ Jason Mittell, *Complex TV. Teoria e tecnica dello storytelling delle serie TV*, Roma, minimum fax, 2017, pp. 386-429.

3. Il genere come performance in Fargo, la serie

Fargo (2014-) è la serie antologica creata da Noah Hawley per omaggiare il cinema dei fratelli Coen; elaborando delle storie che aderiscono all'universo finzionale del film e lo estendono all'intera filmografia dei due cineasti,

Fargo si costituisce come spazio teorico che rende possibile una condivisione di contenuti e di discorsi, aventi tra loro un legame più o meno forte [...] È uno spazio nel quale prendono vita personaggi diversi, aventi in comune un referente, il mondo di *Fargo*⁸.

Accentuando gli «elementi che persistono nel passaggio da un testo a un altro, elementi [...] che vanno intesi come veicolo verso un referente, mondo o personaggio»⁹, la natura transfinzionale della serie ci permette di considerare la complementarità tra le performance di genere dei suoi protagonisti e quelle dei personaggi nel film: in ambedue casi sono incapaci di aderire a modelli di genere normativi, non riuscendo a performarne di alternativi.

Le tre stagioni propongono delle situazioni simili per atmosfera: la prima è la storia di Lester Nygaard (Martin Freeman) e del killer Lorne Malvo (Billy Bob Thornton), entrambi al centro delle indagini dell'agente Molly Solverson (Allison Tolman); nella seconda assistiamo alla guerra tra due clan criminali, i Gerhardt e la mafia di Kansas City; la terza segue la faida familiare tra i fratelli Stussy, entrambi interpretati da Ewan McGregor. Poiché il coinvolgimento spettatoriale è veicolato dai tre livelli dell'*engagement* di Murray Smith, l'identificazione con i personaggi è mediata testualmente e indipendente dal loro genere.

Come William Macy nel film, la performance maschile debole di Lester non coincide con una mascolinità egemonica; la fisicità del suo interprete, distante dallo stereotipo della virilità maschile, è funzionale a rendere l'immagine di un uomo incapace di soddisfare i bisogni economici e sessuali della moglie e che dalla stessa viene considerato un inetto. Esplicitando – «*if I was any kind of man...*» – l'incapacità di performare una mascolinità tradizionale, Lester co-

⁸ Marta Boni, *La produzione di discorsività sociale negli ecosistemi narrativi*, in Guglielmo Pescatore (a cura di), *Ecosistemi Narrativi. Dal fumetto alle serie TV*, Roma, Carocci, 2020, pp. 57-70: 63. Vedi anche Anthony Barker, David Callhan (a cura di), *Body and Text: Cultural Transformations in New Media Environments*, Cham, Springer, 2019, pp. 139-155.

⁹ *Ibid.*

struisce «una rete di menzogne [che nega] le proprie responsabilità per crearsi un'identità adeguata alla virilità e al successo con cui si confronta»¹⁰.

Seguendo la traiettoria “maschile” della recluta che diventa capo della polizia, l'arco narrativo di Molly sviluppa una «revised femininity donned to survive sexist public spaces»¹¹; indagando il rapporto tra la gravidanza del personaggio e le sue azioni, Laura Beadling la ritiene funzionale a sottolinearne la femminilità, impendendole di essere definita da essa¹². Riproponendo la fine del film, il finale di stagione invalida la commedia dell'eterosessualità che struttura la norma dominante poiché Molly impedisce al marito di sentirsi un eroe per aver intralciato le indagini uccidendo Malvo.

Gli atti violenti di quest'ultimo lo portano ad intrattenere delle relazioni trasgressive con altri uomini, evidenziando la vulnerabilità e l'incoerenza dei corpi maschili: mentre la minaccia della violenza perpetua l'illusione di un'identità maschile stabile ed egemonica, la sua attuazione disvela la permeabilità delle identità e delle gerarchie maschili¹³. Possiamo quindi associare tale performance ad una *queer masculinity*.

La seconda stagione, ambientata nel 1979, intreccia lo scontro tra i Gerhardt e la mafia di Kansas City con le vicende personali di Lou Solverson (Patrick Wilson) – padre di Molly – e dei coniugi Ed e Peggy Blumquist (Jesse Plemons; Kirsten Dunst). Il *Crisis of Confidence Speech* di Jimmy Carter nel pilota suggerisce la fine delle metanarrazioni nella postmodernità, tema posto da Lyotard ne *La condizione postmoderna*, pubblicato nello stesso anno della seconda stagione: «Carter's invocation of “meaning” implied an overarching narrative that had broken down, and the word “purpose” spoke to the will we employ to direct that narrative»¹⁴.

La mascolinità performata da Ed è quella del *guy*: privati dello status egemonico, gli uomini si dimostrano immaturi e impotenti; la sua ossessione per il sogno americano evoca la *ghostly legacy*¹⁵ di una generazione di padri i cui valori

¹⁰ Ilaria De Pascalis, *Fargo*, in Giacomo Manzoli (a cura di) *Joel e Ethan Coen*, Venezia, Marsilio, 2013, pp. 81-107, cit. p. 99.

¹¹ Lotz, *Redesigning Women*, cit., p. 146.

¹² Laura L. Beadling, *Pregnancy Is Not the Point: Fargo's Marge, Fargo Season One's Molly, and Midwestern Feminisms*, in “Middle West Review”, 2019, vol. 5, no. 2, pp. 105-113.

¹³ J. T. Weisser, *Masculine Failure and Male Violence in Noah Hawley's Fargo*, in “Journal of International Women's Studies”, 2020, vol. 21, no. 3, pp. 90-106.

¹⁴ John Teti, *On Fargo's second season premiere, everyone hears the stories they want to hear*, in “The A. V. Club”, <https://tv.avclub.com/on-fargo-s-second-season-premiere-everyone-hears-the-s-1798185940> (data di consultazione 21 settembre 2022).

¹⁵ Amanda D. Lotz, *Cable Guys. Television and Masculinities in 21st Century*, New York, New York University Press, 2014, pp. 82-115.

risultano inapplicabili negli anni Settanta. I tentativi di Peggy di coniugare un percorso di autorealizzazione con la vita coniugale esprimono la problematicità di un femminismo neoliberale per il quale, la soluzione alle disparità di genere, richiede un percorso di *empowerment* individuale piuttosto che forme di attivismo collettivo capaci di realizzare una trasformazione politica e sociale. Riflettendo sul rapporto tra il femminismo e il postfemminismo, la femminilità di Peggy evidenzia il rifiuto postfemminista della narrazione femminista: «Postfeminism assimilates the tenets of feminist politics into the cultural imaginary and social relations. [...] Postfeminism has made feminism a known quantity, a given»¹⁶.

A farsi carico delle istanze femministe è Floyd Gerhardt (Jean Smart); espressione di una femminilità matriarcale, ma consapevole della centralità femminile nel contesto post-seconda ondata, sostituisce il marito e i figli alla guida della famiglia sovvertendo il canone della *gangster story* e innestandovi il *soapy element* che i serial rimuoverebbero. Floyd avvalorava l'idea che alcune serie contemporanee proponessero lo schema narrativo della tragedia di vendetta elisabettiana, un corpus di opere che esplora questioni relative alla religione e alla sessualità suggerendo una reazione contro la relativa presa di potere delle donne durante la successione di Giacomo I.

Vittima del *post-Vietnam malaise* che affligge la mascolinità statunitense tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta¹⁷, Lou è una *masculinity in transition*; i dialoghi con il suocero introducono la *disclosure* della mascolinità osservata da Lotz in altri *male-centered serials*.

Situando gli eventi durante la recessione economica del 2008, la terza stagione indaga la *new male mystique* relativa alla riconfigurazione delle aspettative sul reddito familiare statunitense e sul mito del *male breadwinner*; un simile scenario determina la *turn to interiority* nei serial femminili da *Sex and the City* (1998-2004) a *Girls* (2012-2017)¹⁸. La "crisi" come tratto caratterizzante delle performance maschili è inscindibile dalle capacità economiche degli uomini della serie: il potere economico si sostituisce alla violenza per regolare il rapporto tra identità maschili egemoniche e non. Esprimendo due mascolinità

¹⁶ Clark, *Postfeminist masculinity and the complex politics of time*, cit., p. 447.

¹⁷ Michael M. Albrecht, *Masculinity in Contemporary Quality Television*, Abingdon, Routledge, 2016.

¹⁸ Dejmancee Tisha, *Consumption in the city: The turn to interiority in contemporary postfeminist television*, in "European Journal of Cultural Studies", 2016, vol. 19, no. 2, pp. 119-133.

antitetiche e complementari i fratelli Stussy misurano il successo della loro mascolinità in base alla soddisfazione dei bisogni economici della famiglia.

Come le eroine violente del cinema contemporaneo – figure femminili ambigue in quanto sia vittime, sia agenti della violenza¹⁹ – Nikki Swango (Mary Elisabeth Winstead) rimanda a un contesto postfemminista che invita lo spettatore all'identificazione sovversiva con il significato etico e politico delle sue azioni. Questi personaggi evidenziano la relazione tra tropi di genere come la vulnerabilità e la rappresentazione sessualizzata della violenza, declinati attraverso nozioni quali *girl power*, *utopic subversion*, *viewer pleasure*.

Per Gloria (Carrie Coon), altra *female cop* che offre una femminilità rivisitata, Hawley struttura un percorso inverso a quello di Molly: da *police chief* è retrocessa a *police deputy* e obbligata a sottostare agli ordini di un capo misogino. La volontà di crescere il figlio nel contesto di una famiglia allargata, che includa anche il compagno dell'ex marito dichiaratosi gay dopo il matrimonio, introduce nella serie le tematiche della *post-closet TV*. Il divorzio e la difficoltà di essere donna in un ambiente lavorativo dominato dal genere maschile sono superati grazie al sodalizio con la collega Winnie Lopez (Olivia Sandoval); i loro dialoghi approfondiscono le problematiche con cui devono confrontarsi le donne nella contemporaneità.

Anche in questo caso, possiamo considerare il *villain* V. M. Varga una *queer masculinity*; anch'egli utilizza la violenza, fisica e simbolica, per destabilizzare l'identità maschile altrui, tuttavia la sua bulimia manca dei tratti dell'egemonia maschile. Associate con la femminilità, l'anoressia e la bulimia sono «quel che resta alla donna moderna per sostenere il proprio messaggio di incompatibilità rispetto alle pressioni culturali che le vengono indirizzate e sostanzialmente imposte»²⁰. Interpretando tale patologia come uno dei costi della mascolinità a oltranza, fenomeno che imprigiona gli uomini al proprio *habitus* condannandoli a un destino sociale che li obbliga a dare prova della loro forza e della loro virilità, Varga è vittima della paura di perdere i privilegi del suo status egemonico.

¹⁹ Lisa Coulthard, *Killing Bill: Rethinking Feminism and Film Violence*, in Yvonne Tasker, Diane Negra (a cura di), *Interrogating Postfeminism. Gender and the Politics of Popular Culture*, Durham-London, Duke University Press, 2007, pp. 153-175.

²⁰ Gabriella Ripa di Meana, *Figure della leggerezza. Anoressia – Bulimia – Psicanalisi*, Sacile, Polimnia Digital Edition, 2017, p. 28.

4. Conclusioni

Tenendo conto delle molteplici rappresentazioni maschili e femminili delle serie televisive contemporanee possiamo mappare la dimensione performativa del genere e indagare l'evoluzione storico-culturale della mascolinità e della femminilità. L'influenza reciproca di tali rappresentazioni evidenzia la relazionalità delle performance di genere, esse: «agiscono e reagiscono in un quadro di relazioni con manifestazioni specifiche [della mascolinità e della femminilità]»²¹. In modo analogo, il riconoscimento della performatività delle forme narrative ci consente di identificare sia le interconnessioni tra la sfera maschile e femminile, sia le modalità di genderizzazione dei generi (*genres*).

Tali prospettive ci permettono di elaborare degli schemi più flessibili per tener conto del pluralismo dei due generi nella contemporaneità; piuttosto che identificare delle rappresentazioni positive o negative, i personaggi delle serie TV rivelano l'impossibilità di realizzare una performance «senza "originali", senza una "natura(lità)" a cui fare riferimento»²².

²¹ Claudio Bioni, *Mascolinità trasformiste*, in Angela Bianca Saponari, Federico Zecca (a cura di), *Oltre l'inetto. Rappresentazioni plurali della mascolinità nel cinema italiano*, Milano, Meltemi, 2021, pp. 219-227: 219.

²² De Pascalis, *Fargo*, cit., p. 105.

Promising young women. Riscritture femminili del Rape & Revenge*

Luisa Cutzu, Federica Piana

1. Riscrivere il canone

Nel corso degli ultimi trent'anni (e con maggiore frequenza dal 2017 in poi) sempre più registe si sono misurate con i film Rape & Revenge; tanto che, ad oggi, tale tendenza risulta difficile da ignorare. Il nostro contributo si pone quindi come un tentativo preliminare di inquadrare il fenomeno: attraverso l'analisi di alcuni recenti film Rape & Revenge diretti da donne, intendiamo mostrare come alcune registe contemporanee stiano attuando una vera e propria riscrittura di un filone cinematografico considerato, per tradizione, prettamente maschile.

Sinteticamente, con "Rape & Revenge movie" ci si riferisce a un film il cui plot è caratterizzato da due distinti blocchi narrativi: uno incentrato su uno o più stupri e l'altro sulla vendetta che ne consegue, attuata dalla stessa vittima di violenza o da persone a lei vicine (spesso dei familiari)¹. È dunque chiaro come la stessa natura di tale definizione renda impossibile stilare una lista completa dei film Rape & Revenge: si tratta infatti di un modello narrativo estremamente diffuso a livello internazionale². Se è vero che sono riconducibili al filone sia film

* Le autrici hanno pienamente condiviso l'ideazione e l'articolazione di questo contributo. Per quanto concerne la sua redazione materiale, Federica Piana ha scritto il primo e il secondo paragrafo, Luisa Cutzu ha scritto il terzo paragrafo.

¹ Alexandra Heller-Nicholas, *Rape-Revenge Films. A Critical Study* (Second Edition), Jefferson, McFarland & Company, 2021, p. 19.

² Una lista esaustiva dei titoli R&R è consultabile in AA.VV., *Speciale sesso e violenza*, in "Nocturno Dossier", 2002 n. 4, e sul sito della rivista, <https://www.nocturno.it> (ultimo accesso 9 ottobre 2022).

d'autore³ sia film di genere, senza dubbio i Rape & Revenge rimandano immediatamente, nell'immaginario comune, alle pellicole di exploitation americane degli anni Settanta⁴.

Come ha evidenziato Alexandra Heller-Nicholas nella seconda edizione del suo fondamentale studio sul Rape & Revenge⁵, a questa tradizione cinematografica ormai canonizzata se ne affianca parallelamente un'altra, a opera di registe. Nei film di questo secondo gruppo, di numero inferiore, poco conosciuti e molto spesso di difficile reperibilità, la rappresentazione della violenza (canonicamente subita da personaggi femminili) viene privata di quello sguardo morboso e sadico che in molti casi caratterizza i classici del genere. Se si guarda complessivamente al lavoro di queste registe, emerge chiaramente il loro tentativo di riscrivere tali narrazioni scardinando alcuni elementi tipici del filone ed evitando qualsiasi spettacolarizzazione o erotizzazione della violenza sessuale.

Posta questa comune volontà di differenziarsi, riteniamo che nei recenti Rape & Revenge diretti da donne si possano riscontrare due diverse tendenze, i cui tratti si palesano nei casi di studio qui proposti. Nella prima, le registe attingono a piene mani dall'estetica e dai canoni del cinema di genere, dando vita a pellicole thriller o horror che spesso si estremizzano, sfociando nell'horror soprannaturale, nel *gore* e nello *splatter*⁶. Nella seconda, è la natura stessa del filone a essere ripensata e problematizzata, attraverso una sovversione sistematica di alcuni elementi costitutivi del Rape & Revenge come, fra tutti, la funzione liberatoria e catartica della vendetta.

³ Si pensi ad esempio a *La fontana della vergine* (*Jungfrukällan*, I. Bergman, 1960), *Cane di paglia* (*Straw Dogs*, S. Peckinpah, 1971) e *Irréversible* (G. Noé, 2002), per citarne alcuni.

⁴ Per un approfondimento su alcuni classici R&R degli anni Settanta, e in particolare su *L'ultima casa a sinistra* (W. Craven, 1972), rimandiamo a Roberto Curti, Tommaso La Selva, *Sex and Violence. Percorsi nel cinema estremo*, Torino, Lindau, 2003, pp. 225-245. Recentemente, il filone è stato indagato da Mirko Lino, *Violenza! Il rape and revenge movie in Italia*, in Gabriele Landini, Giovanna Maina, Federico Zecca (a cura di), *Sesso e volentieri. Storie e forme dell'erotismo nel cinema italiano*, "Quaderni del CSCI", 18, 2022 e in due distinti interventi: *Retoriche del sadismo nel Rape and Revenge movie. Genere, sguardo, spettatorialità*, tenuto al convegno Compalit 2021, Università degli Studi di Milano e *Il (dis)piacere dello sguardo. Il corpo agonico nel rape and revenge movie. I Spit on Your Grave e Revenge*, tenuto al convegno "L'estasi del martirio. Metamorfosi del piacere e del dolore nell'esperienza estetica", Università dell'Aquila, luglio 2022.

⁵ Heller-Nicholas, *Rape-Revenge Films*, cit.

⁶ Tra i quali ricordiamo *American Mary* (J. e S. Soska, 2012), *Evangeline* (K. Lam, 2013), *Amulet* (R. Garai, 2020).

2. Estremizzazioni di genere: *Revenge* (C. Fargeat, 2017) e M.F.A. (N. Leite, 2017)

Il primo caso su cui intendiamo soffermarci è *Revenge*, di Coralie Fargeat, del 2017. Nel film, Jen, ospitata dal proprio amante in una villa in mezzo al deserto, viene prima violentata e poi gettata da un dirupo. Contro ogni aspettativa, la ragazza sopravvive e si mette sulle tracce dei suoi aguzzini per eliminarli uno dopo l'altro.

Per l'analisi, ci pare necessario fare un breve confronto con uno dei film più rappresentativi di tutto il filone, ovvero *I spit on your grave* di Meir Zarchi (1978), distribuito in Italia come *Non violentate Jennifer*. Attraverso la comparazione cercheremo di mostrare alcune di quelle differenze di rappresentazione a cui si è fatto cenno. Riteniamo, inoltre, che il confronto sia suggerito dalla stessa regista (e sceneggiatrice) che sceglie di dare alla sua protagonista lo stesso nome di quella di *I spit*.

Se guardiamo anche solo alla struttura narrativa di entrambi i film possiamo notare delle differenze sostanziali. Se in *I spit* le due porzioni narrative dello stupro e della vendetta sono equamente divise ed entrambe occupano ciascuna circa metà pellicola, in *Revenge* invece la struttura è significativamente sbilanciata: la parte dello stupro è molto breve e avviene nel primo quarto di film, mentre tutto il resto è occupato dalla parte della vendetta. Le stesse scene di stupro sono profondamente diverse: nel film di Zarchi si assiste a una violenza di gruppo attraverso una lunghissima e minuziosa sequenza; in *Revenge* lo stupro è commesso da un solo uomo e la scena, come anticipato, non solo è piuttosto breve ma è anche completamente priva di dettagli. Le pellicole si distinguono anche su due elementi centrali, in un Rape & Revenge movie: la salvezza delle protagoniste e le modalità della vendetta. Nello specifico, mentre Jennifer rimane in vita grazie a uno degli stupratori, che non trova il coraggio di ucciderla, in *Revenge* Jen deve la propria salvezza esclusivamente a sé stessa e al proprio ingegno. Allo stesso modo, se Jennifer – come in molti altri film del filone – per potersi vendicare sugli uomini che l'hanno violentata utilizza la seduzione, Jen, al contrario, ricorre unicamente a una feroce violenza.

È tuttavia nel corpo che le due protagoniste si differenziano in modo lampante: mentre quello della protagonista di *I spit* è estremamente magro, diafano, fragile (come anticipato la sua vendetta non si consuma attraverso la forza bruta), quello di Jen in *Revenge* è scultoreo e, pur non essendo massiccio, ri-

manda ugualmente a un'idea di forza e pericolosità. A proposito del corpo di Jen, possiamo notare come in *Revenge* sia assolutamente centrale: nella prima parte del film, almeno fino alla scena dello stupro, viene volutamente connotato sessualmente, sia attraverso i costumi (la protagonista appare in biancheria e in bikini) sia attraverso i movimenti dell'attrice, ad esempio in una lunga scena di ballo. Dopo lo stupro e la morte apparente questa percezione del corpo cambia in modo radicale: se inizialmente ne veniva enfatizzata la sensualità, attraverso dettagli stretti sulle gambe, il sorriso, le natiche, da qui in poi il suo corpo non verrà più scomposto dalla macchina da presa ma, al contrario, verrà o ripreso nella sua interezza nelle scene d'azione o con lunghi e avvolgenti movimenti di camera.

Il corpo di Jen nella seconda parte del film è un corpo nuovo, rinato a partire dalle ferite e dalla loro dolorosa (e visibile) cauterizzazione. È a tutti gli effetti il corpo che Jack Halberstam attribuisce alla Final Girl: né maschile né femminile poiché «post-umano», l'unico che riesce a «emergere trionfante nella conclusione cruenta di una pellicola splatter»⁷. Infatti Jen, in seguito allo stupro e al tentato omicidio, non viene più caratterizzata come una donna ma semplicemente come un organismo vivente che agisce spinto solo dallo scopo di sopravvivere e vendicarsi: basti pensare che, dalla sua morte apparente in poi, la protagonista non pronuncerà più una parola per tutto il resto del film. La pellicola ha quindi un'anima puramente *splatter*, che si manifesta in un'attenzione meticolosa verso il sangue e che la spinge fino al *gore*. *Revenge* si palesa quindi come caso esemplare di come l'horror possa essere usato per riscrivere il canone: per la stessa Fargeat il cinema di genere è «l'unico a permettere di spingere il discorso oltre i limiti, che significa oltre le convenzioni culturali, oltre le barriere sociali, in direzione di ciò che possiamo definire sovversione»⁸.

Il secondo caso su cui vogliamo soffermarci, seppure brevemente, è *M.F.A.* di Natalia Leite, ugualmente del 2017. Il film – che porta come titolo la sigla per Master of Fine Arts – prende le mosse da un episodio autobiografico della regista, violentata mentre frequentava una scuola di arte, e tematizza il grave e

⁷ Jack Halberstam, *Skin Shows. Gothic Horror and the Technology of Monsters*, Durham-London, Duke University Press, 1995, p. 110. Per un focus sulla figura della Final Girl rimandiamo a Valerio De Simone, *Final Girl. L'eroina dell'Horror e dello Slasher*, Roma, Aracne, 2012. Ricordiamo, inoltre, le fondamentali riflessioni sullo Slasher e sul Rape and Revenge di Carol J. Clover, *Men, Women, and Chain Saws. Gender in the Modern Horror Film*, Princeton, Princeton University Press, 1992 e Barbara Creed, *The Monstrous-Feminine. Film, Feminism, Psychoanalysis*, London-New York, Routledge, 1993.

⁸ Citazione riportata in Blenda Quartana, *Il corpo della vendetta*, in "Nocturno", 2018, n. 188, p. 30.

diffuso problema delle violenze all'interno dei campus universitari negli Stati Uniti. Anche in questo caso la pellicola, sebbene in maniera meno estrema, si affida al cinema di genere, ovvero il thriller, allo scopo di raccontare in maniera personale una storia sull'elaborazione del trauma. Stavolta il chiaro modello è *Ms. 45* di Abel Ferrara, del 1981, celebre Rape & Revenge in cui (esattamente come in *M.F.A.*) la protagonista, in seguito a uno stupro, si trasforma in una "giustiziera" dedita a punire ed eliminare gli uomini che commettono violenze. Non è un caso, d'altra parte, che i film si concludano con l'arresto delle protagoniste: entrambe troppo assortite nei loro progetti di vendetta, non si accorgono delle sanguinose tracce lasciate sul cammino.

M.F.A., attraverso un'estetica da b-movie e un plot che riprende i canoni del Rape & Revenge, cerca tuttavia di problematizzare alcuni nodi fondamentali sul tema dello stupro e della violenza sessuale, ponendosi dunque sul crinale delle due tendenze di cui si è parlato. Contestando apertamente alcuni elementi tipici del filone – basti pensare alle scene di stupro, rese volutamente quasi pornografiche – Leite riesce a porre l'attenzione su alcune questioni chiave, come l'educazione al consenso e il valore catartico della vendetta, comuni ai successivi casi presi in esame.

3. Dal canone alla sovversione: Promising Young Woman (E. Fennell 2020) e Violation (M. Sims-Fewer e D. Mancinelli)

Il terzo caso sul quale vogliamo soffermarci è *Promising Young Woman* (distribuito in Italia con il titolo *Una donna promettente*), del 2020, opera d'esordio alla regia di Emerald Fennell. Il film racconta la storia di Cassie, una donna che ha rinunciato alla sua promettente carriera di medico in seguito al suicidio dell'amica Nina, traumatizzata da una violenza sessuale subita. La sera, Cassie si reca nei locali e finge di essere ubriaca per constatare quanti uomini, con la scusa di verificare se sta bene, la portano a casa nonostante lei non sia cosciente. Inizialmente non è chiaro cosa lei faccia con questi uomini; viene spiegato dopo l'ennesima serata in cui attua il suo piano: quando sta per essere molestata, torna in sé e pone gli uomini davanti al fatto che stanno agendo senza il suo consenso. Contestualmente, Cassie comincia a frequentare Ryan, il tipico bravo ragazzo, ex collega del college e, quando abbassa le difese e sente di essersi innamorata, scopre per caso che anche il suo Ryan, anni prima, aveva partecipato allo stupro

ai danni di Nina. Da questo momento Cassie si ritrova coinvolta in un vortice di rabbia che alimenta il suo desiderio di vendetta.

Rispetto agli altri film presi in esame, in *Promising* non è la vittima principale della violenza a cercare vendetta ma una persona a lei molto cara; aspetto, quest'ultimo, che, come abbiamo visto, caratterizza gran parte del filone. La scelta di analizzare questa pellicola muove non solo dalla sua appartenenza al genere, ma anche dalle forti implicazioni politiche che abbiamo potuto riscontrare.

Come evidenziato per *M.F.A.*, anche in questo caso, l'attenzione viene spostata su elementi contingenti allo stupro: ciò che viene messo in scena, infatti, è l'intero corredo linguistico e comportamentale della cosiddetta *rape culture*⁹. Il termine "cultura dello stupro" serve a descrivere una condizione culturale in cui la violenza sessuale viene normalizzata, in tutte le diverse modalità con cui si manifesta: pensiamo, ad esempio, allo *stalking*, al *catcalling* e al *victim blaming*.

In *Promising* vengono messe in scena due donne che, in maniere differenti, vivono gli aspetti appena elencati. Da una parte abbiamo Nina, vittima di stupro, che denuncia l'accaduto raccontandolo alla preside della scuola di medicina: non solo non viene creduta ma la sua versione della storia subisce un ridimensionamento fino a farle perdere credibilità. A questo punto, l'imbarazzo per il torto subito e per il mancato sostegno spingono Nina a togliersi la vita. La ragazza diviene, a tutti gli effetti, vittima di un sistema che non ha saputo darle l'aiuto necessario. Dall'altra parte abbiamo Cassie che, nel dedicare la sua vita a vendicare la migliore amica, si scontra costantemente con l'oggettivazione che viene fatta del suo corpo.

Un altro aspetto particolarmente interessante del film di Fennell, e che ci sembra qui doveroso richiamare, è dato dal fatto che la maggior parte degli uomini che agiscono – o agirebbero – violenza hanno tutti l'aspetto di persone distinte, educate e raccomandabili e, quindi, insospettabili; ciò sta a evidenziare che, contrariamente a quanto si crede, non sempre una donna deve difendersi dall'uomo nell'ombra. La relazione di conoscenza tra vittima e carnefice, o la caratteristica della non sospettabilità, unisce i film che abbiamo scelto di analizzare e si pone in controtendenza rispetto al canone che abbiamo evocato in

⁹ Il termine *rape culture* nasce a partire dai *gender studies* e dalla critica femminista. Rimandiamo a Susan Brownmiller, *Against Our Will: Men, Women and Rape*, New York, Fawcett Columbine, 1975; Emilie Buchwald, Pamela R. Fletcher, Martha Roth, *Transforming a Rape Culture*, Minneapolis, Milkweed Editions, 1993; Kathy Davis, Mary Evans, Judith Lorber, *Handbook of Gender and Women's Studies*, London, SAGE Publications, 2006; Alexandra Fanghanel, *Disrupting Rape Culture. Public space, sexuality and revolt*, Bristol, Bristol University Press, 2019.

precedenza, dove gli autori della violenza sono spesso uomini ai margini della società, reietti, delinquenti.

In questo regime di sovversione del canone, il finale del film mette in discussione quel senso di appagamento dato dalla vendetta giacché la spirale di violenza nella quale Cassie si ritrova non risolve la premessa iniziale. La giovane, infatti, nel tentativo di punire finalmente l'autore principale dello stupro, perde la vita. La sua morte riporta le spettatrici e gli spettatori allo stato d'animo iniziale e, come sottolinea Heller nel suo testo, «sentiamo la perdita di qualcuno a cui ci eravamo affezionati, siamo scioccati dall'ingiustizia di tutto questo»¹⁰.

Davanti a un mondo ricostruito attraverso una fotografia saturata e in cui la perfezione dell'apparenza nasconde un sistema marcio, rimane ben visibile un barlume di speranza che viene messo in scena in una sequenza cruciale: Cassie, dopo che la ferita per la perdita di Nina si è brutalmente riaperta, decide di trovarsi faccia a faccia con tutte le persone che sono entrate in relazione con quanto accaduto e di “punirle” a modo suo. Tra queste, incontra anche l'avvocato difensore del ragazzo: l'uomo, nel riconoscere le criticità del suo lavoro di difesa nei casi di violenza, si lascia andare al pianto, adagiando il capo sulle gambe della giovane, e chiede scusa per la sua complicità con quel sistema che il film stesso vuole denunciare. Una scena, quella appena descritta, che non lascia indifferenti e che apre alla redenzione.

Il quarto e ultimo film che abbiamo scelto di prendere in esame è *Violation*, uscito ugualmente nel 2020, scritto e diretto non solo da una donna ma da una coppia di filmmaker: Madeleine Sims-Fewer, che ricopre anche il ruolo di attrice protagonista, e Dusty Mancinelli. I registi, entrambi vittime di violenza, nel film raccontano la vendetta di Miriam per lo stupro subito da parte di Dylan, amico di infanzia e cognato.

Attraverso una regia claustrofobica, caratterizzata da numerosi *close-up*, panoramiche specchiate in cui la terra si raddoppia e non viene lasciato spazio al cielo, una fotografia fredda, virata verso il verde scuro e il grigio, e continui parallelismi con la brutalità della natura, la coppia Fewer-Mancinelli ha cercato di restituire l'angoscia e lo smarrimento che un trauma di questo tipo può lasciare in chi lo subisce:

That's a really hard feeling to try and recreate. It's also one of those things that people don't understand – a lot of people say 'well why didn't she do

¹⁰ Heller-Nicholas, *Rape-Revenge Films*, cit.

something', and it's like, *it's already done*. There's nothing she could do to undo what already happened, and to try and capture just the sheer terrifying, overwhelming sensation that is just permeating her body – that is keeping her so frozen – was the goal¹¹.

Violation è un film molto distante non solo da quelli qui presi in esame ma in generale dalla tradizione del Rape & Revenge. La storia, infatti, è volutamente narrata in modo da lasciare un senso di smarrimento nel pubblico, contravvenendo alla struttura moralmente rassicurante di questo filone.

Innanzitutto, c'è uno stravolgimento della temporalità: i fatti non vengono raccontati cronologicamente e grazie a questo *escamotage* (che richiama la struttura del film *Irréversible* di Gaspar Noé) viene restituito un senso di profonda confusione e disorientamento. La vendetta, infatti, diversamente da quanto accade di solito, comincia a poco più di venti minuti dall'inizio del film, ancor prima che lo stupro venga messo in scena e negando quindi alle spettatrici e agli spettatori la possibilità di coltivare un desiderio di giustizia. La meticolosità e la freddezza con le quali viene messa in atto la vendetta spiazzano il pubblico: se già in *I spit on your grave* è chiaro come le uccisioni siano state pianificate nel tempo, in questo caso, invece, la progettazione è ulteriormente accurata. Miriam, infatti, non è precisa solo nell'uccisione di Dylan ma anche, e soprattutto, nelle modalità con cui si sbarazza del cadavere. Pensiamo, ad esempio, al fatto che, dopo averlo fatto a pezzi, ne polverizza le ossa per non lasciare tracce.

Per quanto riguarda la messa in scena della violenza sessuale, non solo è assente qualsiasi tipo di erotizzazione ma, attraverso riprese effettuate con lenti macro, possiamo vedere solo porzioni dei corpi coinvolti in una fluidità di movimenti che scalzano l'immaginario sullo stupro. L'idea dei due registi era infatti quella di restituire quella sensazione di impotenza e incredulità che attraversa la mente di una persona quando viene violentata da un conoscente.

Un ultimo aspetto che ci interessa evidenziare riguarda la possibilità di redenzione per chi agisce violenza. Come notato in *Promising*, il confronto tra Cassie e l'avvocato ha portato a una risoluzione pacifica; in *Violation*, al contrario, quando Miriam cerca un dialogo chiarificatore con Dylan, si trova davanti a

¹¹ La citazione è contenuta in un'intervista tra Alexandra Heller-Nicholas e i registi Dusty Mancinelli e Madeleine Sims-Fewer. *The Anti Rape-Revenge Film: Madeleine Sims-Fewer and Dusty Mancinelli on Violation (TIFF 2020)*, Filmint, <http://filmint.nu/madeleine-sims-fewer-and-dusty-mancinelli-on-violation-tiff-2020/> (ultimo accesso 10 ottobre 2022).

un uomo che nega la sua versione della storia, sminuisce il suo disagio e tenta di ripartire le responsabilità dell'accaduto.

In conclusione, attraverso la nostra ricerca abbiamo tentato un primo affondo sulla riscrittura del Rape & Revenge ad opera di alcune registe, nella prospettiva di futuri approfondimenti. Crediamo che l'oggetto di studio preso in esame sia particolarmente stimolante e meritevole di essere ulteriormente indagato anche per le sue implicazioni oltre lo schermo. Siamo infatti convinte, da un lato, che tale capovolgimento di sguardo sia il segno tangibile di un forte cambiamento culturale e, dall'altro, che queste stesse narrazioni stiano contribuendo – a livello di rappresentazione – a incrementare tale cambiamento, aprendo, ad esempio, alla possibilità di un piacere visivo femminile collegato alla violenza e alla vendetta o, al contrario, mettendolo in discussione.

Maternità e sala operatoria: il caso di *Grey's Anatomy**

Elisa Farinacci, Marta Rocchi

1. Introduzione

Le immagini delle madri, dell'essere madre e della maternità nella loro accezione più ampia e inclusiva trovano spazio da lungo tempo nella televisione, nel cinema, e nei contesti mediali¹. Nell'ambito televisivo sino al 2006 le immagini veicolate nei principali network statunitensi vedevano le madri ai margini della società (ad esempio in veste di carcerate, ricoverate in istituti psichiatrici o vittime di omicidio). Se a cavallo del nuovo millennio si percepisce un graduale miglioramento dei ruoli materni, si intravede anche una tendenza a rappresentare la maternità come ostacolo al raggiungimento del successo professionale². All'interno di questo dibattito diversi studi hanno evidenziato i potenziali impatti delle rappresentazioni mediali e dei discorsi sulla 'good mother' sia sulle pratiche di maternità delle donne³ sia sull'immaginario delle *childless women*⁴.

* Il saggio è stato progettato e discusso da entrambe le autrici in stretta collaborazione, con un contributo paritario nell'impostazione del lavoro di ricerca. Marta Rocchi ha scritto i paragrafi 1 e 2, Elisa Farinacci ha scritto il paragrafo 4. L'intero paragrafo 3 è frutto di un lavoro congiunto di ideazione e stesura.

¹ Elizabeth Podnieks (a cura di), *Mediating moms: Mothers in popular culture*, Montreal, McGill-Queen's Press, 2012; Rebecca Feasey, *From Happy Homemaker to Desperate Housewives: Motherhood and Popular Television*, London, Anthem Press, 2012; Latham Hunter, *Motherhood, Prime-Time Tv, and Grey's Anatomy*, in Podnieks (a cura di), *Mediating Moms*, cit., pp. 320-338; Valerie Heffernan, Gay Wilgus, *Introduction: Imagining motherhood in the twenty-first century—Images, representations, constructions*, in "Women: A Cultural Review", 2018, n. 29, pp. 1-18.

² Hunter, *Motherhood, Prime-Time Tv, and Grey's Anatomy*, cit., p. 320.

³ Shari Thurer, *The Myths of Motherhood: How Culture Reinvents the Good Mother*, New York, Houghton Mifflin, 1994; Sharon Hays, *The cultural contradictions of motherhood*, New Haven, Yale University Press, 1996; Susan Goodwin, Kate Huppertz, *The Good Mother: Contemporary Motherhoods in Australia*, Sydney, Sydney University Press, 2010.

⁴ Katherine Kinnick, *Media Morality Tales and the Politics of Motherhood*, in Ann C. Hall, Mardia J. Bishop (a cura di), *Mommy Angst: Motherhood in American Popular Culture*, Santa Barbara, CA,

In questa sede si vuole analizzare la produzione di Shonda Rhimes, una delle sceneggiatrici e produttrici statunitensi di maggior successo del *media-scape* contemporaneo. Le sue serie TV sono spesso acclamate per promuovere un'agenda femminista verso l'uguaglianza, indipendentemente dal sesso, dalla razza, dalla classe, dal credo religioso o dall'orientamento sessuale. Tra i temi trattati da Shonda Rhimes la maternità riveste un ruolo centrale e, in questo saggio, si intende mettere a fuoco il modo in cui essa viene problematizzata in *Grey's Anatomy* (ABC, 2005-). Questa *case history* risulta rilevante in quanto la sua lunga durata permette di estendere l'analisi della narrazione e dello sviluppo dei personaggi su un arco temporale ampio. L'obiettivo è quello di identificare se e in che modo *Grey's Anatomy* affronta l'esperienza della maternità e come questa si relaziona con la sfera sentimentale e professionale dei personaggi femminili. Per farlo è stata adottata una metodologia ibrida che mette in dialogo un approccio quantitativo con un'analisi testuale.

2. Metodologia

A partire dall'impianto metodologico testato in un precedente lavoro⁵, si intende analizzare la persistenza dei personaggi femminili del *main cast*. Ogni personaggio è misurato e pesato sul numero effettivo di stagioni in cui appare *on-screen*. Ad esempio, se un personaggio femminile x_i è presente nelle N stagioni, la sua persistenza è N_i . Sommando tutte le persistenze dei k personaggi principali femminili troviamo che la loro persistenza totale è $\sum_{i=0}^k N_i$. Questo dato viene poi utilizzato per individuare la persistenza dei personaggi femminili anche nel ruolo di madri. A questa mappatura si affianca l'analisi testuale di alcuni personaggi femminili seguendo tre direttrici: (1) l'auto-rappresentazione della maternità; l'impatto della maternità (2) sulle relazioni interpersonali e (3) sugli obiettivi professionali.

Praeger/ABC-CLIO, 2009, pp. 1-28; Gayle Letherby, *Childless and Bereft? Stereotypes and Realities in Relation to Voluntary and Involuntary Childlessness and Womanhood*, in "Sociological Inquiry", 2002, n. 72:1, pp. 7-20.

⁵ Marta Rocchi, Elisa Farinacci, *Shonda Rhimes's TGIT: Representation of Womanhood and Blackness*, in "Series-International Journal of TV Serial Narratives", 2020, n. 6, pp. 29-41.

3. Risultati

L'analisi quantitativa rivela che dei 16 personaggi femminili principali presenti nella serie solo 8 sono madri (Grafico 1). Dai dati emerge come il tempo dedicato alla rappresentazione di personaggi femminili nel ruolo di madri è più della metà della loro presenza in assoluto come donne, ed equivale a quello dedicato a personaggi femminili senza figli (Grafico 2).

Per comprendere come la persistenza delle madri viene caratterizzata dal punto di vista narrativo si propone l'analisi testuale dei sei personaggi emersi come più rilevanti: Meredith Grey, Miranda Bailey, Cristina Yang, April Kepner, Callie Torres e Arizona Robbins.

Meredith Grey, protagonista della serie, si presenta come una donna che eccelle come chirurgo, insegnante e madre. Nonostante il bisogno di misurarsi con le aspettative materne di distinguersi nella carriera, riesce a conciliare la maternità con un percorso professionale ricco di riconoscimenti. Contrariamente alle prerogative dell'“having it all” dettate dal post-femminismo⁶, Meredith non nasconde quanto questo bilanciamento sia complesso (E05S19) e necessiti di una continua collaborazione tra donne (E22S12) che non è però priva di attriti e rivalità. Si pensi all'amicizia tra Meredith e Cristina che si incrina (E5S10) a seguito di un litigio legato alle scelte professionali e sentimentali connesse alla maternità. Cristina sostiene infatti che la decisione di Meredith di diventare mamma, per quanto valida, abbia rallentato il suo avanzamento di carriera. Infine, Meredith condivide equamente la cura dei figli col marito Derek Shepherd, situazione che viene meno quando lui decide di trasferirsi per lavoro. Non volendo seguire Derek, Meredith sceglie di non rinunciare alla sua crescita lavorativa e personale e rimane a Seattle coi figli.

L'esperienza della maternità mostrata attraverso la storia di Miranda Bailey è imperfetta e lontana dagli schemi dettati dalla categoria della “Supermom”⁷. Bailey, tiene inizialmente celato il suo stato di gravidanza che rivelerà solo quando costretta a rifiutare nuove opportunità lavorative per tenere unita la famiglia. La sua si rivela una gravidanza difficile che in diverse occasioni la co-

⁶ Rosalind Gill, *Post-postfeminism? New feminist Visibilities in Postfeminist Times*, in “Feminist Media Studies”, 2016, n. 16(4), pp. 610-630.

⁷ Maria Elena D'Amelio, *Motherhood 2.0: Una Mamma Imperfetta and the Representation of 'Imperfect Motherhood' in New Media*, in Giovanna Faleschini Lerner, Maria Elena D'Amelio (a cura di), *Italian Motherhood on Screen. Italian and Italian American Studies*, London, Palgrave Macmillan, 2017, pp. 257-273.

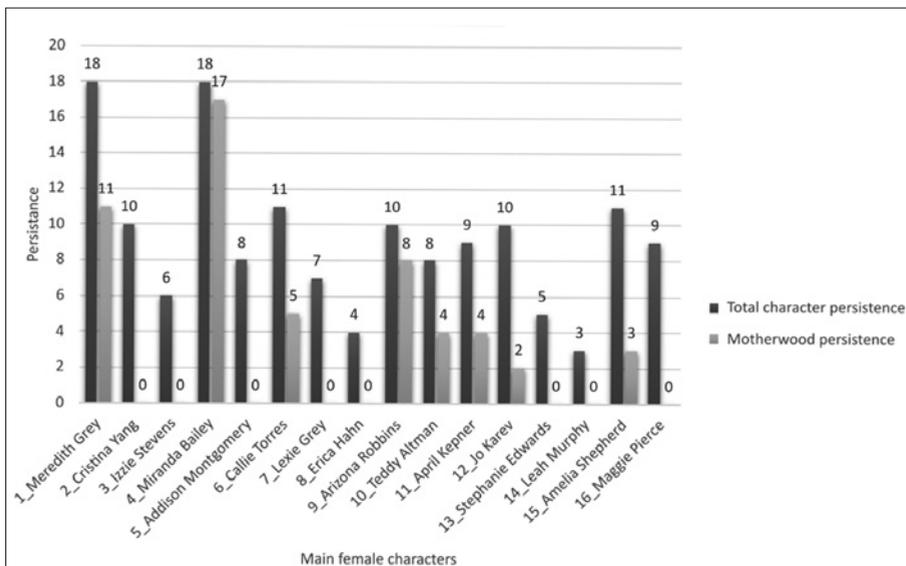


GRAFICO 1. Persistenza dei personaggi femminili.

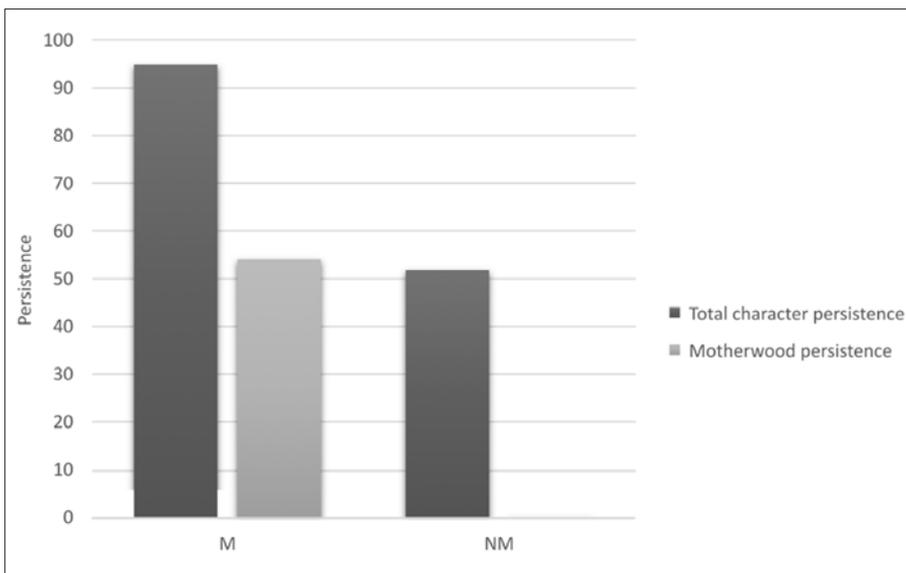


GRAFICO 2. Persistenza delle donne madri (M) e non madri (NM).

strige a fermarsi durante gli interventi in sala operatoria. Alla nascita del figlio subisce il cosiddetto “mommy tracking”: al rientro dal congedo di maternità le vengono assegnate responsabilità ridotte che però fa fatica a bilanciare con le

preoccupazioni da neomamma. Alcuni episodi evidenziano come la sua autorità e fermezza sia stata scalfita riconsegnando ai colleghi e agli spettatori una donna emotiva; il suo diventare madre sembra averle dato quella sensibilità che la sua iniziale leadership non faceva trapelare. Per quanto riguarda i suoi rapporti sentimentali, in seguito alla nascita del figlio, suo marito lamenta il fatto che lei non sia mai a casa. Questa condizione li porterà al divorzio in quanto lui non riesce ad accettare che le aspirazioni lavorative della moglie lo costringano a prendersi cura da solo del figlio.

Cristina Yang incarna la rappresentazione più complessa e culturalmente informata della volontà di non avere figli nella televisione contemporanea⁸. Personaggio complesso, con una brillante carriera, intrattiene due relazioni significative: una con Preston Burke e una con Owen Hunt. Con il primo subisce un aborto spontaneo, mentre con il secondo, una volta rimasta incinta, dichiara di voler abortire (E22S07) argomento che fino a quel momento solo pochi programmi televisivi avevano trattato negli USA⁹. La sua decisione, tuttavia, non è senza conseguenze. Il matrimonio con Hunt entra in crisi in quanto lui l'accusa di aver ucciso il loro bambino (E12S08). Mentre le relazioni sentimentali di Cristina barcollano, la sua carriera lavorativa progredisce anche se la produzione, per l'uscita del suo personaggio dalla serie, la fa trasferire in Svizzera piuttosto che farle condurre una vita senza figli negli USA. Questo risvolto narrativo sminuisce la scelta di Cristina di non volere figli, tutelando così il pronatalismo americano¹⁰.

April Kepner è un personaggio che ha un arco evolutivo molto complesso e soprattutto permette di introdurre il tema della religiosità che incide sui suoi rapporti sentimentali, familiari e sull'esperienza della maternità. La scoperta di essere rimasta accidentalmente incinta attiva una serie di considerazioni tra lei e il padre del bambino, Jackson Avery, che sono chiaramente legate e guidate dalla sua religiosità. Quest'ultima incide anche sulle decisioni di April nel momento in cui deve prendere atto della grave malattia che affligge il suo feto. Questa scoperta obbliga la coppia a decidere di abortire. La forzata necessità di interrompere la gravidanza sembra porsi come contraltare alle decisioni che affliggono Cristina e Hunt. In questo caso vediamo una diversa visione dell'aborto che

⁸ Betty-Despoina Kaklamanidou, *The voluntarily childless heroine: A postfeminist television oddity*, in "Television & new media", 2019, n. 20(3), pp. 275-293.

⁹ Elizabeth Levy, "You Killed Our Baby!": *Cristina Yang and the Breaking of the Abortion Taboo in Grey's Anatomy*, <http://journals.openedition.org/tvseries/447>.

¹⁰ *Ibid.*

sembra voler riequilibrare la decisione consapevole di Cristina di interrompere la gravidanza. Quando riesce a partorire con successo la seconda figlia, April lo definisce un miracolo anche se presto si rende conto che le manca la sua carriera. Jackson comprendendo la necessità della moglie si prende cura di Harriet in modo che April possa tornare a lavorare.

Callie Torres è il personaggio la cui sessualità sfida gli stereotipi generalmente associati alla sua identità etnica e religiosa, offrendo agli spettatori una donna forte, bisessuale, cattolica, ispanica e madre. In seguito al fallito matrimonio con George O'Malley, Callie esplorerà la sua identità bisessuale intraprendendo varie relazioni la più stabile delle quali è con Arizona Robbins. Avere figli è stato uno dei sogni di Callie, di fatto lei e George ci avevano provato prima del divorzio. Ma il suo desiderio si scontra con il pensiero di Arizona che dichiara di non voler figli. La loro storia subirà un'ulteriore battuta d'arresto quando Arizona decide di trasferirsi in Africa. Durante il periodo di lontananza Callie rimane incinta dell'amico Mark Sloan. Il ritorno di Arizona porterà alla creazione di una famiglia non convenzionale in cui la bambina avrà di fatto tre genitori. Il caso di Arizona è interessante in quanto mette in luce il passaggio da un modello di *childless female*¹¹, lesbica e con una vita sessuale libera da vincoli e costrizioni all'accettazione di sposarsi e crescere la figlia che Callie ha avuto con un uomo. Sebbene Arizona finisca per diventare madre, lei, tanto quanto Cristina, sfida lo stereotipo di un presunto istinto materno innato nelle donne.

4. Conclusioni

La molteplicità di rappresentazioni di cosa significhi essere madre per le donne di *Grey's Anatomy* deve essere letta in controtendenza rispetto alla costruzione storica della maternità nel contesto statunitense, che afferma una tendenza delle donne a ridimensionare i loro obiettivi di vita a favore della cura della famiglia¹². *Grey's Anatomy* ha offerto un modello per comprendere e politicizzare la maternità e la procreazione spingendo continuamente le madri, la gravidanza e la maternità

¹¹ Kaklamanidou, *The voluntarily childless heroine*, cit.

¹² Zhiying Wang, Patrice M. Buzzanell, *The way I work: Cross-country Comparison of Women's Conceptualization of their gender and career identities*, in "Intercultural Communication Annual", 2007, n. 30, pp. 147-174; Madonna Marsden, *The American myth of success: Visions and revisions*, in Jack Nachbar, Kevin Lause (a cura di), *Popular culture: An introductory text*, Madison, The University of Wisconsin Press, 1992, pp. 134-148.

in sfere professionali, pubbliche e dominate dagli uomini. Questo tipo di rappresentazioni erano in gran parte assenti nella TV americana prima del debutto della serie nel 2005¹³.

Le figure femminili che affrontano la maternità nella serie sfidano decenni di cultura popolare e televisiva che, congiuntamente a reazioni antifemministe, ha promosso un ritorno delle donne alla sfera domestica rinforzando l'equazione tra femminilità e maternità¹⁴. Attraverso l'approccio di analisi qui proposto emerge come *Grey's Anatomy* fornisca un panorama multiforme rispetto al tema della maternità. In primo luogo, vengono messe in luce e problematizzate le difficoltà di trovare strategie efficaci per essere madri in un ambiente lavorativo competitivo e tipicamente dominato dagli uomini come quello della chirurgia. Di fatto, le madri come Bailey e Meredith resistono e si oppongono ai tentativi di "mommy tracking" esercitati in diversa misura dagli uomini che orbitano nelle loro vite. In secondo luogo, non vengono giudicate in maniera negativa, ostracizzate o celate quelle figure femminili che, come Cristina e inizialmente Arizona, rifiutano la maternità per perseguire il successo professionale. In terzo luogo, Shonda Rhimes cerca di affrontare il tema dell'aborto offrendo diverse prospettive, anche opposte, che riescono a trovare spazio in egual misura.

Tuttavia, l'analisi rivela anche che nonostante la molteplicità, i casi dei due personaggi femminili più persistenti in realtà ricadono in concezioni eteronormative e tradizionali della famiglia. Bailey e Meredith sono di fatto entrambe etero e sposate. Inoltre, mancano narrazioni di madri che rimangono volontariamente single, donne con disabilità congenite che affrontano la maternità e anche casi di maternità surrogata. Nonostante queste limitazioni, *Grey's Anatomy* non idealizza l'esperienza della maternità ma al contrario ne fa emergere la complessità nel modo in cui viene percepita dai diversi personaggi, nell'impatto che ha sulle loro relazioni interpersonali e sulla carriera, in contrasto con i dettami post-femministi della super mamma e dell'"having it all" che in superficie sembrano celebrare la maternità mentre invece promuovono elevati standard di perfezione.

¹³ Hunter, *Motherhood, Prime-Time Tv, and Grey's Anatomy*, cit.

¹⁴ Àngels Lluarda Mari, *Motherhood in contemporary and quality television content: Analysis of the representation of motherhood in TV series "The letdown"*, Final degree Project, Universitat de Lleida, 2021, <http://hdl.handle.net/10459.1/72319>.

III.

Social media and online communities

Fashion, cooking and beauty: Italian influencers and female role models on social media

Geraldina Roberti

1. The Social Media Age

Mass media have always played a central role in the production and re-production of women's subjectivity; newspapers, magazines, television and, most recently, social media have provided considerable space for the representation of female identity, offering a composed, but often stereotyped image of it. As Gill and Scharff¹ point out, in the narratives constructed by media, girls, especially in the past, appeared the object of a male gaze that expected them to be accommodating and appeased, so much so that they had apparently internalized the disciplining power of the patriarchal model². Today, however, public discourse is pervaded by the manifold declinations of femininity, also thanks to the ability of users to produce *grassroots* content through digital platforms³. In fact, mainly social media offer women an environment in which they can express themselves by narrating their own idea of femininity; in this sense, the web represents a space capable of conveying the richness, but also the complexity, of the many female subjectivities that populate our imaginary.

¹ Rosalind Gill, Christina Scharff (eds.), *New Femininities: Postfeminism, Neoliberalism, and Subjectivity*, New York, Palgrave Macmillan, 2011.

² In this sense, as Byerly also points out, "masculine ideology references patriarchy (i.e. hegemonic masculinity), something that has seemed to perpetuate itself in cultural products through the years in spite of active women's popular movements that challenge it and feminist scholarship that lays bare its presence", see Carolyn M. Byerly, *The Geography of Women and Media Scholarship*, in Karen Ross (ed.), *The handbook of gender, sex, and media*, Malden, Wiley-Blackwell, 2012, pp. 3-19: 5.

³ See Giovanni Bocchia Artieri, *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*, Milano, FrancoAngeli, 2012.

Moreover, digital platforms provide users with more agency to personalize and control their online experience, using those tools that best fit their own needs and personality⁴.

In this perspective, social media have facilitated the rise of a new figure, that one of the influencers, micro-celebrities⁵ who have progressively taken their place alongside traditional stars in the collective imaginary, increasing their popularity thanks to a communicative style able to skillfully mix personal life stories and commercial/branding references. For Khamis, Ang, and Welling, micro-celebrity is a frame of mind and a set of practices that capture attention through an in-depth exploration of the private lives of its protagonists, and a sense of reality that makes their narratives, their relationships, and their brand both accessible and intimate⁶. Female influencers, in particular, will be the focus of our analyses, with the aim of highlighting their ability to define and share new styles and patterns of femininity through their activity on the different digital platforms. As Casalò, Flaviàn and Ibáñez-Sánchez⁷, have pointed out, influencers have progressively taken on the role of *true opinion leaders* capable of addressing users towards new consumption models, but also of inspiring their choice on a more general level; as the scholars write, “Instagram celebrities have an impact on the purchasing behavior of young female users, non-traditional celebrities’ profiles being seen as more influential since they are considered to have more credibility”⁸. For this reason, too, the most popular female influencers seem to represent, within the public space, a model of femininity to be inspired by, prompting researchers to reflect more deeply on their role as to the construction of a gendered imaginary.

⁴ Charles Wagner, Ester Aguirre, Erin M. Sumner, *The relationship between Instagram selfies and body image in young adult women*, in “First Monday”, 2016, n. 21(9), <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/6390/5620>.

⁵ Alice E. Marwick, *Status Update. Celebrity, Publicity and Branding in the Social Media Age*, New Haven-London, Yale University Press, 2013.

⁶ Susie Khamis, Lawrence Ang, Raymond Welling, *Self-Branding, ‘Micro-Celebrity’ and the Rise of Social Media Influencers*, in “Celebrity Studies”, 2017, n. 8(2), pp. 191-208.

⁷ Luis V. Casaló, Carlos Flaviàn, Sergio Ibáñez-Sánchez, *Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership*, in “Journal of Business Research”, 2020, n. 117, pp. 510-519, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>.

⁸ *Ibid.*, p. 511.

2. Female subjectivity in social media

In the field of *gender and feminist media studies*, several researchers have highlighted how media content actively contributes to gender roles construction⁹, prompting women, to a certain extent, to confront themselves with heteroproduced models that can influence their identity. According to these scholars, in today society, representations of female subjectivity are affected by that *postfeminist sensibility*¹⁰ that extols women's independence and assertiveness, while neglecting issues such as social justice and the struggle against gender inequalities that traditionally characterized feminist political engagement. Indeed, even in the social media sphere, the profiles of the most popular female influencers¹¹ depict an identity marked by self-confidence, stubbornness and focus on self-care, but devoid of the will to challenge the hegemonic power structures that characterized female activism in the past.

Also in the light of these considerations, our objective will be to examine the image of the most popular influencers in Italy, in order to understand what kind of femininity they propose to their followers and how they have chosen to narrate their identity on social media. Specifically, based on data provided by Shareablee¹², we will analyze the examples of three popular celebrities, Chiara Ferragni, Benedetta Rossi and Giulia De Lellis, focusing our reflection, for space reasons, only on the elements that connote their model of feminine sub-

⁹ On these issues, see, among other, Rosalind Gill, *Gender and the Media*, Cambridge, Polity Press, 2007; Angela McRobbie, *Post-feminism and Popular Culture*, in "Feminist Media Studies", 2004, 4, pp. 255-264; Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill, Catherine Rottenberg, *Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation*, in "Feminist Theory", 2020, 21(1), pp. 3-24.

¹⁰ Rosalind Gill, *Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility*, in "European Journal of Cultural Studies", 2007, n. 10(2), pp. 147-166. As the author emphasizes, postfeminism is a critical analytical term that relies on individualism, choice and agency as dominant modes of narrative, and that highlights the extension of forms of surveillance, monitoring and disciplining of women's bodies.

¹¹ See the ranking of the most followed Instagram accounts worldwide released by Statista (June 2022): <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/> (accessed September 5, 2022). According to this ranking, among women influencers, the top 3 positions are occupied by Kylie Jenner, Kim Kardashian, Kloe Kardashian. We have excluded from the analysis the social profiles of celebrities who have achieved notoriety for their activities in other fields of entertainment (such as actresses, singers, or journalists).

¹² The data refer to the Italian female influencers claiming the most interactions on social media (April 2021). We have excluded from the analysis the social profiles of celebrities who have achieved notoriety for their activities in other fields of entertainment (such as actresses, singers, or journalists). For further information, see <https://www.sensemakes.it/news/top-15-influencer-italiani-piu-attivi-sui-social-aprile-2021> (accessed September 5, 2022).

jectivity¹³. Chiara Ferragni initially established her popularity through her fashion blog “The Blond Salad”¹⁴, created in 2009 with her boyfriend and manager Riccardo Pozzoli to share fashion and lifestyle images and content on the web; thanks to her skillful social media activity, Ferragni’s fame grew rapidly, so much so that, in 2017, Forbes magazine included her at the first place of the “Top Influencers List” in the fashion category¹⁵. Indeed, the influencer’s parable appears almost emblematic of the normativity of that model of “successful femininity” that has become another constraint imposed on women by the individualized and neoliberal feminism approach¹⁶. Ferragni is the woman of “having it all”¹⁷, a figure capable of apparently effortlessly balancing her many professional commitments and a full and fulfilling family life; as Campo writes, “‘having it all’ was the promise that women could take on the role of ‘career woman’ (never just ‘worker’) without having to sacrifice either their femininity (they could still wear a skirt to the office and still be taken seriously) or their desire to have children”¹⁸. The femininity pattern emerging from the influencer’s social profiles ultimately appears both stereotyped and unrealistic, a neoliberal model in which entrepreneurship as women’s empowerment, individualized feminism and self-branding seem to coincide¹⁹.

Benedetta Rossi, on the other hand, has built her notoriety on the image of a housewife devoted to cooking, who shares recipes and household tips with her followers. Starting in 2011 with the creation of a food blog and a YouTube channel, the influencer has achieved great popularity thanks to a simple and

¹³ For a more comprehensive discussion see Geraldina Roberti, *Female influencers: analyzing the social media representation of female subjectivity in Italy*, in “Frontiers of Sociology”, 2022, 7:1024043, doi: 10.3389/fsoc.2022.1024043.

¹⁴ See “The Blonde Salad”, <https://theblondesalad.com/> (accessed September 10, 2022).

¹⁵ See “Forbes”, <https://www.forbes.com/sites/clareoconnor/2017/09/26/forbes-top-influencers-instagram-it-girl-chiara-ferragni-on-building-a-fashion-empire/> (accessed September 10, 2022).

¹⁶ Natalia Gerodetti, Martha McNaught-Davis, *Feminisation of success or successful femininities? Disentangling ‘new femininities’ under neoliberal conditions*, in “European Journal of Women’s Studies”, 2017, no. 24(4), pp. 351-365.

¹⁷ Natasha Campo, *‘Having it all’ or ‘had enough’? Blaming feminism in the age and the Sydney Morning Herald 1980-2004*, in “Journal of Australian Studies”, 2005, n. 28(84), pp. 63-72, doi: 10.1080/14443050509387992.

¹⁸ *Ibid.*, p. 64.

¹⁹ As McRobbie highlights, neoliberal female subjectivity promotes the image of an individualistic, competitive, sexually free woman, who extols merit and pursues ideals of beauty and perfection, see Angela McRobbie, *The Aftermath of Feminism. Gender, Culture and Social Change*, Los Angeles-London, Sage, 2009. In this perspective, Bartoletti points out how neoliberal logic is dissolving any foundation for collective action, see Roberta Bartoletti, *Le culture del neoliberalismo: discorsi, pratiche e soggettività*, in “Sociologia della Comunicazione”, 2020, no. 59(1), pp. 5-18.

direct communication style, which aims to reduce the distance with users and strengthen the emotional bond with them. In Rossi's case, success is in fact linked to a rather conventional image of woman and a narrative set mostly in a domestic space, the kitchen of the family home, in which the influencer makes homemade and easy-to-prepare recipes. Again, this is a fairly stereotypical representation, albeit updated according to the formal and expressive characteristics of social media and transmedia storytelling²⁰, a representation in which the narrative of female identity is codified in one-dimensional and often trivializing ways.

The last of the three influencers we analyzed is Giulia De Lellis, who initially owes her fame to her participation to a *dating show* broadcast on commercial television. De Lellis's social media profiles give us the image of a free, self-sufficient and confident girl, who loves to have fun and appears comfortable showing off her beauty and sensuality. The influencer seems to embody that *postfeminist subjectivity* described by Gill²¹, a femininity that resorts to the rhetoric of choice to legitimize an even unprejudiced use of the body and the weapons of seduction prerogative of women. As Casalini notes²², in a society that extols individualism and the subject's freedom, women are almost pushed to use their bodies as they wish, to choose to modify them (even through cosmetic surgery), to construct and reconstruct their identity by reinventing themselves day after day. In an idealized representation of female subjectivity, the influencer seems to propose an artificial model of beauty and glamour, which, however, ends up arousing some concerns in the followers themselves: "influencers who were deemed to be misrepresenting their 'actual' looks through augmentative beauty techniques (e.g., plastic surgery) or technological trickery (e.g., Photoshop) were disparaged, both for contributing to unrealistic beauty standards for women and for unfairly profiting from

²⁰ As Scolari explains, "[...] transmedia storytelling is a particular narrative structure that expands through both different languages (verbal, iconic, etc.) and media (cinema, comics, television, video games, etc.). TS is not just an adaptation from one media to another. The story that the comics tell is not the same as that told on television or in cinema; the different media and languages participate and contribute to the construction of the transmedia narrative world", see Carlos Scolari, *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production*, in "International Journal of Communication", 2009, no. 3, pp. 586-606: 587. Following this logic, Rossi has added to her social media presence and participation in TV shows the creation of a cartoon, "Super Benny", which features her in many domestic adventures.

²¹ Banet-Weiser, Gill, Rottenberg, *Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism?*

²² Brunella Casalini, *Rappresentazioni della femminilità, postfemminismo e sessismo*, in "Iride", 2011, no. 24(1), pp. 43-60.

their duplicity”²³. In any case, we are faced with a narrative of femininity capable of catching the attention of companies, who want to use influencer’s popularity to promote their products. Actually, all three analyzed female influencers turned out to be skilled entrepreneurs, capable of building their own recognizable and marketable personal brand among different target audiences.

3. Final considerations

As we have pointed out, digital platforms have proved to be a public space suitable for showcasing the many kinds of femininity in today society; the influencers analyzed in this paper are an example of this heterogeneity, as they have played on different elements to achieve popularity. While Chiara Ferragni has focused on an image of a successful woman, capable of combining her role as entrepreneur with that of wife and mother, Benedetta Rossi has chosen a more domestic and reassuring dimension, using a spontaneous and familiar communicative style to characterize her *media personae*; Giulia De Lellis, finally, has opted for a narrative focusing on an enterprising and confident femininity, capable of evoking that postfeminist model of subjectivity reflected in the ideal of Girl Power²⁴.

In our opinion, however, the narrative of feminine subjectivity proposed by the three influencers is overly linear and one-dimensional, as if they represented the simplification of a model created to allow for easier identification by network users. A successful self-branding²⁵ operation, we could say, rather than a real commitment to the affirmation of a complex and vital femininity. From this point of view, the three figures appear to be fully consistent with that form of *popular feminism*²⁶ that has abandoned the collective and political dimension of traditional female activism to decline, instead, into an individualized perspective, claiming, indeed, women’s agentic capacity, but without questioning the traditional power structure of society.

²³ Brook E. Duffy, Kate M. Miltner, Amanda Wahlstedt, *Policing “Fake” Femininity: Authenticity, Accountability, and Influencer Antifandom*, in “New Media & Society”, 2022, n. 24(7), pp. 1657-1676: 1669.

²⁴ Jessica K. Taft, *Girl Power Politics: Pop-Culture Barriers and Organizational Resistance*, in Anita Harris (ed.), *All About the Girl: Culture, Power, and Identity*, New York, Routledge, pp. 69-78.

²⁵ Marwick, *Status Update*.

²⁶ Sara Banet-Weiser, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*, Durham, Duke University Press, 2018.

Chav gender identities: traditional media representation and recent TikTok developments

Emilia Di Martino*, Elias le Grand**

1. “Chav”: emergence and function

In the first decade of the twenty-first century, “chav” entered the English dictionary as a pejorative epithet for (usually young) people whose appearance and demeanour were perceived as showing what was commonly seen as a lack of taste and education, as well as anti-social behaviour. The term has now long passed its peak usage; however, it seems to have maintained an interesting degree of staying power. Indeed, teenagers and young adults from various countries are currently sharing and reappropriating semiotic objects on TikTok relating to a concept that originated in one locality, bringing their various interpretations, backgrounds, and creativities into play¹. This certainly makes the notion of “chav” worthy of academic interest, even if the particular term used to refer to it may soon fall out of use, as it seemed destined to in the second decade of the twenty-first century before the recent TikTok “Chav check” trend revived it.

From its first emergence, British academics clearly saw the figurative function of “chav” as being a marker of class difference. However, the label is aligned with appearance not only in classed but also in gendered ways. Choosing the female chav as the focus for this paper, we are going to show how a “chavette” fits into narratives of slut-shaming and taste-policing, implying unladylike promiscuity, lack of restraint, and vulgarity in dress, speech and behaviour, while ar-

* Sections 1 and 4.

** Sections 2 and 3.

¹ Emilia Di Martino, *Indexing “chav” on social media. Transmodal performances of working-class subcultures*, London, Palgrave Macmillan, 2022.

guing that, more recently, “chav” would also appear to be used as an object of disidentification from the “middle-class” gaze.

2. Moralisation, class distinction and the folk devilling of chavs

As a marker of class distinction, the chav has been a frequent object of moralising discourses and practices. Particularly during the early stages of its emergence in the public imagination, widespread moral indignation, often articulated through mockery, was directed against this figure. These social reactions took an alarmist, hostile form with elements of moral panic², in which the chav figure was cast as a “folk devil” threatening the moral social order of society³. In these processes, the chav was constructed as part of the non-respectable white British working class, reflecting a long-standing moral division in the British working class along lines of respectability⁴. This can be conceptualised as a relational process: by castigating and moralising chavs over their allegedly immoral behaviour, working-class and middle-class people could cast themselves as morally superior and respectable. The folk devilling of chavs can be linked to the emergence of social anxieties following processes of neoliberal restructuring and deindustrialisation in Britain over the last decades of the 20th century which led to marginalisation among large sections of the white British working class, particularly in traditional industrial areas⁵. In this way, the term “chav” and the characterological figures constructed around it are highly spatialised and linked to marginalised districts and places, sometimes called “chav towns”⁶.

The folk devilling of chavs has a strongly gendered character. Male chavs are often portrayed as engaging in “antisocial” or “yobbish” behaviour and thus seen as aggressive and hostile. This is also the case with female chavs, who are also represented as embodying a sexualised, “slutty” femininity and as single teenage mothers on welfare, paid for by hard-working respectable people. Chav masculinity

² Elias le Grand, *Linking moralisation and class identity: The role of resentment and respectability in the social reaction to “chavs”*, in “Sociological Research Online”, 2015, n. 20, pp. 1-15.

³ Stanley Cohen, *Folk devils and moral panics*, London, Routledge, 2002.

⁴ Geoffrey Pearson, *Hooligan: A history of respectable fears*, Basingstoke, Macmillan, 1983.

⁵ le Grand, *Linking moralisation and class identity*, p. 5.

⁶ Elias le Grand, *Class, community and belonging in a “chav town”*, in Paul Watt, Peer Smets (eds.), *Mobilities and neighbourhood belonging in cities and suburbs*, Basingstoke, Palgrave MacMillan, 2014, pp. 164-181.

and femininity are related to two historically recurring working-class folk devils⁷, namely young violent working-class men and working-class welfare cheats and their gendered folk devil, namely single, unwed, young, working-class mothers⁸.

In the wake of moralisation, the chav figure became an object of moral governance and policing, typically through the regulation of public space⁹. Individuals dressed in stylistic markers associated with chavs, such as hooded tops, caps, tracksuits or Burberry and other brands, were barred from establishments such as bars, nightclubs and shopping centres. Moreover, chavs were associated with Anti-Social Behaviour Orders (ASBO), which are social orders issued to restrict behaviour and may be turned into criminal sentences if breached. Another consequence of the social reaction to chavs is that a range of cultural products and practices emerged, through which the chav figure was both ridiculed and commodified. Examples include satirical books, games, stickers, clothing and other products. “Chav jokes” and “chav tests” spread virally through social media, email lists and blogs such as *Chav Scum*, *Chav Towns* and *Glasgow Survival*. Similarly, at “chav nites”, held at student unions and other locations, people ironically appropriated the bodily markers and style practices associated with chavs. Tabloids once captured Prince William, “future bling of England”, in stereotypical chav attire at a chav-themed dress-up party in Sandhurst military academy¹⁰.

Ethnographic research suggests that young white working-class people, who due to their stylistic practices risk being positioned as chavs by others, disassociate with or resist and critique negative representations of this figure and re-imagine it in more positive or nuanced terms¹¹.

3. Vicky Pollard and the moralisation of the female chav in “traditional” media

As mentioned, mockery is an integral element in the folk devilling of chavs. Humour here serves to legitimise a strongly derogatory discourse through which

⁷ Cohen, *Folk devils and moral panics*, pp. xx-xxii.

⁸ le Grand, *Linking moralisation and class identity*, p. 6.

⁹ *Ibid.*, pp. 8-9.

¹⁰ Duncan Larcombe, *Future bling of England*, in “The Sun”, 10 April 2006, pp. 1-8.

¹¹ Anoop Nayak, Mary Jane Kehily, *Chavs, chavettes and pramface girls: Teenage mothers, marginalised young men and the management of stigma*, in “Journal of Youth Studies”, 2014, n. 17, pp. 1330-1345.

class distinctions against certain sections of the working class are constructed¹². The female chav has been derided for her failure to perform respectable femininity, which is linked to sexual promiscuity, teenage motherhood and “cheap” taste. Thus, there are a number of disparaging expressions directed at female chavs, such as “pram face” for a teenage chav mother with a young child, “chav stamp” or “tramp stamp” for a tattoo on the small of the back, and “Croydon hairlift” for the practice of tying one’s hair in a tight ponytail.

A number of satirical representations of the female chav figure emerged in British popular culture during the 2000s, such as in the comic magazines *BeanoMAX* and *Viz*, and in the television comedy series *The Catherine Tate show* and *Little Britain*. Perhaps the most influential figuration of the female chav is Vicky Pollard, in *Little Britain*, played by Matt Lucas. Vicky Pollard has a body bigger than the norm, long blonde hair cut in a fringe and tied in a scrunchie on top of her head. She wears a cerise Kappa tracksuit, trainers, hoop earrings, golden necklaces, and rings. Famously ill-tempered with rapid and incoherent speech, she chain-smokes, sniffs glue, shoplifts, features 27 times in *Crimewatch* and ends up in a Borstal (youth detention centre). She is sexually promiscuous and has about a dozen children, one of whom she exchanges for a CD.

Vicky Pollard’s Kappa tracksuit is intertextually related to “Kappa slappa”, a moralising term used to describe female chavs and most well-known through the *Viz* character Tasha Slappa, who was originally known as Kappa Slappa but renamed due to copyright infringement. Like Vicky Pollard, Tasha Slappa is represented as an aggressive, licentious and mostly unemployed tracksuit-clad teenager with blonde hair tied in a scrunchie who has six children to two different men.

Embodying a number of stereotypical features of non-respectable femininity associated with the female chav¹³, the characterological figure of Vicky Pollard has been deployed to portray real-life women¹⁴. Over the years, “real-life Vicky Pollard” has been a recurring descriptor in British tabloid stories, as well as in some serious media, typically featuring young white women in streetwear allegedly involved in anti-social and morally bad behaviour. The stories normally show a picture of a young white woman with long hair in streetwear clothing

¹² Jayne Raisborough, Matt Adams, *Mockery and morality in popular representations of the white, working class*, in “Sociological Research Online”, 2008, n. 13, pp. 1-13.

¹³ Di Martino, *Indexing chav on social media*.

¹⁴ Imogen Tyler, *Chav mum chav scum: Class disgust in contemporary Britain*, in “Feminist Media Studies”, 2008, n. 8, pp. 17-34: 28-30.

next to an image of Vicky Pollard. In a 2005 tabloid report, a “chav-teen” in North Tyneside was issued an ASBO following 111 complaints from neighbours for threatening and aggressive behaviour, littering, smashing windows and hosting “drunken parties” in her flat from which she was to be evicted¹⁵. A tabloid story from 2019 shows the longevity of the *Little Britain* character in the public imagination. It told of a 31-year old mother-of-two in Dorset, with a previous jail sentence for breaking an ASBO, sentenced to jail for ten months after assaulting an elderly woman whilst intoxicated¹⁶. Thus, although the Vicky Pollard character can be interpreted in multiple, even subversive ways¹⁷, the emergence and circulation of this characterological figure in the public realm has primarily served to further crystallise classist stereotypes of chav femininity.

4. “Litrally luv propah bonkahz innit caw me a chav”. The “chav” and the middle-class gaze in TikTok activity

Currently, on TikTok, teenagers and young adults from various countries are sharing and reappropriating, through the “Chav check” video trend, semiotic objects relating to the British “chav” concept, bringing their interpretations and creativities into play. This section focuses on the intriguing video of a young woman (Fig. 1) who incorporates chav signs into her performance, de-chaving chav resources all the while retaining some of their traditional stylistic functions.

A woman expressing seduction triggers the slut stereotype, and a woman expressing assertiveness triggers the bitch stereotype. The young woman featured in Fig. 1 appears to be creatively utilizing the semiotic representations of such “others” as the slut (heavy make-up) and the bitch (self-confident looks) – which combine in the “chavette” stereotype – for personal experimentation.

The notion of prosthetic culture helps to understand the incorporation of signs from different sources within the same performance. In a fascinating ac-

¹⁵ *Chav teen gets ASBO*, in “Metro”, 3 May 2005, <https://metro.co.uk/2005/05/03/chav-teen-gets-asbo-590342> (consulted on 26 October 2022).

¹⁶ Jack Newman, *Mother-of-two, 31, once dubbed the “real-life Vicky Pollard” is jailed for drunken attack on grandmother 14 years after she was put behind bars for breaching an ASBO*, in “Mail Online”, 29 March 2019, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-6864235/Dorsets-real-life-Vicky-Pollard-bars-drunken-attack-grandmother.html> (consulted on 26 October 2022).

¹⁷ Sharon Lockyer, *Dynamics of social class contempt in contemporary British television comedy*, in “Social Semiotics”, 2010, n. 20, pp. 121-138.



FIG. 1. “Chav check” video on TikTok.

count of how technology is altering our consciousness, Lury argues that identity aspects which previously appeared to be fixed attributes are increasingly being seen as modifiable by the individual and made sites of deliberate transformation through techniques of the self, intended to increase personal “market” value¹⁸. The young woman’s left shoulder, for example, shows the typical shape of the person taking a selfie and the caption frames the activity: “Litrally luv propah bonkahz innit caw me a chav”. This is an instance of chavspeak, which deploys the use of “innit”, an established pragmatic marker among young speakers in London, irrespective of their ethnic origin, and l-vocalization (“caw me”): the “dark l” sound visually occurring at the end of the word “call” before a consonant (“me”) is replaced with the semivowel /w/, resulting in the pronunciation [kɔ:w], for “call” [kɔ:l]. This conveys the idea that “caw” is perceived as an acoustic realization that diverges from a normative standard and thus dramatizes “power and status differentials between language varieties and their speakers”¹⁹. Another orthographic representation which appears to gesture “chav” in the caption is “propah bonkahz” (“proper bonkers,” i.e., “completely crazy”), which renders vowel lowering (with final -er being lowered to [ɐ]).

On the face of it, through the caption the young woman would appear to attach a judgment of weirdness to her activity. However, the textual rendering

¹⁸ Celia Lury, *Prosthetic culture*, London, Routledge, 1998.

¹⁹ Alexandra Jaffe, *Introduction: Non-standard orthography and non-standard speech*, in “Journal of Sociolinguistics”, 2000, n. 4, pp. 497-513.

of chavspeak is not just expressed with unconventional spelling (and the related semiotics), but also through fonts and colours which mitigate the expressive power of the unconventional spelling. This choice, together with the general pleasantness of the picture and the smile on the young woman's face would appear to make the three "pure" indexicals²⁰ framing the video (heavy make-up, Champion sweatshirt and sentence in chavspeak), index a stance of subjective coolness and intersubjective solidarity and camaraderie.

Performing the "ideal woman" is a balancing act²¹. Through the pleasure she takes in her frolicking, this young woman appears to be performing "chav" to expand her options of personal "mobility"²². She does not laugh at "chav" as much as she enjoys her chav performance. As a result, the video does not deliver a shaming and moralizing discourse about excessive bodies. "Chav" seems instead to serve as an object of disidentification from the "middle-class" gaze: a "protective" mechanism whereby a young woman removes a trait of her group identity which is potentially harmful to her full development.

Social identity is a complex performance, and young people, in particular, increasingly move through "a mosaic discourse space"²³. The peculiar possibilities offered by the TikTok platform make it possible for users to not merely communicate ideational meaning, but also perform *interpersonal* meaning. As this specific user chooses from the many possible ways in which she can communicate her ideational meaning content (critique of "chav"?), she also appears to align herself with the very social group whose practices she would seem to wish to mock. She is interacting, quoting "chav" and using it to socialize.

Social identity is constructed through communication, and alignment is the effect of a multi-channel sign configuration that blends in all the elements at play. So, an overall performance in which the different semiotic cues do not appear to be all congruent with the same alignment²⁴ – which is very likely when elements generated from different sources are assembled into one single object, as in TikTok – come to be queered by the medium used to express it.

²⁰ Michael Silverstein, *Shifters, Linguistic categories and cultural description*, in Keith H. Basso, Henry A. Selby (eds.), *Meaning in anthropology*, Albuquerque, University of New Mexico Press, 1976, pp. 11-55.

²¹ Kate Cairns, Josée Johnston, *Choosing health: Embodied neoliberalism, postfeminism, and the "do-diet"*, in "Theory and Society", 2015, n. 44, pp. 153-175.

²² Beverley Skeggs, *Class, self, culture*, London, Routledge, 2004.

²³ Mary Bucholtz, Elena Skapoulli, *Youth language at the intersection: From migration to globalization*, in "Pragmatics", 2009, n. 19, pp. 1-16.

²⁴ Asif Agha, *Language and social relations*, Cambridge, Cambridge University Press, 2007.

L'estetizzazione del leader nella fan community. “Le Bimbe di Conte” tra immaginario romantico e lessico pornografico

Antonia Cava, Mariaeugenia Parito, Assunta Penna

Introduzione

Durante il primo lockdown dovuto alla pandemia da Covid-19, la ridefinizione degli spazi e dei tempi della vita quotidiana a causa della costrizione domestica ha determinato una nuova configurazione delle attività, dal lavoro alla formazione, dalla gestione delle relazioni familiari al loisir. Gli ambienti digitali sono diventati alleati privilegiati per rompere l'isolamento permettendo di mantenere i contatti sociali e impegnare il tempo libero. Anche le conferenze stampa del presidente del Consiglio Giuseppe Conte sono diventate parte della nuova quotidianità, utilizzate dai pubblici/utenti sia per informarsi sulle misure di emergenza varate dal governo, sia come materiale da rielaborare con finalità ludiche e satiriche. In questo contesto, il contributo intende analizzare le pratiche di estetizzazione ed erotizzazione di Conte da parte delle utenti della rete, ipotizzando che siano diventate parte della costruzione del rapporto fiduciario tra il leader del M5S e pubblici femminili in un ambiente politico-istituzionale e comunicativo caratterizzato sia da una marcata popolarizzazione dei linguaggi, che da una crescente personalizzazione.

1. Una leadership in costruzione

La situazione politico/comunicativa che il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte deve affrontare durante la prima fase della pandemia è legata alle peculiarità della breve carriera politica. La sua legittimazione è condizionata dall'es-

sere stato proposto dal M5S in quanto esterno alla politica, in linea con lo stile populista che contrappone il “popolo autentico” alla “élite corrotte”¹. Conte è un non-politico che prova ad accreditarsi come leader nel secondo mandato da presidente del Consiglio, ma alla vigilia della pandemia è una personalità politica ancora debole, un leader in costruzione.

Di fronte al deflagrare del Covid-19, in una congiuntura eccezionale, l’auto-definito avvocato del popolo, dunque, ha la necessità di fronteggiare due sfide: quella più prettamente legata alla crisi, che impone ai leader politici attività di *meaning-making*, in pratica gestire l’incertezza attraverso una narrazione in grado di ispirare i cittadini e spingere all’azione, chiarendo al contempo le misure adottate²; quella di legittimare il suo ruolo di leadership³.

A differenza della maggior parte dei leader, che partono già da una posizione di visibilità o perché attori in politica o perché non politici che capitalizzano la propria popolarità in questo ambito, Conte ricopre il ruolo di presidente del Consiglio partendo dalla posizione di professore sostanzialmente sconosciuto ai più. Durante la pandemia deve quindi rafforzare la dimensione della leadership connessa all’essere “straordinario”, interpretando «the paradox of the democratic leader»⁴ cioè la necessità di apparire allo stesso tempo “ordinario” ma anche “straordinario”: da una parte, una persona comune “like us”, in grado di rappresentare il popolo perché “del popolo” fa parte; dall’altra parte, deve mostrarsi, per poter governare, come statista “above us”, in grado di meritare la fiducia degli elettori perché dotato di qualche capacità straordinaria.

Tutto ciò in uno scenario di affermazione della personalizzazione in cui la costruzione del politico come persona e corpo piuttosto che come espressione di un partito o di una proposta ideologia è un dispositivo per superare la crescente sfiducia dei cittadini verso i corpi intermedi della democrazia⁵ e per suscitare

¹ Caes H. de Vreese, Frank Esser, Toril Aalberg *et al.*, *Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective*, in “The International Journal of Press/Politics”, 2018, n. 4, pp. 423-438.

² Chris Ansell, Arjen Boin, Paul ‘t Hart, *Political Leadership in Times of Crisis*, in R.A.W. Rhodes, P. ‘t Hart (a cura di), *The Oxford Handbook of Political Leadership*, Oxford, Oxford University Press, 2018.

³ Sofia Ventura, *La gestione della crisi e il meaning-making. Narrazione e manipolazione nelle conferenze stampa di Giuseppe Conte durante la pandemia del coronavirus*, in “Comunicazione politica”, 2021, n. 1, pp. 19-46.

⁴ John Kane, Haig Patapan, *The Democratic Leader: How Democracy Defines, Empowers and Limits its Leaders*, Oxford, Oxford University Press, 2012.

⁵ Bernard Manin, *The Principles of Representative Government*, Cambridge, Cambridge University Press, 1997.

adesione emotiva, diventando una scorciatoia cognitiva e cardine delle strategie mediatiche di ricerca del consenso. I leader diventano icone-pop risultato dei corpi e delle loro storie singolari; rappresentano modi di essere, stili di vita, costellazioni valoriali e culturali⁶.

La prima fase della pandemia è occasione per una forte esposizione mediatica, rendendo Conte un *everyday political celebrity*⁷, che nei social media diventa oggetto di memizzazione⁸ e protagonista di numerosi fandom⁹. L'altra faccia della medaglia del politico-celebrità è infatti una relazione con i cittadini che riproduce la dinamica celebrity-fan. Si tratta di un rapporto affettivo-emotivo che passa attraverso pratiche di ricerca e consumo dei contenuti, inoltre, sempre di più, utilizzando le potenzialità dei social media, si alimenta attraverso pratiche di produzione, diffusione e ri-significazione di messaggi in cui abbondano i registri della popolarizzazione, la memizzazione e l'uso dell'ironia. I social media estendono il repertorio delle possibili manifestazioni della *celebrity politics* offrendo una molteplicità di modi di osservare e consumare i politici e contemporaneamente la possibilità di una relazione disintermediata che può suscitare percezione di intimità.

2. Analisi netnografica de "Le Bimbe di Conte"

Durante il primo lockdown, il video del discorso di Giuseppe Conte al Senato, con Matteo Salvini come 'bersaglio', finisce su Pornhub e 'Giuseppe Conte' conquista il primo posto tra le parole più ricercate, sebbene non esista alcun video hard con lui protagonista. Il titolo è esplicito *Il primo ministro italiano brutalizza il ministro dell'interno*, trasformando lo scontro politico in una satirica metafora sessuale.

⁶ Mariaeugenia Parito, *Grillo e Renzi. Icone post-politiche tra sfiducia e fede*, in "Comunicazione Politica", 2015, n. 1, pp. 3-26.

⁷ Donatella Campus, *Celebrity leadership. Quando i leader politici fanno le star*, in "Comunicazione Politica", 2020, n. 2, pp. 185-204; Matthew Wood, Jack Corbett, Matthew Flinders, *Just Like Us: Everyday Celebrity Politicians and the Pursuit of Popularity in an Age of Anti-politics*, in "The British Journal of Politics and International Relations", 2016, n. 3, pp. 581-598.

⁸ Roberta Bracciale, *Da Le bimbe di Conte a "Non ce n'è covididi": la narrazione memetica della pandemia*, in "Sociologia della comunicazione", 2020, n. 60, pp. 67-81.

⁹ Marzia Antenore, *Le "Bimbe di Conte" e le "Tose de Zaia". Il fandom politico durante il lockdown*, in "Paradoxa", 2020, XIV, n. 3, pp. 91-102.

È il periodo in cui Pornhub registra in Italia una rilevante crescita delle visite, con un aumento medio giornaliero del 30% (Pornhub-Eumetra, 2020), anche grazie all'accesso gratuito alla versione premium dal 12 marzo 2020. Il primo e più diffuso *network sociale* a carattere pornografico si fonda sull'offerta di grandi quantità di materiale: i pubblici consumano contenuti e allo stesso tempo possono produrli e parlarne¹⁰. Ogni anno il sito pubblica una raccolta di dati e analisi, mostrando il numero di visite, la quantità di video caricati sulla piattaforma, le ricerche più popolari, le categorie preferite. Per quanto riguarda il pubblico femminile, si rileva negli ultimi anni il costante aumento di donne che consumano pornografia¹¹.

Mentre l'immagine di Conte entra nella pornosfera, nascono pagine e gruppi su diversi social network dedicati al "premier più sexy d'Europa", spesso a ridosso delle conferenze stampa in cui il presidente annuncia misure restrittive



FIG. 1. Consumo italiano dal 24 Febbraio al 17 marzo 2020.

Fonte: Pornhub Insights, 2020.

¹⁰ Silvia Rodeschini, Federico Zecca, *Pornflix. Pornhub e la normalizzazione dell'industria pornografica contemporanea*, in "Schermi", 2019, vol. 5, n. 3, pp. 101-115.

¹¹ Antonia Cava, *Dal Rapporto Kinsey a Pornhub. I consumi pornografici delle donne*, in "Ocula. Occhio semiotico sui media", 2021, vol. 22, n. 25, pp. 83-104.

per affrontare l'emergenza sanitaria. Numerosi anche gli hashtag che totalizzano milioni di visualizzazioni in TikTok e Twitter.

In questo contesto, il contributo esplora le interazioni discorsive con riferimenti erotico-pornografici all'interno di una delle community più popolari: "Le Bimbe di Conte". La community si sviluppa durante il primo lockdown per celebrare l'avvenenza fisica di Giuseppe Conte con grande spirito ironico. Le fan – al momento in cui abbiamo effettuato la ricerca erano 122.352 – s'impadroniscono delle immagini di Conte, rimaneggiandole a proprio gusto, riscrivendone l'immaginario che vi ruota attorno. Le domande che hanno guidato la ricerca sono le seguenti: quali sono le modalità di erotizzazione del leader-celebrity Giuseppe Conte da parte delle utenti della community? Quando il leader-celebrity diventa oggetto dello sguardo e dei commenti pubblicamente esibiti, all'interno di una pagina aperta da parte delle fan, si realizza un ribaltamento del più consueto rapporto oggetto/soggetto, maschile/femminile?

L'immaginario porno-erotico evocato dalle follower è stato ricostruito attraverso l'osservazione delle pratiche che si sono sviluppate nel gruppo, allora pubblico, dal 12 marzo al 26 aprile 2020, cioè dalla creazione della pagina "Le bimbe di Giuseppe Conte" alla conferenza stampa che precede la riapertura del 4 maggio. Si tratta di un'analisi esplorativa che, utilizzando l'approccio netnografico¹² ha avuto come oggetto 92 dei 545 post pubblicati nel periodo di riferimento, considerando esclusivamente quelli che rinviavano ad espliciti riferimenti erotici e pornografici, selezionati utilizzando come termini di ricerca le categorie diffuse in Pornhub. Il corpus testuale include anche i 36.202 commenti che animavano le interazioni delle "Bimbe".

Prima di approfondire la narrazione del corpo sessuato ed erotico del leader, un corpo bello e seduttivo oggetto di venerazione, che descriveremo attraverso le parole delle sue fan, è importante precisare che Giuseppe Conte non è solo oggetto del desiderio erotico ma spesso oggetto di attenzioni romantiche da parte delle donne della community, che punteggiano, ad esempio, con cuoricini le foto e le frasi dell'ex premier. Le fan si spingono, però, ben oltre l'esaltazione delle qualità estetiche.

Ci serviamo delle parole che ricorrono con maggiore frequenza nella community per tratteggiare come viene celebrato il corpo del leader. Emergono fantasie sessuali ardite e riferimenti agli organi genitali: «Tu dici minchia e io

¹² Robert V. Kozinets, *Netnography: Doing ethnographic research online*, London, Sage, 2010.

penso subito a lui»; «Quando non ho voglia di fare sesso, basta che penso a lui e mi eccito subito»; «Gli leccherei tutto»; «Mamma mia... da quando mi sono iscritta a questo gruppo, non freno più gli istinti primordiali che prima reprimevo»; «Voglio il suo cazzo. L'ho detto»; «Basandomi sulle misure profilattiche deduco che DaddyConte ce l'ha tanto».

Se parlare delle fantasie sessuali scatenate dalle immagini di Giuseppe Conte rompe con l'idea di passività delle donne, che si liberano dalla paura di esteriorizzare la propria sessualità – ne parlano in una pagina pubblica di uno dei social network più popolari – emerge però un immaginario che non rinvia ad un'esperienza attiva. Non vi è un vero e proprio sovvertimento dell'ordine tra il potere di chi guarda (solitamente l'uomo) e la vulnerabilità di chi è guardato (di consueto la donna), perché l'oggetto dello sguardo è quasi sempre descritto con aggettivi che rinviano alla potenza, al vigore – poderoso, per esempio, è tra gli hashtag più diffusi: «Mi viene voglia di disobbedire per poi essere punita»; «Sono una bimba cattiva Peppy, puniscimi in nome del decreto»; «Siiii... prendici a pizze sul culo con il Codice Penale»; «Uno splendore. Poderoso all'ennesima potenza».

In occasione delle conferenze stampa per annunciare misure a tutela della salute pubblica e dell'economia i commenti traducevano il Decreto in simbolo fallico. Tanti i riferimenti all'inseminare, alle ovaie fecondate, alle ovaie che scoppiano. Decretami è un'espressione ricorrente utilizzata per esprimere la voglia di essere posseduta carnalmente: «Decretami tutttttta!»; «Daddy decretami come fossi un DPCM»; «Giuseppe quanto sei sexy. Decretami tutta, io resto a casa ti aspetto».

Si sgretola, comunque, l'architettura scopica secondo cui il voyeurismo del *male gaze* oggettivava il corpo femminile così controllandolo. Molti sono i riferimenti all'orgasmo (al venire, alle mutandine bagnate) o in maniera diretta o utilizzando un'emoticon, le gocce , presente in tantissimi post e commenti: «Posso dire che alla vista di questa immagine mi sono esplose le mutande»; «Ho avuto orgasmi multipli»; «Grazie per l'orgasmo».

A questi riferimenti diretti si affianca un approccio più soft, per esempio giochi di parole con il termine *Pussy*, traducibile in Gatto o Vagina. In questo caso, l'immaginario erotico-pornografico lascia spazio ad un *divertissement* fatto di frivolezza ed ambiguità giocosa. Una formula d'intrattenimento in cui ampio spazio hanno, poi, i rimandi a testi popolarissimi dell'industria mediale: video in cui momenti della vita istituzionale vengono doppiati servendosi dei dialoghi

e della colonna sonora di *50 sfumature di grigio* o del famoso orgasmo simulato da Meg Ryan in *Harry ti presento Sally*.

Una narrazione virale, quella di Conte come “icona porn”, ripresa da altri catalizzatori di attenzione sul web, che ha avuto come effetto la produzione e condivisione delle immagini dell'ex premier da parte dei pubblici interconnessi che remixano, così, contenuti politici ed elementi della cultura pop all'interno dell'ecosistema comunicativo ibrido¹³.

3. Riflessioni conclusive

La narrazione erotica da parte delle utenti della community “Le Bimbe di Conte” contribuisce alla celebrizzazione del leader attraverso un coinvolgimento emotivo, che ruota attorno ad un'estetica sessualizzata del potere costruita su volto, corpo, posture, outfit. Nonostante la scarsa connotazione politica dei contenuti, l'esasperazione della manifestazione del desiderio, in un crescendo di “aspettative di intimità”, fonda il legame Conte/fan, generando una connessione affettiva che sembra legittimare la sua leadership durante la prima fase della pandemia. La presenza di contenuti espliciti che si rifanno al lessico del porno è comunque diluita all'interno di un immaginario pop-romantico, una sorta di estremizzazione della popolarizzazione della comunicazione politica che comprende la normalizzazione dell'immaginario rappresentato da piattaforme come Pornhub.

Per quanto le fan della community non esprimano un ribaltamento del rapporto di potere uomo/donna esteriorizzando un desiderio erotico che si manifesta nell'essere possedute piuttosto che nel possedere il corpo del leader, in ogni caso la rappresentazione pubblica del desiderio sessuale con modalità ludiche e, di fatto, la manifestazione della conoscenza delle categorie di organizzazione dei contenuti pornografici, legittimano l'espressione del desiderio femminile, inoltre, costruiscono un'immagine sessualizzata del leader politico che diventa parte della sua immagine pubblica.

¹³ Gianpietro Mazzoleni, Roberta Bracciale, *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*, Bologna, Il Mulino, 2019.

Il sex appeal dell'inorganico nei social network sites. Una lettura di genere delle estetiche dei virtual influencer*

Paola Panarese, Maddalena Carbonari

1. Oggetto di studio

L'evoluzione dei processi di digitalizzazione e delle tecnologie informatiche ha portato, negli ultimi anni, a una proliferazione di *virtual agents*, programmi software che forniscono servizi o indicazioni variamente automatizzate, talvolta per mezzo di applicazioni di intelligenza artificiale¹. Ciò ha favorito un aumento delle occasioni di interazione tra soggetti umani e non umani, anche in quell'ambiente digitale privilegiato di relazione e condivisione che sono i social media². In tale spazio, si sono diffusi, tra gli altri, personaggi generati al computer³, seguiti da migliaia di follower e usati per promuovere prodotti culturali e commerciali, ma anche estetiche, stili di vita e temi sociali eterogenei.

Variamente definiti Computer-Generated Imagery Influencers, Virtual (Social Media) Influencers (VSMI o VI) e Artificial Intelligence Influencers⁴, essi costituiscono un fenomeno comunicativo relativamente nuovo e in crescita

* Il saggio è frutto del lavoro congiunto delle autrici. Tuttavia, a fini meramente valutativi, è possibile attribuire i primi due paragrafi a Paola Panarese e il terzo a entrambe.

¹ Jbid Arsenyan, Agata Mirowska, *Almost human? A comparative case study on the social media presence of virtual influencers*, in "International Journal of Human-Computer Studies", 2021, vol. 155.

² Jay David Bolter, *The digital Plenitude. The decline of Elite Culture and the rise of Digital Media*, London, MIT Press, 2019

³ Alice E. Marwick, *The Algorithmic Celebrity: The Future of Internet Fame and Microcelebrity Studies*, in Crystal Abidin, Megan Lindsay Brown (a cura di), *Microcelebrity around the Globe, approached to cultures of internet fame*, Bingley, Emerald publishing, 2019, pp. 161-169.

⁴ Antonio Batista da Silva Oliveira, Paula Chimenti, *Humanized Robots: A Proposition of Categories to Understand Virtual Influencers*, in "Australasian Journal of Information Systems", 2021, vol. 25, pp. 1-27; Ben Robinson, *Towards an Ontology and Ethics of Virtual Influencers*, in "Australasian Journal of Information Systems", 2020, vol. 24, pp. 1-8.

nell'ambito dell'influencer marketing, ovvero quella strategia volta al coinvolgimento di individui capaci di orientare atteggiamenti e intenzioni di acquisto del pubblico nei confronti di un brand⁵.

Nati sulla base dell'esperienza dei *virtual idols* dei primi anni Duemila⁶, i VI sono oggi oltre centocinquanta. I più noti sono Miquela Sousa, progettata dalla Brud Company nel 2016 e inserita nel 2018 nella lista delle venticinque personalità più influenti su internet dal "Times", Shudu, la prima supermodella digitale, ideata dal fotografo britannico Cameron-James Wilson, Noonouri, dotata dall'agenzia di Monaco Opium Effect di un aspetto meno verosimile rispetto alle precedenti, e Knox Frost, l'influencer maschile *computer-based* maggiormente seguito su Instagram⁷.

In tutti i casi, si tratta di presenze online con personalità, sembianze e trame esistenziali eterogenee e variamente realistiche⁸, utilizzate per promuovere brand, soprattutto di moda, insieme a cause sociali e talvolta politiche.

I primi studi sul tema hanno indagato l'efficacia di questi personaggi in termini di marketing⁹, hanno esplorato la loro credibilità e la percezione di autenticità generata presso i pubblici¹⁰, e ne hanno valutato la dimensione etica e ontologica¹¹. In particolare, è stato notato che i VI possiedono uno status ambiguo¹²: non esistono fisicamente nella realtà, ma acquisiscono negli spazi online un'identità che a molti appare autentica, favorendo riflessioni sui requisiti necessari per "esistere" negli ambienti digitali; raccontano storie e creano mondi talmente verosimili da

⁵ Nathaniel J. Evans, Joe Phua, Jay Lim, Hyoyeun Jun, *Disclosing Instagram Influencer Advertising: The Effects of Disclosure Language on Advertising Recognition, Attitudes, and Behavioral Intent*, in "Journal of Interactive Advertising", 2017, vol. 17, pp. 138-149.

⁶ Mauro Conti, Jenil Gathani, Pier Paolo Tricomi, *Virtual Influencer in Online Social Media*, in "IEEE Communication Magazine", 2022, vol. 60, n. 8, pp. 1-13.

⁷ Veronica L. Thomas, Kendra Fowler, *Close Encounters of the AI Kind: Use of AI Influencers as Brand Endorsers*, in "Journal of Advertising", 2021, vol. 50, n. 1, pp. 11-25.

⁸ Li Xie-Carson, Pierre Benckendorff, Karen Hughes, *Fake it to make it: Exploring Instagram users' engagement with virtual influencer in tourism*, in "Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally", 2021.

⁹ Demetris Vrontis, Anna Makrides, Michael Christofi, Alkis Thrassou, *Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda*, in "International Journal of Consumer Studies", 2021, vol. 45, n. 5, pp. 617-644.

¹⁰ Xie-Carson, Benckendorff, Hughes, *Fake it to make it*, cit.

¹¹ Crystal Abidin, "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": *Influencer Selfies as Subversive Frivolity*, in "Social Media + Society", 2016, vol. 2, pp. 1-17; Raymond Blanton, Darlene Carbajal, *Not a Girl, Not Yet a Woman: A Critical Case Study on Social Media, Deception, and Lil Miquela*, in Innocent E. Chiluiwa, Sergei A. Samoilenko (a cura di), *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation Online*, Hershey, IGI Global, 2019, pp. 87-103; Robinson, *Towards an Ontology and Ethics of Virtual Influencers*, cit.

¹² Robinson, *Towards an Ontology and Ethics of Virtual Influencers*, cit.

dare l'illusione di abitare anche i contesti offline, ma non sono autonomi rispetto all'input umano; possono contribuire a diminuire il senso di solitudine dei loro follower, grazie alla creazione di community¹³ e all'attaccamento emotivo che favoriscono¹⁴, ma non sempre ne ottengono la fiducia, poiché promuovono prodotti o servizi che non possono provare materialmente. Inoltre, la letteratura rileva che gli utenti che più interagiscono con i VI sono i membri della Generazione Y e Z¹⁵, che ne apprezzano soprattutto la qualità del design e la *story line* e li considerano utili riferimenti estetici e comportamentali.

2. Cornice teorica e impianto metodologico

In quanto «stratificazione di algoritmi e reti sociali, di software e stereotipi»¹⁶, i VI si configurano come un interessante oggetto di studio socio-comunicativo, qui indagato nella prospettiva dei gender and media studies. La scelta di tale sguardo disciplinare deriva dal fatto che gli studi di genere hanno analizzato diversi contesti pubblicitari, robot e assistenti virtuali¹⁷, ma ancora limitatamente i personaggi promozionali digitali¹⁸.

Per esplorare le estetiche dei VI, si è scelto di usare come primo riferimento teorico il classico *Gender Advertisements* di Erving Goffman¹⁹ che, sebbene riguardi altri contesti, altri tempi e altri formati comunicativi, rimane un

¹³ Marie-Nathalie Jauffret, Vanessa Landaverde Kastberg, *Biodigital Influencers: A New Alternative for Fighting Loneliness*, in Bianca Fox (a cura di), *Emotions and Loneliness in a Networked society*, Cham, Palgrave Macmillan, 2019, pp. 283-307.

¹⁴ Arsenyan, Mirowska, *Almost human?*, cit.; Batista, Chimenti, *Humanized Robots*, cit.; Elena Block, Rob Lovegrove, *Discordant storytelling, 'honest fakery', identity peddling: How uncanny CGI characters are jamming public relations and influencer practices*, in "Public Relations Inquiry", 2021, vol. 10, n. 3, pp. 265-293.

¹⁵ Evangelos Moustakas, Nishth Lamba, Dina Mahmoud, Chandrasekaran Ranganathan, *Blurring lines between fiction and reality: Perspectives of experts on marketing effectiveness of virtual influencers*, in *2020 International Conference on Cyber Security and Protection of Digital Services (Cyber Security)*, Dublin, Ireland, 2020, pp. 1-6, doi: 10.1109/CyberSecurity49315.2020.9138861.

¹⁶ Stamatia Portanova, *Imparare a riprogrammarsi: la storia di Lil Miquela e dei suoi femminismi*, in Lidia Curti (a cura di), *Femminismi Futuri. Teorie. Poetiche. Fabulazioni*, Guidonia, Iacobelli, 2019, p. 175.

¹⁷ Mark West, Rebecca Kraut, Han Ei Chew, *I'd blush if I could: closing gender divides in digital skills through education*, Equals&Unesco, 2019, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416.locale=es>.

¹⁸ Portanova, *Imparare a riprogrammarsi*, cit.

¹⁹ Erving Goffman, *Gender Advertisements*, in "Studies in the Anthropology of Visual Communication", 1976, n. 3, pp. 69-54; Id., *Gender Advertisements*, New York, Harper & Row, 1979.

punto di riferimento privilegiato negli studi delle rappresentazioni di genere in pubblicità²⁰, poiché individua le dimensioni semiotiche che sostengono e alimentano differenze nel “peso sociale”, nel potere e nell’ autorità di uomini e donne, ritualizzando la subordinazione femminile in quelli che chiama *gender displays*. Tra questi, la *dimensione relativa*, che si verifica quando gli uomini sono rappresentati come più alti o in spazi maggiori rispetto alle donne, la *classificazione delle funzioni*, che si rintraccia in quelle immagini in cui le donne svolgono occupazioni meno prestigiose degli uomini o a loro subordinate, il *tocco femminile*, che si rileva quando le donne accarezzano delicatamente loro stesse o degli oggetti, mentre gli uomini li afferrano con sicurezza, la *ritualizzazione della subordinazione*, evidente nelle posture femminili deferenti, e il *ritiro autorizzato*, relativo a immagini di donne disattente, disorientate e dipendenti dalla guida degli altri.

Sebbene alcune metanalisi abbiano prodotto risultati contraddittori sulla presenza delle categorie di Goffman nelle pubblicità contemporanee²¹, diverse ricerche hanno rintracciato i *gender displays* in paesi differenti e immagini mediali eterogenee²². Tra questi, Kang ha rilevato un maggior numero di ritiri autorizzati ed esibizioni del corpo nel 1991 rispetto al 1979²³, Lindner ha riscontrato solo una lieve diminuzione delle immagini stereotipate delle donne

²⁰ An Daechun, Kim Sanghoon, *Relating Hofstede's masculinity dimension to gender role portrayals in advertising: A cross-cultural comparison of web advertisements*, in “International Marketing Review”, 2007, vol. 24, n. 2, pp. 181-207; Chelsea P. Butkowski, Atsushi Tajima, *A critical examination of visualized femininity: selective inheritance and intensification of gender posing from historical painting to contemporary advertising*, in “Feminist Media Studies”, 2017, vol. 17, n. 6, pp. 1037-1055; Giseline Kuipers, Elise van der Laan, Elisa A. G. Arfini, *Gender models: changing representations and intersecting roles in Dutch and Italian fashion magazines, 1982–2011*, in “Journal of Gender Studies”, 2016, vol. 26, n. 6, pp. 632-648; Jonathan E. Schroeder, Janet L. Borgerson, *Marketing images of gender: A visual analysis*, in “Consumption Markets & Culture”, 1998, vol. 2, n. 2, pp. 161-201; Judith A. Wiles, Charles R. Wiles, Anders Tjernlund, *A Comparison of Gender Role Portrayals in Magazine Advertising: The Netherlands, Sweden, and the USA*, in “European Journal of Marketing”, 1995, vol. 29, n. 11, pp. 35-49; Katharina Lindner, *Images of women in general interest and fashion magazine advertisements from 1955 to 2002*, in “Sex Roles”, 2004, vol. 51, n. 7-8, pp. 409-421.

²¹ Lori D. Wolin, *Gender Issues in Advertising—An Oversight Synthesis of Research: 1970–2002*, in “Journal of Advertising Research”, 2003, vol. 43, n. 1, pp. 111-129; Martin Eisend, *A meta-analysis of gender roles in advertising*, in “Journal of the Academy of Marketing Science”, 2010, vol. 38, n. 4, pp. 418-440.

²² John Mager, James G. Helgeson, *Fifty years of advertising images: some changing perspectives on role portrayals along with enduring consistencies*, in “Sex Roles”, 2011, vol. 64, pp. 238-252; Lindner, *Images of women*, cit.; Mee-Eun Kang, *The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited*, in “Sex Roles”, 1997, vol. 37, n. 11-12, pp. 979-996; Penny Belknap, Wilbert M. Leonard, *A conceptual replication and extension of Erving Goffman's study of gender advertisements*, in “Sex Roles”, 1991, vol. 25, n. 3-4, pp. 103-118.

²³ Kang, *The portrayal of women's images*, cit.

nel tempo²⁴, Mager e Helgeson hanno notato un aumento della ritualizzazione della subordinazione²⁵, Kohrs e Gill hanno individuato la persistenza di un tocco femminile auto-diretto, accanto a ciò che hanno definito *confident appearing*, ossia una postura che mostra le donne sicure di sé, autonome e potenti, in pose tradizionalmente maschili²⁶.

Integrando le dimensioni di Goffman con variabili di studi successivi, quali l'esibizione del corpo²⁷, il movimento e la location²⁸, la distanza dallo spettatore e lo 'sguardo'²⁹, l'oggettivazione³⁰ e il *confident appearing*³¹, sono state analizzate le estetiche di genere dei VI in una ricerca volta a comprendere se e in che misura le loro rappresentazioni promuovano immagini innovative o tradizionali di maschilità e femminilità. In particolare, si è scelto di indagare, con un'analisi quanti-qualitativa del contenuto, le immagini su Instagram di tre VI femminili (LilMiquela, Noonoouri e Shudugram) e tre maschili (Knoxfrost, Koffigram, Blawko) nel periodo compreso fra gennaio 2020 e giugno 2021, censendo tutti i post in cui compaiono da soli o in compagnia. I VI sono stati selezionati per numero di follower – sono infatti i più seguiti –, genere – sono stati considerati anche uomini, poco indagati in letteratura –, varietà di aspetto e funzioni – LilMiquela e Blawko, per esempio, hanno sembianze molto realistiche, a differenza di Noonoouri e Knoxfrost, e sono veri e propri influencer, mentre Shudu e Koffigram ricoprono il ruolo di modelli digitali.

Ne è derivato un corpus di 1109 post di influencer femminili (di cui 762 da LilMiquela, 312 da Noonoouri e 35 da Shudu) e 118 di influencer maschili (di cui 97 da Knoxfrost, 16 da Koffigram e 5 da Blawko) per un totale di 1227 immagini.

²⁴ Lindner, *Images of women*, cit.

²⁵ Mager, Helgeson, *Fifty years of advertising images*, cit.

²⁶ Kirsten Kohrs, Rosalind Gill, *Confident appearing: Revisiting 'Gender Advertisements' in contemporary culture*, in Jo Angouri, Judith Baxter (a cura di), *The Routledge Handbook of Language, Gender and Sexuality*, Abingdon, Oxfordshire, Routledge, 2021, pp. 528-542.

²⁷ Kang, *The portrayal of women's images*, cit.

²⁸ Jean Umiker-Sebeok, *The Seven Ages of Woman: A View from American Magazine Advertisements*, in Clara Mayo, Nancy M. Henley (a cura di), *Gender and Nonverbal Behavior*, New York, Springer-Verlag, 1981, pp. 209-252.

²⁹ Philip Bell, Marko Milic, *Goffman's gender advertisements revisited: combining content analysis with semiotic analysis* in "Visual Communication", 2002, vol. 1, n. 2, pp. 203-222.

³⁰ Lindner, *Images of women*, cit.

³¹ Kohrs, Gill, *Confident appearing*, cit.

3. Risultati e suggestioni

Nel complesso, lo studio rivela una sensibile evoluzione delle immagini indagate rispetto alle estetiche di genere del passato. I VI sono raffigurati, infatti, per lo più da soli, in ambienti esterni urbani, in piedi, con lo sguardo rivolto verso il lettore e un'espressione prevalentemente seria o sorridente, indipendentemente dal genere. Sono rare, dunque, le donne digitali in ambientazioni (come quella domestica), pose (come il giacere distesi) ed espressioni (come quella ammiccante) tradizionalmente associate a immagini femminili stereotipate, e sono quasi del tutto assenti i rapporti di subordinazione uomo-donna, tanto nei ruoli sociali (*classificazione delle funzioni*), quanto nelle modalità di rappresentazione spaziale (*dimensione relativa*). Inoltre, si rileva una diffusa presenza, tra le VI femminili, di dispositivi semiotici collegabili al *confident appearing* – quali la postura eretta, l'espressione seria e lo sguardo rivolto verso il lettore – che testimoniano il superamento di una distinzione netta tra pose maschili e femminili.

Tuttavia, le rappresentazioni delle *digital influencer* suggeriscono la persistenza di alcune forme sottili di stereotipizzazione³²: sono più frequenti, infatti, le raffigurazioni di figure femminili (17% vs il 5% delle maschili) che accarezzano oggetti o sé stesse (*self-touch*) e il cui corpo è esposto (20% vs 11%), con un effetto sessualizzante e oggettivamente.

Tali prime e generiche evidenze descrivono uno scenario non riducibili ai soli termini della continuità o della rottura con le estetiche promozionali del passato, ma testimoniano la complessità dei modelli identitari esistenti e del loro movimento. Nonostante un'apparente riduzione della distanza tra maschile e femminile, le metriche e le posture corporee indagate rivelano una cultura digitale ancora formata da script che, sebbene riviste e aggiornate alle sensibilità contemporanee, veicolano idee egemoniche sul genere. La maggiore sicurezza esibita dalle donne digitali si accompagna a una loro resistente sessualizzazione, in una prassi non nuova che sollecita il ricordo del concetto di *sex appeal dell'inorganico*. Sviluppato da Benjamin³³ per indicare la graduale perdita della dimensione organica, soppiantata dalle merci e dalla moda nella moderna Parigi ottocentesca e recuperato da Perniola per indicare le nuove forme di erotismo, caratterizzate dal «venir meno dell'identità, dall'invito barocco a farsi nessu-

³² Lindner, *Images of women*, cit.

³³ Walter Benjamin, *Parigi, capitale del XIX secolo. I passages di Parigi*, Torino, Einaudi, 1986.

no, dal distanziarsi dal naturale, dal mescolamento della dimensione umana e di quella “cosale”»³⁴, il sex-appeal dell'inorganico appare come una metafora efficace per descrivere figure virtuali femminili, dotate dello status ontologico di oggetto, il cui corpo digitale mostra il fascino di una natura tecnologica devitalizzata, mercificata, usata come veicolo di pulsioni erotiche indirizzate verso immaginari di marca. Modelli tecnologici antropomorfi che offuscano, all'ombra del paradigma neoliberista, la distinzione tra umano e reale, disincarnato e artificiale, ma non quella tra maschile e femminile. *Algoritmi del desiderio*³⁵, in grado di alimentare l'aspirazione a nuovi prodotti, servizi, corpi, ruoli, in un intreccio persistente tra template tecno-culturali carichi di valori impliciti e consolidate gerarchie ancora sorrette da *grammatiche dell'esclusione*³⁶.

³⁴ Mario Perniola, *Il sex appeal dell'inorganico*, Torino, Einaudi, 1994, p. 15.

³⁵ Nataša Lacković, *Postdigital Living and Algorithms of Desire*, in “Postdigital Science and Education”, 2021, vol. 3 n. 2, pp. 280-282.

³⁶ Sarah Banet-Weiser, *Authentic™: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture*, New York, NYU Press, 2012.

Radical gender play: Game design as a critical analysis tool

Margo Lengua

1. Introduction

The study of gender-related issues within the world of video games finds theoretical and critical application through the merge of different disciplines and viewpoints: from analyzing visual and textual aspects¹, to studying the dominant video game culture that reinforces traits of toxic and oppressive masculinity². Mainstream video games have been criticized, on a cultural level, for their tendency to foster stereotypical and non-inclusive representations as well as their promotion of a hypermasculine perspective that associates gaming pleasure with violence³.

It is possible to observe a series of changes over the course of the 21st century that show how the video game industry has become more receptive⁴, the overturning of the status quo is still far off and influenced by several factors. In gen-

¹ Barry Beasley, Traci Collins Standley, *Shirts vs. skins: Clothing as an indicator of gender role stereotyping in video game*, in "Mass Communication & Society", 2002, n. 5(3), pp. 279-293. Nicholas L. Matthews, Teresa Lynch, Nicole Martins, *Real ideal: Investigating how ideal and hyper-ideal video game bodies affect men and women*, in "Computers in Human Behavior", 2016, n. 59(1), pp. 155-164. Frazer Heritage, *Applying corpus linguistics to videogame data: Exploring the representation of gender in videogames at a lexical level*, in "The international journal of computer game research", 2020, n. 20/3.

² Tracy L. Dietz, *An examination of violence and gender role portrayals in video games: implications for gender socialization and aggressive behavior*, in "Sex Roles", 1998, vol. 38, no. 5/6, pp. 425-442; Karen E. Dill-Shackleford, Brian P. Brown, Michael A. Collins, *Effects of exposure to sex-stereotyped video game characters on tolerance of sexual harassment*, in "Journal of Experimental Social Psychology", 2005, vol. 44, no. 5, pp. 1402-1408.

³ Alyssa Arbuckle, Jon Saklofske, Jon Bath, *Feminist War games? Mechanisms of War, Feminist Values, and Interventional Games*, in Jon Saklofske, Alyssa Arbuckle, Jon Bath (eds.), *Feminist War Games? Mechanisms of War, Feminist Values, and Interventional Games*, London, Routledge, 2020, pp. 3-10.

⁴ For example, the female protagonist in *Horizon Zero Dawn* (Guerrilla Games, 2017) and not heteronormative narratives such *The Last of Us Part II* (Naughty Dog, 2020).

eral, what influences who is represented in a videogame and how still depends on the socio-cultural and political context, the type of audience, the degree of technical and technological development, and economic aspects⁵.

On the other hand, in the indie game scene, there is a greater variety of titles with heterogeneous representation, which are less restricted by economic and socio-political issues. Increasing access to distribution platform, such as itch.io or Steam, and the availability of user-friendly and free tools for game development has made the independent sector a field of experimentation, also open to non-professional developers and artists⁶. In fact, in the independent scene, video games have become a medium that challenges the stylistic and thematic flatness of mainstream productions. Indie games are capable of telling autobiographical stories as well as addressing social, political, and cultural issues.

Social issues find a receptive environment in the independent scene through the development of activist games. Through narratives and mechanics these games address a range of issues⁷ in order to communicate a message that goes “*beyond a game’s entertainment or experiential value alone*”⁸.

2. The videogame as an expressive and critical analysis tool for gender matters

Within the context of socially engaged video games we find titles that deal directly with discrimination and gender-based violence. By using the video game as an expressive tool for the critical analysis of social matters, these titles aim to communicate important messages capable of developing empathy and raising consciousness in the player⁹. Through the analysis of three such videogames – *Two Interviewees* (Mauro Vanetti, 2016), *The Game: The Game* (Angela Washko, 2019) and *SHE KEEPS ME DAMN ALIVE* (Danielle Brathwaite-Shirley, 2021) – this paper aims to evaluate how gender issues are approached by game

⁵ Matthew McCaffrey, *The invisible hand in virtual worlds: the economic order of video games*, Cambridge, Cambridge University Press, 2021.

⁶ Alison Harvey, Stephanie Fisher, “*Everyone Can Make Games!*”: *The post-feminist context of women in digital game production*, in “Feminist Media Studies”, 2015, vol. 15, no. 4, pp.576-592.

⁷ Jennifer Malkowski, TreaAndrea M. Russworm, *Gaming Representation: Race, Gender, and Sexuality in Video Games*, Bloomington, Indiana University Press, 2017.

⁸ Mary Flanagan, *Critical Play: Radical Game Design*, Cambridge, Mass., MIT Press, 2009, p. 13.

⁹ Jonathan Belmanand, Mary Flanagan, *Designing Games to Foster Empathy*, in “Cognitive Technology”, 2012, n. 14, pp. 5-15.

design, which serves as a tool for critical analysis as well as artistic action and expression.

The three games exploit the communicative and persuasive potential of the game environment in order to transform video games from mere entertainment to a theoretical tool, capable of supporting and influencing social, political and cultural positions¹⁰. These titles were developed using methodologies that diverge from the practices and goals of “traditional” game design. What is defined as the “player-centric” design paradigm is absent¹¹: entertainment and satisfaction of players’ wants and needs are not the focus for the videogame developer. Thus, the gaming experience turns into an incoherent and deceptive environment with expressive purposes¹², where the player faces a lack of clear guidelines and multiple diversions.

These design choices exploit the iterative, interactive, and performative potential of the videogame in order to develop systems that can ethically engage the player on different issues. In this way, the user is transformed into an active agent whose in-game actions influence-positively or negatively-the course of the narrative and its message.

2.1 “May I ask what your marital status is?”

Developed by Mauro Vanetti, *Two Interviewees* is a mini-game about gender discrimination in the workplace. It is an interactive visual novel that, through a multiple-choice mechanic, takes the player inside the narrative of two simultaneous job interviews of a man and a woman.

For each candidate, the player must answer the HR recruiter’s questions in the same way. This dynamic highlights how the candidate’s answer is interpreted differently depending on their gender. For example, if the player answers the question “How do you see yourself in 20 years?” by choosing “With an established career and family”, the woman will be dismissed because motherhood is

¹⁰ Ian Bogost, *Persuasive games: the expressive power of videogames*, Cambridge, Mass., MIT Press, 2010.

¹¹ Douglas Wilson, Miguel Sicart, *Now it’s personal: on abusive game design*, in *Proceedings of the International Academic Conference on the Future of Game Design and Technology*, New York, Association for Computing Machinery, 2010, pp. 40-47.

José P. Zagal, Staffan Björk, Chris Lewis, *Dark patterns in the design of games*, in *Proceedings of the 2013 FDG International Conference*, May 14-17, 2013, Chania, Crete, Greece.

¹² Stefano Gualeni, Nele Van de Mosselaer, *Ludic Unreliability and Deceptive Game Design*, in “Journal of the Philosophy of Games”, 2021, n. 3.



FIG. 1. Mauro Vanetti, two stills from *Two Interviewees* (2016).

perceived as a drain on unproductivity. On the other hand, with the same answer the man will gain approval for his “work ethic” (Fig. 1).

The game leads the player to believe that, to win, both candidates must be hired. However, unbeknownst to the gamer, a combination of correct answers to get the woman hired does not exist, reflecting the persistence of gender discrimination in the workplace. Through several game-overs, followed by sexist and discriminatory phrases, players realize that perhaps it is not possible to get the woman hire.

User1: “How do you get the woman to get the job. No matter what I do she gets a C-. Can Y’all help me? Thanks”

Mauro Vanetti: “What’s your feeling about it?”

User1: “I’ve tried multiple times, but the woman never gets it. I like the game, but i feel like there should be a way for the woman to get it”

User2: “Aaand that’s the point. The woman will never get the job”¹³.

The initial deception is amplified by the ironic tone of the narrative, aesthetics, and music, which creates the expectation of a clear and disengaged play experience.

The inconsistency between the player’s expectations and the unwritten rules of the game causes frustration, an aspect which is highlighted by statistics on gender inequality in the workplace shown on the game over screen. Thus, the game exposes the obstructionism faced by woman seeking employment.

¹³ *Two Interviewees’s* channel on Itch, <https://maurovanetti.itch.io/2i> (last accessed 10 October 2022).

2.2 “It doesn’t count as sex”

The Game: The Game is a feminist video game that explores the practices of leading seduction coaches (Pick-Up Artists or PUAs). This is a movement of men who have developed a series of tactics they call “The game”, which amounts to a grooming process whose goal is sexual success with women.

Using the training materials produced by this community, artist Angela Washko has developed a reverse dating simulator where players experience firsthand the manipulative, sexist, and misogynistic strategies of PUAs. The narrative is articulated by a multi-answer dynamic used to interact with the Pick-Up Artists. The latter gradually invade the game space and try, by means of their manipulative techniques, to pick up the female protagonist. Through a series of visual, musical, and emotional aspects, the video game immerses the player in an anxiety-inducing atmosphere (Fig. 2).

The goal of the simulator is to expose users to the community’s dehumanizing methods of courtship: the player must become complicit in their misogynistic actions. In response to the PUAs’ approaches – ranging from indirect and sneaky to extremely explicit – the player can choose to behave critically by breaking the rules imposed by “The game”. However, if the player rejects the PUAs’ advances outright, it’s game over. To continue the game, it is necessary to accommodate the seduction tactics, which implies that the progressive advancement of the player’s skills does not always coincide with choices that can be seen as “right” for the protagonist or as functional to the progression of the narrative. To better understand the seduction methods of the Pick-Up Artists, the player must progress through the game and develop a strategy to defeat their advances. Thus, the player can discover ideological positioning within the game as well as build an emotional and critical response to it.

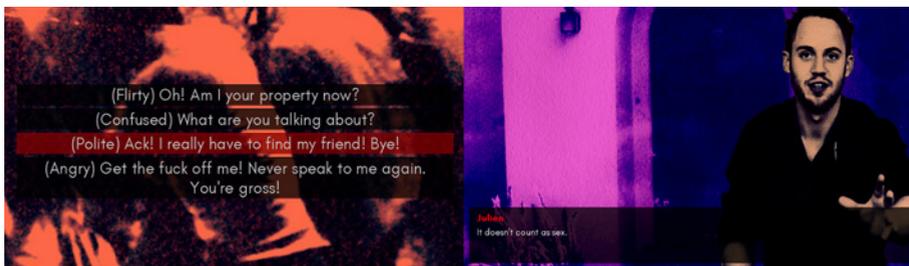


FIG. 2. Angela Washko, detail of two stills from *The Game: The Game* (2019).

2.3 “Did you know who to shoot?”

SHE KEEPS ME DAMN ALIVE is an immersive point-and-shoot video game, which is pro Black Trans people. Developed by artist Danielle Brathwaite-Shirley, it was exhibited at arebyte Gallery¹⁴. During the exhibition, visitors were invited to play this game, which involves protecting the lives of black trans characters from potential threats, using a gun-shaped controller. The gaming experience, which was broadcast live in the gallery space and on the exhibition’s Twitch channel, is designed to trigger in players a sense of responsibility for their actions.

I want people to feel uncomfortable about using a gun as a controller, feeling as though the choice you make cannot be hidden from the world but instead must be made in public for all to watch. [...] It’s about taking action publicly¹⁵.

The game challenges players’ perception by leading them to reevaluate the actual benefit of their in-game actions to black trans people. Through a series of design choices – which shatter the idea of the video game as a clear and fair environment – the artist creates dissonance between what users believe they should do and what they are actually supposed to do. The player holds a gun and is constantly solicited to “Shoot to protect trans black people”. However, the video game never clearly indicates enemies. When and whom to shoot is up to the

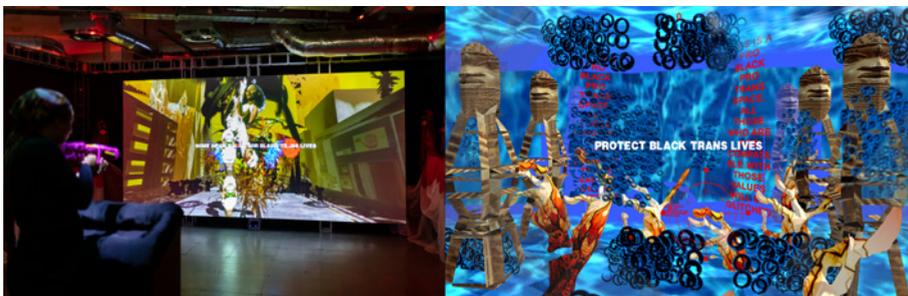


Fig. 3. From left: Danielle Brathwaite-Shirley, *SHE KEEPS ME DAMN ALIVE* Unity game (2021), installation view, arebyte Gallery, London, 2021 (Commissioned by arebyte. Image: Dan Weill); Danielle Brathwaite-Shirley, still from *SHE KEEPS ME DAMN ALIVE* Unity game (2021) (Commissioned by arebyte).

¹⁴ Exhibition runs 19 November - 5 March 2022.

¹⁵ Arebyte Gallery, <https://www.arebyte.com/she-keeps-me-damn-alive-interview> (last accessed 10 October 2022).

player, who is often left doubting whether they have behaved correctly: “Did you know who to shoot?” (Fig. 3).

The artist develops a dynamic of hostile interaction, which is amplified by the gun-shaped controller typical of arcade games. However, the player is deceived because the video game frowns upon violence and penalizes those who resort to it. The game makes the player feel vulnerable by removing confidence and conviction from their actions. This aspect affects the player emotionally, because they have to identify the enemies and decide how to behave without the benefit of a clear rules system. The player’s expectations are not met, and the use of the pink gun-shaped controller acquires greater importance level by level, as do the gamer’s choices.

3. Conclusion

The analysis of these experiences complements the area of research that sees videogames as an expressive medium having an emotional and formative impact. Through three case studies, we have observed how videogames become a tool of analysis for gender-based discrimination and violence. In these video games players’ choices are crucial: they influence the tone and unfolding of the narrative as well as the concepts communicated. The effectiveness of the game’s message depends on the player’s sociocultural background, sensibilities, context, and familiarity with the game world.

As players influence the narrative, it also influences them: these socially engaged video games may have a positive impact on players’ emotions, attitudes and behaviors in the real world¹⁶. This aspect is possible due to game design choices made through a value system that can develop critical and constructive forms of play¹⁷. Additionally, a characteristic such as performance is fundamental in this context¹⁸. The video game can turn the player from performer into

¹⁶ Mary Flanagan, Helen Nissenbaum, *Values at Play in Digital Games*, Cambridge, Mass., The MIT Press, 2014.

¹⁷ Miguel Sicart, *Beyond Choices. The Design of Ethical Gameplay*, Cambridge, Mass., The MIT Press, 2017; Jane McGonigal, *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, New York, Penguin, 2011.

¹⁸ Clara Fernandez-Vara, *Play’s the Thing: A Framework to Study Videogames as Performance*, in “2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory”, 2009.

spectator, activating a critical self-observation mechanism that leads to contextualization and interpretation of in-game choices.

Video games have become an active part of a critical discourse on gender issues. However, these kinds of themes are often politicized, making the goals of these video games more difficult to reach. When it comes to socially engaged video games, there are several aspects that influence the interpretation and reception of the concept, such as the diversity of players and the context of fruition. These factors can raise the critical thinking, consciousness and emotional activation processes of the player.

Authors

Alfonso Amendola is associate professor of Sociology of Cultural Processes at the University of Salerno. His research path intersects digital innovation, mass consumption and avant-garde cultures (topics on which he has published numerous books, monographs and academic articles). He is the Delegate of the Rector of the “University Radio”. Alongside his academic activities, he is a consultant and cultural manager of numerous festivals and events, writes for the newspaper “Il Mattino” and collaborates with RAI.

Fiammetta Balestracci is a postdoc researcher at the University of Turin. Her research interests are on Germany and Italy in the 20th century, the Italian Communist Party and the history of sexuality. Among her publications: *La Prussia tra reazione e rivoluzione 1918-1920* (2004) e *La sessualità degli italiani. Politiche, consumi e culture dal 1945 ad oggi* (2020).

Luca Bertoloni, a teacher of Humanities at secondary schools, carries out his research activities at the University of Pavia in the fields of sociosemiotics, filmology and mediology, dealing mainly with intermedial relations between languages and media, media landscapes and mediascapes, audiovisual imaginaries, song and popular cinema. The author of many essays in refereed journals and in edited volumes, he has written on Nanni Moretti, Claudio Baglioni and Checco Zalone, Disney films, audiovisual media in the age of pandemic, American seriality, the language of Italian song and musical visual identities.

Laura Branciforte is an associate professor of Contemporary History at the Universidad Carlos III de Madrid. Her main lines of research include gender studies,

antifascism in Europe, cultural relations between Spain and Italy and, more recently, women and anti-nuclear movements in Europe in the 1980s. Recent publications include: *Donne in onda nel ventennio fascista tra modernità e tradizione (1924-1939)* (2018).

Maddalena Carbonari is a Ph.D. candidate in Communication, Social Research and Marketing (curriculum in Communication) at La Sapienza University of Rome, where she collaborates with the chair of Advertising and Brand Communication, Sociology of Consumer Experience and Gender and Media Studies. Her research interests mainly cover gender, youth, media, and cultural practices. Her publications include: V. Azzarita, M. Carbonari, M. Grasso, C. Miraglia, *Gender games. Gender roles in sport social media challenges: a content analysis*, in “Ámbitos Revista Internacional De Comunicación”, 59 (2023), pp. 92-108.

Lucia Cardone is a full professor of Film History at the University of Sassari. She works on Italian cinema mainly from the perspective of Women’s Studies. She has published numerous essays and volumes including “*Noi donne” e il cinema. Dalle illusioni a Zavattini* (2009) e *Melodramma* (2012). In 2014 she has created FASCinA, the Annual Forum of Women Film and Audiovisual Scholars.

Antonia Cava is associate professor of Sociology of Cultural and Communicative Processes at the University of Messina, where she teaches Cultural Industry and Media Studies. She conducts research on television audiences, cultural consumption and the media imaginary. Her publications include: *Dal Rapporto Kinsey a Pornhub. I consumi pornografici delle donne* (2021); *Il gioco del killer. Culture mafiose e minori* (2020); *Noir Tv. La cronaca nera diventa format televisivo* (2013).

Luisa Cutzu is a researcher in Cinema, Photography, and Television at the Department of Humanities and Social Sciences, University of Sassari, where she teaches Audiovisual Landscapes and Digital Shooting and Editing at the offi_CINE Audiovisual Productions Laboratory. In 2019, she published for the FASCinA series her first volume *Gabriella Rosaleva: Cineasta del passato futuro*.

Maria Elena D’Amelio has received the Italian Qualification as Associate Professor in Cinema, Photography and Television in 2020 and teaches at the University of San Marino in the Humanities Department. Her main research interests focus on Italian stardom from a gender and cultural studies perspective, transnational crime series, digital media influencers. She is the author of *Ercole il divo* (2013) and co-ed-

itor of *Italian Motherhood on Screen* (2017). She is Delegate of the Rector for International Relations and coordinates the Research Center for International Relations.

Ilaria A. De Pascalis is an associate professor at Roma Tre University. Her main research interests address contemporary European cinema from a transnational perspective, vast narratives, and globalization. She has investigated the configuration of subjectivities in film and series through the lens of Feminist Film Theory, Gender Studies, and Queer Theory. She co-edited with Paola Brembilla *Reading Contemporary Serial Television Universes: A Narrative Ecosystem Framework* (2018) and with Lorenzo Marmo the special issue *Superfici, confini, formati: le immagini contemporanee* for the international journal of film and media studies “Imago. Studi di cinema e media” (2020).

Patrizia Di Luca is head of the Emigration Research Center and the writing section of the Multimedia Archive of San Marino Memoirs at the University of San Marino. His publications are related to the history of emigration. Some of the most recent include: *L'emigrazione tra Ottocento e Novecento*, in *Storia di San Marino*, a cura di L. Gorgolini e S. Pivato (2022) e *Dieci storie di emigrazione / Ten stories of emigration* (2020).

Emilia Di Martino is full professor of English Linguistics. Her research focuses on the nexus amongst identity, language and power. She is the author of *Celebrity Accents and Public Identity Construction. Analyzing Geordie Stylizations* (2019) and *Indexing 'Chav' on Social Media. Transmodal Performances of Working-Class Subcultures* (2022).

Elisa Farinacci is research fellow in Cinema, Photography and Television at the University of Bologna. She has worked on issues of the circulation and reception of contemporary Italian society and culture in European countries through audiovisual products. She has published national and international contributions on television seriality and the sociocultural implications of audiovisual media including: *Da Suspiria (1977) a Suspiria (2018). L'identità in transito del cinema horror italiano* (2022 with C. Bisoni), *The TV Series Medici: Showcasing Brand-Italy through an International Co-Production* (2022) e *Shonda Rhimes's TGIT: Representation of Womanhood and Blackness* (2020 with M. Rocchi).

Luca Gorgolini is associate professor of Contemporary History at the University of San Marino. His research interests are focused on digital society, armed conflicts

in the 20th century, Italian communist youth federation. Among his recent publications: *In missione per la pace. Le forze armate italiane in Libano (1982-1984)* (2023) e *Media digitali e disinformazione. Politica, giornalismo, social network e conflitti armati* (editor) (2022).

Filippo Giuseppe Grimaldi is a doctoral candidate in Literature, Arts, Media at the University of L'Aquila. After his bachelor's degree at Dams in Bologna, he obtained his master's degree in Cinema, Television and Multimedia Production (Citem). Using *Fargo, the series* (2014-) as his object of study, in his master's thesis he addressed the construction and representation of gender in complex seriality, delving into the performative dimension of serial products. His research project investigates the relationship between classical Hollywood cinema and cinema in postmodernity, exploring the gender performativity of genres and film forms.

Annachiara Guerra is a postdoc researcher with the chairs of Sociology of Electronic Arts and Theories of Digital Society at the University of Salerno. She works on Game Studies and digital innovation and is currently developing a research project on the cultural processes of games in education. She edits, together with Alfonso Amendola, the *Mondi Persistenti* column in "CostoZero", a Confindustria magazine.

Xintong Jia is a lecturer in Sociology at the University of Essex. Her research interests intersect media and gender, popular culture and (post)feminism in contemporary China. Among her recent publications *Intimate Activism and the Chinese Postfeminist Sensibility: Female Viewers' Responses to Reality Dating Shows*, in *Feminist Activism in Post-2010 China* (2023), *Co-existing with Uncomfortable Reflexivity: Feminist Fieldwork Abroad During the Pandemic*, in *Difficult Conversations: A Feminist Dialogue* (2023) and *Victoria's Secret Goes to China: Femvertising and the Failed Promise of Empowerment*, in *The Cultural Politics of Femvertising* (2022).

Gabriele Landrini is research fellow at the University of Bari "Aldo Moro". He has published, in addition to several essays in journals in the field, the volume *Fotogrammi di carta. The Twenty-Five Years of Italian Cineromancy (1950-1975)* (2022). He is among the editors of *Sesso e volentieri. Storie e forme dell'erotismo nel cinema italiano*, in "Quaderni del CSCI" (2022).

Elias le Grand is associate professor and Director of Doctoral Studies in the Department of Child and Youth Studies at Stockholm University. His research interests centre on social figures, socio-spatial inequalities, consumer culture, youth and

generation. A recent publication is *Moralization and classification struggles over gentrification and the hipster figure in austerity Britain*, in “Journal of Urban Affairs”, 45 (2023), pp. 49-64.

Margo Lengua is currently a doctoral student in Architecture and Design Cultures at the University of Bologna. She was a research fellow at the University of the Republic of San Marino in the research group “Design for Heritage and Cultures”. She holds a master’s degree in Arts, Heritage and Markets from IULM University in Milan where she graduates with a thesis on video games as a narrative tool for cultural heritage. Her research interests are focused on the connection between design, art, and culture, with a specific emphasis on the digital dimension.

Antonella Mascio is associate professor in Sociology of Cultural and Communicative Processes at the University of Bologna. For the past several years her research has focused on TV series and related audience-fans, with particular attention to the study of online discussion spaces. Among his recent works: *Serie di Moda. Il ruolo dell’abbigliamento nelle narrazioni televisive* (2023); *Media Convergence, Fashion and TV Series*, in E. Paulicelli, V. Manlow, E. Wissinger (eds), *The Routledge Companion to Fashion Studies* (2022).

Paola Panarese is associate professor of Sociology of Cultural and Communicative Processes at La Sapienza, University of Rome, where she teaches Advertising and Brand Communication, Sociology of Consumer Experience and Gender and Media Studies. She conducts teaching and research, working in particular on gender and media, youth and cultural practices, advertising and ethics, and more recently on user experience and cultural heritage enhancement. Her most recent publications include: *Sexualized female confidence: A new gender display in over 50 years of Italian fashion advertisements*, in “Journal of Italian cinema and media studies”, 11, 2 (2023), pp. 255-276.

Mariaeugenia Parito is associate professor of Sociology of Cultural and Communicative Processes at the University of Messina, where she teaches Political Communication, Public Communication and Communicating the European Union. Her research interests focus on the relations between the media system and the political and institutional system. She has addressed the issue of gender equality in a cross-disciplinary way, particularly in relation to the themes of the construction of a European identity and the counter-narratives of resistance in the face of cultural policies and practices promoting gender equality.

Assunta Penna holds a PhD in Cognitive Science. Her main interests include media languages, also declined from a gender perspective, and communication and digitization of public institutions. She has written a variety of articles for several national and international journals, including “Media Education. Studi, ricerche, buone pratiche”, “Comunicación y Género” e “Central European Political Science Review”.

Federica Piana is postdoc and adjunct professor at the University of Naples Federico II. She has published essays on acting and stardom in Italian cinema, genre cinema and contemporary horror. Her monograph, entitled *Vite di carta e pellicola*, is currently being published by ETS Edizioni.

Gabriele Rigola is associate professor at the University of Genoa, where he teaches Film Criticism, Italian Cinema and History, and Film Screenwriting. His main research interests include the history of Italian cinema, the social and cultural history of cinema, popular culture and the audiovisual, star and celebrity studies, and the representation of sexuality in cinema. He co-edited the volume *Elio Petri, uomo di cinema. Impegno, spettacolo, industria culturale* (2015). His recent publications are *Una storia moderna: Ugo Tognazzi. Cinema, cultura e società italiana* (2018) e *Homo eroticus. Cinema, identità maschile e società italiana nella rivista “Playmen” (1967-1978)* (2021).

Geraldina Roberti is associate professor of Sociology of Cultural and Communicative Processes at La Sapienza, University of Rome. Her research activity focuses on the analysis of youth cultures, with particular reference to the role of consumption in the identity construction dynamics of the new generations. Among his publications are *Youth Consumption, Agency and Signs of Girlhood: Rethinking Young Italian Females’ Lifestyles*, in M. A. Vogel L. and Arnell (eds), *Living like a girl. Agency, Social Vulnerability and Welfare Measures in Europe and Beyond* (2021).

Marta Rocchi is a postdoc researcher in Cinema, Photography and Television at the University of Bologna. Her research interests mainly concern the development and application of data-driven approaches in the field of media studies with reference to television seriality and gender inequalities in the audiovisual industry. Her most recent publications include *Modeling Narrative Features in TV Series: Coding and Clustering Analysis* (2022 with G. Pescatore), *Environmental Misinformation and Audiovisual Serial Narratives: An Automatic Analysis of the Twitter Social Discursiveness on Seaspiracy* (2022), *Women’s Labour in TV Series Production: A Comparative Analysis of Italian Generalist TV and Pay Platforms (2016-2019)* (2023).

Giulia Simi is a researcher and lecturer at the University of Sassari, where she works on the relationship between cinema and Women's Studies, forms of self-narrative and audiovisual experimentation. She is part of the research network FAScinA (Forum Annuale delle Studiose di Cinema e Audiovisivi) and is a collaborator of the Home Movies Archive in Bologna. Her publications include *Corpi in rivolta: Maria Klonaris e Katerina Thomadaki tra cinema espanso e femminismo* (2020) and *Jonas Mekas: cinema e vita* (2022).

Chiara Tognolotti is associate professor at the University of Pisa, where she teaches Aesthetics of Cinema and History of Italian Cinema. She studies French silent and classical cinema and modern Italian cinema from a historical-theoretical perspective and with a focus on gender studies. Recent works include the monographs *La caduta della casa Usher (Jean Epstein, 1928). Fotogenie, superfici, metamorfosi* (2020), *De la photogénie du réel à la théorie d'un cinéma au-delà du réel: l'archipel Jean Epstein* (2020, with Laura Vichi).

Lucia Tralli is a gender and media studies scholar. Her main research focuses are grassroots media practices; popular culture; celebrity culture; bisexual representation and intersectionality in the media. She has published papers and chapters on fandom, media, and gender on several international academic journals and books, and her first book on fan vidding as a gendered practice, *Vidding Grrls. Nuovi sguardi sulle pratiche di genere nei fandom*, was published in 2021. She is Adjunct Professor at AUR - The American University of Rome, where she teaches, amongst other courses, Media and Gender and Introduction to Visual Culture.

Gaspere Trapani is a researcher at the CECC (Centro de Estudos de Comunicação e Cultura), a translator, a lecturer in Italian Language and Literature at the Classical University of Lisbon and the Catholic University, and the author of several publications, in Italian, English and Portuguese. His interests range from Literature to Italian Cinema, from Political Communication to Linguistics. Among his publications are *Silvio Berlusconi: a sedução populista, o consenso e a "língua dos afectos"*, in *A traição das palavras. Retórica do poder e suscetibilidade da linguagem* (2022), pp. 39-54.

Renée Winter is a historian and postdoc at the University of Vienna. Current research project: *Video as Technology of the Self: Self-confrontation, Self-empowerment and Auto/biographical practices* (Austrian Science Fund 2018-2024). Among her recent publications: *Struggle over Control: Sound in Home Video*, in "International

Journal of Cultural Studies”, 26, 1 (2023), pp. 120-136; *Navigating Second Generation Memory and Auto/biography in Home Video. A Video Collection of Hojda Stojka, Son of Artist and Survivor of the Porajmos Ceija Stojka*, in “Studia austriaca”, 31 (2023), pp. 5-27.

Index of names

- Aalberg, Toril 212n
Abidin, Crystal 219n, 220n
Adams, Matt 206n
Agha, Asif 209n
Agnelli, Gianni 84
Aguirre, Ester 198n
Aiello, Nello 42n
Akerman, Chantal 123
Al Bano 69
Albert, Giacomo 70n
Albrecht, Michael M. 174n
Alfassio-Grimaldi, Ugoberto 70n
Allegrì, Beppe 73n
Altman, Robert 124
Anatrone, Sole 162n
Ang, Jen 170
Ang, Lawrence 198 e n
Angouri, Jo 223n
Angress, Gina 45n
Ansell, Chris 212n
Anselmi, Tina 21 e n
Antenore, Marzia 213n
Antonioni, Stefania 149n
Aprà, Adriano 104n
Arbuckle, Alyssa 227n
Arfini, Elisa A. G. 222n
Aron, Michele 142n
Arsenyan, Jbid 219n, 221n
Bach, Richard 117
Baldazzi, Gianfranco 58 e n
Balestracci, Fiammetta 46n
Banet-Weiser, Sarah 11n, 16, 199n, 201n, 202n, 225n
Barale, Michèle Aina 139n
Barker, Anthony 172n
Barra, Luca 149n
Basso, Keith. H. 209n
Bath, Jon 227n
Baudelaire, Charles 117
Baudrillard, Jeans 112 e n
Baxter, Judith 223n
Beadling, Laura 173 e n
Beasley, Barry 227n
Belknap, Penny
Bell, Philip 223n
Bella, Marcella 65
Bellassai, Sandro 24n, 26n, 75n
Belmanand, Jonathan 228n
Belmondo, Jean-Paul 80
Benckendorff, Pierre 220n
Benjamin, Walter 224 e n
Benz, Bertha 158
Benz, Karl 158
Berger, Helmut 81
Bergman, Ingrid 178n
Berlusconi, Silvio 165, 166 e n
Bernardini, Maria Giulia 55n
Bernini, Lorenzo 137 e n

- Bertè, Loredana 60
 Bertetto, Paolo 13n
 Bertoni, Italo 70n
 Beyoncé 65
 Biagi, Enzo 27, 113, 114n
 Biasin, Enrico 162
 Bilge, Sirma 139n
 Bishop, Mardia J. 187n
 Bisoni, Claudio 69n, 176n
 Björk, Staffan 229n
 Blanton, Raymond 220n,
 Blasetti, Alessandro 105 e n
 Block, Elena 221n
 Blumer, Harold 127n
 Bobby Solo 69
 Boccia Artieri, Giovanni 197n
 Bogost, Ian 229
 Boin, Arjen 212
 Boldi, Massimo 162-164, 164n, 165n, 166,
 167
 Bolter, Jay David 9n, 11n, 219n
 Boncompagni, Maria Luisa 29
 Boni, Federico 78n, 166n,
 Boni, Marta 172n
 Bonucci, Alberto 117
 Borgerson, Janet L. 222n
 Bortolini, Federico 162n
 Bracciale, Roberta 213n, 217n
 Branciforte, Laura 29n
 Brathwaite-Shirley, Danielle 228, 232
 Braun, Emily 33n
 Bravo, Anna 108 e n
 Brembilla, Paola 170n
 Brillì, Nancy 165
 Brogi, Daniela 49n
 Brown, Brian P. 227n
 Brown, Megan Lindsay 219n
 Brownmiller, Susan 182
 Brunetta, Gian Piero 104
 Bruzzone, Anna Maria 108 e n
 Bucholtz, Mary 209
 Buchwald, Emilie 182n
 Buckley, Réka 121n
 Burnett, Leo 157
 Busetta, Laura 120n
 Busni, Simona 111n
 Butkowski, Chelsea P. 222n
 Butler, Judith 14, 129 e n, 133 e n, 139n
 Byerly, Carolyn M. 197n
 Cairns, Kate 209n
 Callhan, David 172n,
 Campo, Natasha 200 e n
 Campus, Donatella 213n
 Canevacci, Massimo 69n
 Capossela, Vinicio 64
 Carabella, Flora 82
 Carbajal, Darlene 220n
 Cardone, Lucia 15n, 103n, 111n, 119n,
 123n
 Carluccio, Giulia 70n
 Carrà, Raffaella 62
 Carter, Jimmy 173
 Caruso, Antonia 146n
 Casalini, Brunella 201 e n
 Casalò, Luis V. 198 e n
 Caselli, Caterina 60, 69
 Castaldo, Gino 57, 58n
 Castel, Lou 80
 Castellano, Francesca 114n
 Castillo, Soledad 71n
 Castronovo, Valerio 39n, 40n
 Cava, Antonia 214n
 Cavallo, Mimmo 61
 Cechov, Anton 117 e n
 Celentano, Adriano 69
 Ceserani, Gian Paolo 38n
 Chalfen, Richard 87n
 Chaplin, Charlie 121
 Checcaglini, Chiara 149n
 Chemotti, Saveria 105n
 Chilwa, Innocent E. 220n
 Chimenti, Paula 219n, 221n
 Christofi, Michael 220n
 Chu, Donna 97n
 Ciano, Costanzo 30n
 Clark, Jennifer S. 170n, 174n
 Clover, Carol J. 180n
 Coburn, James 80

- Codeluppi, Vanni 33n, 154 e n
 Coen, Ethan 172, 173n
 Coen, Joel 172, 173n
 Cohen, Stanley 204n, 205n
 Colarizi, Simona 37n
 Collins Standley, Traci 227n
 Collins, Michael A. 227n
 Coltellacci, Giulio 82, 83
 Connell, Raewyn 70n
 Conte, Giuseppe 211-217
 Conti, Mauro 220n
 Cook, Pam 13n
 Coon, Carrie 175
 Corbett, Jack 213n
 Cosenza, Giovanna 9n
 Coulthard, Lisa 175n
 Coveri, Lorenzo 58 e n, 63n
 Crane, Diane 127n
 Creed, Barbara 180n
 Crenshaw, Kimberlé 16 e n
 Cucco, Marco 162n
 Curti, Lidia 221n
 Curti, Roberto 178n
 Cvajner, V. Martina 48n
 D'Aloia, Adriano 78n
 D'Amelio, Maria Elena 9n, 189n
 Da Silva Oliveira, Antonio B. 219n
 Daechun, An 222n
 Davis, Glyn 142n
 Davis, Kathy 182n
 De Céspedes, Alba 105 e n
 De Gaetano, Roberto 163n
 De' Giorgi, Elsa 196 e n
 De Lauretis, Teresa 14 e n, 138 e n, 139n
 De Lellis, Giulia 199, 201, 202
 De Pascalis, Ilaria A. 142n, 173n, 176n
 De Sica, Christian 162, 163 e n, 164 e n, 165 e n, 166, 167 e n
 De Sica, Vittorio 121, 122
 De Simone, Valerio 180n
 De Vreese, Caes H. 212n
 Dei, Fabio 165n
 Deiana, Elettra 67
 Deleuze, Gilles 100, 101n
 Dell'Agnese, Elena 79n
 Demaria, Cristina 9n
 Denis, Maria 103, 104 e n, 105 e n, 106, 107 e n, 108, 109 e n
 Di Martino, Emilia 203n, 206n
 Di Robilant, Olghina 82n, 83n
 Dietz, Tracy L. 227n
 Dill-Shackleford, Karen 227n
 DiMuccio, Sarah H. 131n
 Donarelli, Viviana 29
 Donata, Francescato 115n, 123n
 Donen, Stanley 121
 Donizetti, Pino 42n
 Dotson, Edisol Wayne 82n
 Dovey, Jon 97n
 Duffy, Brook F. 202n
 Duncan, Claire 140
 Dunst, Kirsten 173
 Duranti, Doris 105
 Dyer, Richard 71n, 82n
 Edwards, Tim 77n, 131n, 132n
 Efrikian, Laura 72, 73
 Ei Chew, Han 221
 Eisner, Shiri 146, 147n
 Eliot, Thomas S. 114 e n
 Engebretsen, Elisabeth 96n
 Entwistle, Joanne 133n
 Esser, Frank 212n
 Esteban Muñoz, José 140
 Evans, Mary 182n,
 Evans, Nathaniel J. 220n
 Faleschini Lerner, Giovanna 189n
 Fanghanel, Alexandra 182n
 Fargeat, Coralie 179, 180
 Farinacci, Elisa 188n
 Farinotti, Luisella 163n
 Feasey, Rebecca 187n
 Fedele, Maddalena 131n
 Fellini, Federico 82, 84
 Fennell, Emerald 181, 182
 Ferilli, Sabrina 164
 Fernandez-Vara, Clara 233n
 Ferragni, Chiara 199, 200, 202
 Ferrara, Abel 181

- Fetzner, Bettina 158
 Fisher, Stephanie 228n
 Flanagan, Mary 228n, 233n
 Flanigen, Edith 157
 Flavià, Carlos 198 e n
 Fletcher, Pamela R. 182n
 Flinders, Matthew 213n
 Forgacs, David 80n
 Forino, Imma 120n
 Fossati, Ivano 61, 62, 66 e n
 Foucault, Michel 59, 60n, 139n
 Fowler, Kendra 220n
 Fox, Bianca 221n
 Francisci, Piero 105
 Freeman, Martin 172
 Frisa, M. Luisa 53n
 Gabrielli, Patrizia 22n
 Garai, Romola 178n
 Gathani, Jenil 220n
 Genovese, Paolo 148
 Gentile, Emilio 33n, 37n
 Germi, Pietro 75
 Gerodetti, Natalia 200n
 Ghini, Massimo 164 e n
 Ghione, Paola 69n, 70n
 Giddens, Anthony 98 e n
 Gill, Rosalind 11n, 13, 14n, 15n, 95n, 97n, 99n, 102n, 170, 189n, 197 e n, 199n, 201 e n, 223 e n
 Giordani, Matteo 75n
 Giordano, Paolo 150
 Giuliani, Gaia 161
 Goffman, Erving 221 e n, 222 e n, 223 e n
 Goldberg, Jonathan 139n
 Goodwin, Susan 187n
 Gorgolini, Luca 9n, 73n
 Gorresio, Vittorio 26, 27n
 Grant, Cary 124
 Grazer, Jack Dylan 150
 Grignani, Gianluca 62
 Grispigni, Marco, 69n, 70n
 Guadagnino, Luca 150
 Gualeni, Stefano 229n
 Guattari, Félix 100, 101n
 Gundle, Stephen 80n, 120n, 121n
 Halberstam, Jack 180 e n
 Hall, Ann C. 187n
 Harris, Anita 202n
 Harris, Geraldine 170 e n
 Hart, Paul't 212n,
 Harvey, Alison 12n, 14n, 15 e n, 16n, 17 e n, 228n
 Haupt, Heinz-Gerhard 34n
 Hausen, Karin 34n, 38n
 Hawley, Noah 172, 173n, 175
 Hays, Sharon 187n,
 Hebdige, Dick 132n
 Heffernan, Valerie 187n
 Heim, Julia 162n
 Helgeson, James G. 222n, 223 e n
 Heller-Nicholas, Alexandra 177n. 178 e n, 183n, 184n
 Henley, Nancy M. 223n
 Hermle, Siegfried 42n
 Hill Collins, Patricia 139n
 Hispard, Marc 80
 Hite, Shere 45n
 Horvat, Anamarjia 139, 140n
 Hotchner, Aaron Edward 124n
 Hughes, Karen 220n
 Hunter, Latham 187n, 193n
 Huppatz, Kate 187n
 Ibáñez-Sánchez, Sergio 198n
 Imbucci, Emanuele 23
 Iotti (Jotti), Nilde 21-28
 Irigaray, Luce 13
 Isola, Gianni 29n
 Jaffe, Alexandra 208n
 Jauffret, Marie-Nathalie 221n
 Jenner, Kylie 199n
 Jia, Xintong 96n
 Johnson, Virginia 41, 43
 Johnston, Josée 209n
 Jun, Hyoyeun 220n
 Kaklamanidou, Betty-Despoina 191n, 192n
 Kane, John 212n
 Kang, Mee-Eun 222 e n, 223n
 Kardashian, Kim 199n

- Kardashian, Kloe 199n
Kastberg, Vanessa Landaverde 221n
Keaton, Buster 114
Kehily, Mary Jane 205n
Kezich, Tullio 104n
Khamis, Susie 198 e n
Kinnick, Katherine 187n
Knowles, Erik D. 131n
Koch, Pietro 108, 109
Kohrs, Kirsten 223 e n
Kosofsky Segdwick, Eve 138, 139n
Kozinets, Robert V. 215n
Krauss, Kenneth 82n
Kraut, Rebecca 221
Kuipers, Giselinde 222n
La Selva, Tommaso 178n
Lacan, Jacques 139n
Lacković, Nataša 225n
Lady Gaga 65
Lam, Karen 178n
Lama, Luisa 23n
Lamarr, Hedy 157n
Lamba, Nishth 221n
Landy, Marcia 104n
Lania, Giovanni 71n
Lategan, Barry 80
Lauro, Achille 63n
Lause, Kevin 192n
Le Grand, Elias 204n, 205n
Lear, Amanda 62
Leite, Natalia 179
Lentz, Kirsten M. 169n
Leonard, Wilbert M. 222n
Lepp, Claudia 42n
Letherby, Gayle 188n
Levine, Elana 170 e n, 171
Levy, Elizabeth 191n
Lewis, Chris 229n
Lim, Jay 220n
Lindner, Katharina 222 e n
Lino, Mirko 178n
Liperi, Felice 58n
Little Tony 69
Lockyer, Sharon 207n
Lombari Villauri, Edoardo 155n
Longo, Emiliano 59 e n
Lonzi, Carla 13 e n
Lorber, Judith 128 e n, 129n, 182n
Loren, Sophia 119-126
Lotz, Armanda 170, 171 e n, 173n, 174
Lovegrove, Rob 221n
Lucherini, Enrico 123 e n
Lumley, Robert 80n
Luo, Wei 97n
Lury, Celia 208 e n,
Lynch, Teresa 227n
Madame 63n
Madonna (singer) 65
Mafai, Miriam 24, 25n, 26n, 28n
Mager, John 222n, 223 e n
Magnani, Anna 123
Mahmoud, Dina 221n
Maina, Giovanna 103n, 111n, 178n
Makrides, Anna 220n
Malagoli, Marisa 24, 25
Malgigioglio, Cristiano 60, 62
Malkowski, Jennifer 228n
Mancinelli, Dusty 181, 183, 184n
Maneskin 63n
Mangullo, Stefano 23n
Manieri, Francesca 150
Manin, Bernard 212n
Mann, Anthony 121
Mannoia, Fiorella 61, 62, 64
Mantei, Simone 42n
Mantovani, Claudia 38n
Manzoli, Giacomo 162n
Marcias, Peter 23
Marì, Àngels Lluarda 193n
Mariani, Laura 103n
Mariotti, Luigi 41
Marsden, Madonna 192n
Martin, Bidy 139n
Martins, Nicole 227n
Marwick, Alice E. 198n, 202n, 219n
Masanet, Maria-Jose 131n
Masecchia, Anna 111n, 119n
Masters, William 41, 43

- Mastroianni, Marcello 81, 82 e n, 83 e n, 84, 122 e n
Matia Bazar, 156
Matthews, Nicholas L. 227n
Mayer, Sandro 42n
Mayo, Clara 223n
Mazzoleni, Gianpietro 217n
McCaffrey, Matthew 228n
McCann, Hannah 136 e n
McDermott, Catherine 95n, 101n
Mc-Gonigal, Jane 233n
McGregor, Ewan 172
McLuhan, Marshall 153 e n, 154 e n
McNaught-Davis, Martha 200n
McRobbie, Angela 95n, 199n, 200n
Melograni, Luisa 27, 28n
Meloni, Giorgia 21 e n
Merenda, Luc 81
Merlini, Elsa 32,
Meyer, Anneke 12n, 17n
Milestone, Katie 12n, 17n
Milic, Marko 223n
Miltner, Kate M. 202n
Milva 66
Mina 60
Minisimi, Enzo 52
Minuz, Andrea 165n
Mirowska, Agata 219n
Mittell, Jason 171 e n
Modugno, Sergio 73n
Moggi, Ercole 34n
Mogol 65
Monaghan, Whitney 136 e n
Monahan, Barry 91n
Mondello, Elisabetta 38n
Monina, Michele 66 e n, 67 e n, 68 e n
Montagnana, Rita 24
Montanari, Massimo 120n
Monteleone, Franco 37n
Moon, Michael 139n
Mora, Emanuela 79n
Morandi, Gianni 69-75
Morelli, Lauren 135, 136
Moro, Aldo 58
Morreale, Emiliano 168n
Mosconi, Elena 69n
Moseley, Rachel 97n
Moustakas, Evangelos 221n
Muggeo, Giulia 70n, 83n
Mussolini, Benito 106
Nachbar, Jack 192n
Nannini, Gianna 61, 63
Natale, Anna Lucia 29n
Nayak, Anoop 205n
Needham, Gary 142n
Negra, Diane 175n
Negulesco, Jean 121
Newman, Jack 207n
Newman, Michael Z. 170n, 171
Newton, Helmut 80
Nicoletto, Meris 104n
Nissenbaum, Helene 233n
Noé, Gaspar 178n, 184
Nunn, Laurie 127
Ochs, Robyn 145 e n
Odin, Roger 91 e n
Oelke, Harry 42n
Ora, Rita 65
O'Rawe, Catherine 162n
Orgad, Shani 95n, 99n, 102n
Orsini, Umberto 81
Oxa, Anna 62, 63
Padva, Gilad 142n
Parenti, Neri 164, 167n
Parito, Mariaeugenia 213n
Pasti, Daniela 24 e n
Patapan, Haig 212n
Pauline, Small 120n
Pausini, Laura 65
Pavone, Rita 69
Pearson, Geoffrey 204n
Peckimpah, Sam 178n
Pedroni, Marco 78n
Perniola, Mario 224, 225n
Perrotta, Marta 29n
Perry, Kate 65
Pescatore, Guglielmo 172n, 240n
Petrolini, Ettore 113

- Phua, Joe 220n
Pirandello, Luigi 59
Piredda, Maria Francesca 69n
Pizzo, Antonio 70n
Plemons, Jesse 173
Podnieks, Elizabeth 187n
Ponti, Carlo 124
Ponti, Carlo junior 123
Ponti, Edoardo 126
Portanova, Stamatia 221n
Power, Romina 69
Pozzoli, Riccardo 200
Pravadelli, Veronica 13n
Pravo, Patty 60
Proietti, Gigi 81
Quartana, Blenda 180n
Raisborough, Jayne 206n
Ranganathan, Chandrasekaran 221n
Ranieri, Massimo 69
Rappresentante di Lista 63n
Rascaroli, Laura 91n
Reich, Jacqueline 82n, 122n
Rettore, Donatella 59 e n, 62, 63 e n
Rhimes, Shonda 188, 193
Rhodes, Roderick A. W. 212n
Richter, Isabel 46n
Richter, Nicole 147, 148n
Rigola, Gabriele 77n, 79n
Rihanna 65
Rimini, Stefania 103n, 111n
Ripa di Meana, Gabriella 175n
Ripellino, Angelo Maria 117n
Risi, Dino 121, 124
Rizzarelli, Maria 103 e n, 111n, 119n, 123n
Roberti, Geraldina 9n, 200n
Robinson, Ben 219n, 220n
Rocchi, Marta 188n
Rodeschini, Silvia 214n
Rosi, Berto 73n
Ross, Karen 197n
Rossi, Benedetta 199, 201 e n, 202
Roth, Martha 182n
Rotolo, Stefania 62
Rottenberg, Catherine 199n, 201n
Rowe, Katheen 122n
Rowley, Sarah E. 145n
Ruspini, Elisabetta 79n
Russo, Francesca 23n
Russworm, TreaAndrea M. 228n
Ryan, Meg 217
Saint-Laurent, Yves 119
Saklofske, Jon 227n
Salvatore, Maria Rosa 114
Salvatori, Enrico 23
Salvini, Matteo 213
Samoilenko, Sergei A. 220n
San Filippo, Maria 146 e n
Sandoval, Olivia 175
Sanghoon, Kim 222n
Saponari, Angela Bianca 70n, 162n, 176n
Sartori, Carlo 37n
Sartori, Franco 78
Sassatelli, Roberta 128n
Savio, Francesco 104n
Scaramucci, Barbara 29n
Scardocchia, Gaetano 26 e n, 27n, 28n
Scarpellini, Emanuela 78n
Scharff, Christina 197 e n
Schneider, Alexandra 88 e n, 89, 90n
Schroeder, Jonathan E. 222n
Schuberth, Emilio 121
Scolari, Carlos 201n
Sculos, Briant W. 130n
Seamón, Jordan Kristine 150
Seegers, Lu 39n
Selby, Henry A. 209n
Serafini, Giovanni 27n
Sharif, Omar 80
Shelley, Mary 132
Sherman, Cindy 122
Siani, Alessandro 163n
Sicart, Miguel 229n
Signorini, Alfonso 165
Silies, Eva-Marie 42n
Silverstein, Michael 209n
Simi, Giulia 123n
Sims-Fewer, Madeleine 181, 183, 184n
Skapoulli, Elena 209n

- Skeggs, Beverley 97n, 99n, 209n
Skioffi 64
Smart, Jean 174
Smelik, Anneke M. 13n
Smets, Peer 204n
Smith, Murray 172
Sorel, Jean 80
Soska, Jen 178n
Soska, Sylvia 178n
Spaziante, Lucio 9n
Spears, Britney 65
Spinola, Matteo 123n
Squillo, Jo 62
Stamp, Terence 81
Stuart, Mel 124
Summerskill, Clare 140n
Sumner, Erin M. 198n
Sun, Zhen 97n
Taft, Jessica K. 202n
Tajima, Atsushi 222n
Tasker, Yvonne 175n
Teti, John 173n
Tetrazzini, Luisa 29
Thatcher, Margaret 26
Thomas, Veronica L. 220n
Thornton, Billy Bob 172
Thrassou, Alkis 220n
Thurer, Shari 187n
Tisha, Dejmanee 174n
Tjernlund, Anders 222n
Togliatti, Guido 24
Togliatti, Palmiro 23-28
Tognolotti, Chiara 103n, 111n
Tolman, Allison 172
Tomatis, Jacopo 161n
Tommasi, Paolo 82
Tondelli, Pier Vittorio 57 e n
Tonelli, Anna 24 e n
Tooth Murphy, Amy 140n
Törwang, Barbara 44
Toscani, Oliviero 80
Totò 113
Tranfaglia, Nicola 40n
Tricomi, Pier Paolo 220n
Tuchman, Gaye 13n
Tumbarello, Roberto 71n, 72n, 73n, 74n
Tyler, Imogen 206n
Umiker-Sebeok, Jean 223n
Uva, Christian 162n
Valentini, Paola 29n
Valentino, Viola 62
Van de Mosselaer, Nele 229n
Van der Laan, Elise 222n
Van Zoonen, Liesbet 14 e n
Vanetti, Mauro 228, 229, 230
Vanzina, Carlo 164
Vecchioni, Roberto 64
Veil, Simone 26
Ventura, Sofia 212n
Vickers, Emma 140n
Visconti, Luchino 103, 104, 107-109
Visconti, Uberta 107
Vitella, Federico 120n
Vitti, Monica 111-118
Vittorini, Fabio 162n
Volli, Ugo 39n
Volpe, Giulio 156
Von Hodenberg, Christina 46n
Vrontis, Demetris 220n
Wagner, Charles 198n
Wahlstedt, Amanda 202n
Wang, Pan 96n, 97n
Wang, Zhiying 192n
Warhol, Andy 157
Warhol, Robyn 135n, 171
Washko, Angela 228, 231
Watt, Paul 204n
Waugh, Thomas 88 e n, 91
Weisser, Jess T. 173n
Welling, Raymond 198 e n
West, Mark 221n
Wharton, Amy 100n
Wilcox, Margaret A. 157
Wiles, Charles R. 222n
Wiles, Judith A. 222n
Wilgus, Gay 187n
William, Prince of Wales 205
Wilson, Cameron-James 220

-
- Wilson, Douglas 229n
Wilson, Elisabeth 131n
Wilson, Patrick 173
Winstead, Mary Elisabeth 175
Winter, Renée 90n
Wolin, Lori D. 222n
Wollstonecraft, Mary 132n
Wood, Helen 97n, 99n
Wood, Matthew 213n
Xie-Carson, Li 220n
Yespica, Aida 164
Yoshino, Kenji 147 e n
Young, Gwenda 91n
Zagal, José P. 229n
Zagarrio, Vito 167n
Zanicchi, Iva 66
Zappa, Frank 57
Zarchi, Meir 179
Zecca, Federico 162 e n, 176n, 178n, 214n
Zeng, Jinyan 96n

OttocentoDuemila

Collana di studi storici e sul tempo presente dell'Associazione Clionet

diretta da Carlo De Maria

Nata nel 2014 con Bradypus Editore, la collana è oggi pubblicata da Bologna University Press (BUP). Edita in formato cartaceo e digitale (PDF *open access*), "OttocentoDuemila" ospita sia i lavori scaturiti dai progetti di ricerca di Clionet, sia altri testi proposti all'attenzione e al vaglio della Direzione e del Comitato editoriale. Orientata, fin dal titolo, verso riflessioni sulla contemporaneità, la collana è aperta anche a contributi di più lungo periodo capaci di attraversare i confini codificati tra le epoche, intrecciando la storia politica e sociale, con quella delle istituzioni, delle dottrine e dell'economia. Attraverso "Ottocento-Duemila", Clionet ha consolidato la propria collaborazione con amministrazioni pubbliche e private, fondazioni e istituzioni culturali che l'hanno scelta per pubblicare studi e ricerche.

Ogni manoscritto è sottoposto a *peer review* da parte del Comitato editoriale della collana. Clionet si impegna a fornire una risposta entro due mesi dall'invio del testo alla redazione (info@clionet.it).

Direttore: Carlo De Maria (Università di Bologna)

Comitato editoriale: Liliosa Azara (Università Roma Tre), Eloisa Betti (Università di Bologna), Luca Gorgolini (Università di San Marino), Alessandro Luparini (Fondazione Casa di Oriani, Ravenna), Tito Menzani (Università di Bologna), Emanuela Minuto (Università di Pisa), Gilda Zazzara (Università "Ca' Foscari" di Venezia)

Redazione: Carlo Arrighi (Clionet)

OttocentoDuemila si articola nelle seguenti sottocollane:

"Italia-Europa-Mondo". Temi e connessioni tra dimensione italiana e transnazionale.

"Percorsi e networks". Le biografie e le generazioni, le reti di corrispondenze e gli studi di genere.

"Storie dal territorio". La trama delle autonomie, le forme e i caratteri della politica, dell'economia e della società locale.

"Strumenti". Fonti e proposte per la ricerca e la didattica.

Alcuni titoli usciti in questa collana

- Carlo De Maria (a cura di), *Il "modello emiliano" nella storia d'Italia. Tra culture politiche e pratiche di governo locale*, Bologna, Bradypus, 2014.
- Learco Andalò, Tito Menzani (a cura di), *Antonio Graziadei economista e politico (1873-1953)*, Bologna, Bradypus, 2014.
- Learco Andalò, Davide Bigalli, Paolo Nerozzi (a cura di), *Il Psiup: la costituzione e la parabola di un partito (1964-1972)*, Bologna, Bradypus, 2015.
- Carlo De Maria (a cura di), *Sulla storia del socialismo, oggi, in Italia. Ricerche in corso e riflessioni storiografiche*, Bologna, Bradypus, 2015.
- Fabio Montella, *Bassa Pianura, Grande Guerra. San Felice sul Panaro e il Circondario di Mirandola tra la fine dell'Ottocento e il 1918*, Bologna, Bradypus, 2016.
- Antonio Senta, *L'altra rivoluzione. Tre percorsi di storia dell'anarchismo*, Bologna, Bradypus, 2016.
- Luigi Balsamini, *Fonti scritte e orali per la storia dell'Organizzazione anarchica marchigiana (1972-1979)*, Bologna, Bradypus, 2016.
- Fabio Montella (a cura di), *"Utili e benèfici all'indigente umanità". L'Associazione popolare in Italia e il caso della San Vincenzo de' Paoli a Mirandola e Bologna*, Bologna, Bradypus, 2016.
- Carlo De Maria (a cura di), *Fascismo e società italiana. Temi e parole-chiave*, Bologna, Bradypus, 2016.
- Fiorella Imprenti, Francesco Samorè (a cura di), *Governare insieme: autonomie e partecipazione. Aldo Aniasi dall'Ossola al Parlamento*, Roma, Bradypus, 2017.
- Carlo De Maria (a cura di), *L'Italia nella Grande Guerra. Nuove ricerche e bilanci storiografici*, Roma, Bradypus, 2017.
- Gianfranco Miro Gori, Carlo De Maria (a cura di), *Il cinema nel fascismo*, Roma, Bradypus, 2017.
- Carlo De Maria, *Percorsi didattici di storia moderna e contemporanea. Dal Seicento alla vigilia della Grande Guerra*, Roma, Bradypus, 2018.
- Laura Orlandini, *La democrazia delle donne. I Gruppi di Difesa della Donna nella costruzione della Repubblica (1943-1945)*, Roma, Bradypus, 2018.
- William Gambetta, Alberto Molinari, Federico Morgagni, *Il Sessantotto lungo la via Emilia. Il movimento studentesco in Emilia-Romagna (1967-1969)*, Roma, Bradypus, 2018.
- Eloisa Betti, Carlo De Maria (a cura di), *Biografie, percorsi e networks nell'Età contemporanea. Un approccio transnazionale tra ricerca, didattica e Public History*, Roma, Bradypus, 2018.

- Caterina Liotti (a cura di), *Differenza Emilia. Teoria e pratiche politiche delle donne nella costruzione del "modello emiliano"*, Roma, Bradypus, 2019.
- Gianfranco Miro Gori, Carlo De Maria (a cura di), *Cinema e Resistenza. Immagini della società italiana, autori e percorsi biografici dal fascismo alla Repubblica*, Roma, Bradypus, 2019.
- Eloisa Betti, Carlo De Maria (a cura di), *Genere, salute e lavoro dal fascismo alla Repubblica. Spazi urbani e contesti industriali*, Roma, Bradypus, 2020.
- Federico Morgagni, *La Romagna delle fabbriche. Conflitti sindacali e nuovi protagonismi sociali fra gli anni Sessanta e Settanta*, Roma, Bradypus, 2021.
- Eloisa Betti, Carlo De Maria (a cura di), *Genere, lavoro e formazione professionale nell'Italia contemporanea*, Bologna, Bononia University Press, 2021.
- Carlo De Maria, *Andrea Costa e l'Italia liberale. Società, politica e istituzioni tra dimensione locale ed europea*, Bologna, Bononia University Press, 2021.
- Pamela Galeazzi, Matteo Marzocchi, Fabrizio Monti, Allegra Paci, Chiara Strocchi, *Per la storia del PCI in Emilia-Romagna: guida agli archivi*, a cura di Eloisa Betti e Carlo De Maria, Bologna, Bononia University Press, 2021.
- Luca Gorgolini (a cura di), *Media digitali e disinformazione. Politica, giornalismo, social network e conflitti armati*, Bologna, Bologna University Press, 2022.
- Eloisa Betti, Federico Chiaricati e Tito Menzani (a cura di), *Dante Cruicchi, l'artigiano della pace. Mostra fotografica a 100 anni dalla nascita (1921-2021). Catalogo*, Bologna, Bologna University Press, 2022.
- Carlo De Maria (a cura di), *Storia del PCI in Emilia-Romagna. Welfare, lavoro, cultura, autonomie (1945-1991)*, Bologna, Bologna University Press, 2022.
- Maria Paola Del Rossi, Debora Migliucci, Ilaria Romeo (a cura di), *Sindacaliste. La storia della Cgil e delle sue protagoniste*, Bologna, Bologna University Press, 2022.
- Carlo Arrighi, *Civiltà sotto assedio. Il volto della barbarie dall'antichità ad oggi*, Bologna, Bologna University Press, 2022.

Finito di stampare nel mese di settembre 2023
per i tipi di Bologna University Press