



Dipartimento di Scienze Politiche

Cattedra di Sociologia della Comunicazione

La leadership femminile nel nuovo millennio

Relatore:

Prof.ssa Emiliana De Blasio

Candidato:

Alessandra Casciani

Matr. 074072

Anno Accademico 2015/2016

Indice

Introduzione

Capitolo 1: Genere, identità e differenze

1.1 Gender: facciamo chiarezza

1.2 Identità e differenze

1.3 Politicizzazione della sessualità

Capitolo 2: Leadership femminile e media

2.1 Potere politico: spettacolarizzazione e personalizzazione

2.2 Effetto double bind e banalizzazione

2.3 Stereotipi di genere

Capitolo 3: Rappresentare la “differenza”

3.1 Genere e democrazia

3.2 Parità di genere: una sfida europea

3.3 Verso un nuovo genere di leadership?

Conclusioni

Bibliografia

Sitografia

Abstract

Introduzione

Il presente elaborato nasce dal desiderio di indagare la natura della leadership femminile, in particolare il suo rapporto con i media. Negli ultimi anni gli studi in materia di identità sessuale si sono fatti spazio nell'agenda politica e mediatica, vantando un notevole potere attrattivo. In particolare le tematiche riguardanti politiche di flessibilità, rappresentanza femminile, diritti delle donne e pari opportunità tra generi, stanno divenendo sempre più prepotentemente dei veri criteri guida per le policies nazionali ed internazionali. A conferma di ciò, una serie di studi che indagano la natura dei regimi politici stanno inserendo tali elementi all'interno degli standard richiesti per potersi definire paesi a stampo democratico.

Ripercorrendo le maggiori tappe storiche e teoriche che hanno portato all'attuale concezione della variabile di genere, andrò a ricostruire il percorso affrontato dalle donne verso la conquista della parità. Spesso infatti, nel trattare queste tematiche, si cade in confusione a causa dell'originario collegamento con il mondo della biologia del termine *gender*. Andrò dunque ad illustrare quale sia il reale significato e per quale motivo la traduzione italiana ha provocato tale confusione. Successivamente analizzerò le tre maggiori interpretazioni delle differenze di genere, mettendone in luce gli aspetti critici. Tappa obbligata in questo percorso, sarà chiaramente quella riguardante i Cultural Studies: all'interno della teoria del dialogo infatti il gender diventa elemento di definizione dei processi identitari, nonché degli stili di fruizione del messaggio mediatico. È infatti focale, all'interno dell'elaborato, la natura multidimensionale della copertura mediatica orientata all'identità sessuale in politica, in relazione all'analisi dei vari modelli di leadership. Tenendo presente la capacità dei media di influenzare la lettura del mondo che ci circonda, diventa necessario conoscere le modalità con cui operano, al fine di poter usufruire in maniera strategica dei loro strumenti. È infatti noto come i media siano ormai in grado di influenzare l'agenda politica, attraverso la creazione di contenuti e consenso o attraverso la diffusione di specifici messaggi. Per tale ragione, all'interno del primo capitolo, descriverò il percorso di politicizzazione della sessualità, ovvero l'evoluzione storica della problematica dell'identità sessuale all'interno dell'arena politica. In questa

ottica, la critica femminista mette in luce le criticità del sistema sociale fondato sul patriarcato, il collegamento ai ruoli tradizionali femminili e l'abbattimento della demarcazione presente tra mondo privato e pubblico. Il movimento femminista ha sperimentato un rafforzamento intellettuale che lo ha portato a tramutarsi in una vera e propria teoria filosofica, ricca di sfaccettature e contraddizioni interne, che getterà le basi per il riconoscimento della parità e del valore di ogni essere umano.

Il processo evolutivo della problematica di genere ha subito un rallentamento negli ultimi anni, come appare chiaro dai dati riportati dal Global Gender Gap Report: in base a quanto contenuto nell'ultimo rapporto, la maggior parte dei paesi della zona dell'euro si classificano come paesi "in transizione" ovvero non ancora approdati in un regime realmente paritario, in particolare nell'analisi dell'integrazione femminile in contesti di potere e responsabilità.

Non è possibile parlare di leadership senza parlare di potere: il secondo capitolo presenta un'analisi di come le regole del mondo politico si siano piegate a quelle dei media, generando un nuovo modello di leader e un differente uso della concezione di potere. La nascita di quella che Sartori chiama "videopolitica" ha portato ad una serie di effetti: tra i fenomeni più rilevanti vi sono la spettacolarizzazione della politica, intesa come la trasformazione del dibattito politico in uno show televisivo, e la personalizzazione della politica, in riferimento all'intimità creata attraverso i media tra rappresentante ed elettorato.

Ancora una volta il limite tra pubblico e privato diventa labile, mettendo così in primo piano le caratteristiche personali del candidato, piuttosto che l'ideologia partitica da lui rappresentata. Il rapporto leader-followers sta diventando un legame basato sulla reciproca influenza, tanto da riscrivere le "regole di gioco". Non è più sufficiente la capacità dialettica e strategica, l'uso dell'influenza e della forza: gli elettori vogliono sentirsi parte del progetto politico, coinvolti sotto tutti i punti di vista. È chiaro che un modello di questo tipo inizia a sostituirsi a quello tradizionale, lasciando aperti molti spiragli per una leadership gender-based. L'ipotesi alla base di questo elaborato sta infatti nel proporre una valorizzazione delle capacità di saper emozionare, coinvolgere e comunicare con l'elettorato, al fine di mettere in atto un modello di leadership efficace ed in sintonia con le proposte mediatiche. A mio avviso queste caratteristiche non sono appannaggio esclusivo della natura maschile, ma vengono efficacemente utilizzate anche dalle donne. Un caso interessante di

come la gestione di un'immagine femminile possa produrre risultati sorprendenti è quello di Ségolène Royal, candidata alle presidenziali francesi nel 2007. È da chiarire però che l'obiettivo ultimo di questa analisi è quello di mettere in luce gli errori della campagna della Royal, in particolare come un'immagine troppo femminile l'abbia penalizzata, facendola scivolare nella trappola degli stereotipi di genere: l'interiorizzazione culturale di modelli maschili ha prodotto infatti una percezione distorta delle donne nel ruolo di leader, categorizzandole come potenzialmente pericolose. Il connubio, tra queste due visioni, è stato straordinariamente risolto all'interno dell'esperienza politica di Margaret Thatcher, primo ministro britannico, nota con l'appellativo di dama di ferro. Paradossalmente, la sua risolutezza e intransigenza, le hanno garantito la conferma per altri due mandati, oltre alla sublimazione dell'opera mediatica che ha contribuito a crearne il mito.

L'ultimo capitolo recupera il discorso sulla rappresentanza di genere, mettendo in chiaro come non sia più possibile rivolgersi al mondo femminile come ad una categoria sociale bisognosa di protezione, portatrice di interessi parziali, anzi che generali. L'indagine sulla presenza delle donne nel mondo della rappresentanza mette in evidenza come le caratteristiche culturali di un paese influiscano su questi numeri, e di come il discorso di inclusione di una rappresentanza femminile debba essere sostenuta in primis dai partiti. La questione della parità effettiva va infatti a ricollegarsi con il più ampio discorso della crisi democratica, sottolineando come sia ormai impensabile una politica tarata su modelli anacronistici.

L'urgenza di intervenire su queste problematiche è stata più volte ribadita anche in ambito europeo: l'Unione non solo tutela il rispetto della dignità umana e dell'uguaglianza, ma si sta battendo, in particolare negli ultimi anni, per la valorizzazione del lavoro femminile. Entrambi questi punti sono stati letti in chiave di tutela dei diritti fondamentali dell'individuo e dunque ricondotti all'interno degli obiettivi chiave del percorso europeo.

L'elaborato si conclude con una riflessione sui possibili modelli di gendered leadership, tenendo conto degli ostacoli strutturali e sociali con quale ogni donna leader deve misurarsi, ma anche mettendo in luce gli strumenti e le strategie potenzialmente vincenti.

Capitolo 1

1.1 Gender: facciamo chiarezza

Il termine “gender” compare per la prima volta nel 1975 all’interno di un articolo scientifico di Gayle Rubin¹, per indicare i processi comportamentali attraverso i quali la società trasforma i corpi sessuati e organizza la divisione sociale dei compiti tra donne e uomini. Le sue radici etimologiche sono collegabili al termine greco *genos* e al latino *genus*, che significano razza, famiglia, parente o specie derivanti da *gen*: generare. Risulta dunque evidente il collegamento al mondo della biologia, ma per citare l’antropologo David Gilmore, biologia e ambiente sociale sono due sfere strettamente collegate, che interagiscono fino ad influenzarsi reciprocamente: per tale ragione siamo portati ad associare la costruzione identitaria del genere ad aspetti prettamente fisici. In realtà il termine “gender” sta ad indicare la necessaria distinzione tra dimensione biologica e sociale, distinzione che la traduzione italiana del termine anglosassone rende insidiosa: “genere” o “gender” inteso come differenza delle identità sessuali, come prodotto della cultura umana, come identità socialmente definita. L’errore deriva dalla sovrapposizione concettuale tra sesso e gender, ovvero tra le differenze anatomiche e fisiologiche, e le differenze psicologiche, culturali e sociali tra individui di sesso femminile e maschile.

La scuola fenomenologica sarà la prima a collegare il concetto di gender alla nozione socialmente costruita di identità di genere mettendo in luce come il percorso di socializzazione ci porti quotidianamente a “creare il genere” attraverso la ridefinizione di costrutti sociali. Tale processo di creazione è sintetizzabile nell’insieme di valori in un gruppo, valori socialmente costruiti e condivisi, che vengono dunque appresi e non sono innati. Ciò significa che è lo stesso gruppo sociale a definire il gender, rendendolo una categoria contestualizzabile e collegabile a una serie di elementi. In questo modo non è più la biologia, bensì la cultura a diventare un destino². La personalità dell’individuo si sgancia completamente dalla sua natura biologica, configurandosi come il prodotto di percorsi culturali e sociali,

¹ Rubin, Gayle (1975) *The traffic in women*

² Butler, Judit (1999) *Questioni di genere. Il femminismo e la sovversione dell’identità*, Londra: Routledge.

di influenze ricevute dai canali di socializzazione (famiglia, scuola, mezzi di comunicazione e gruppo di pari)³, da elementi storico-economici. La filosofa post-strutturalista Judith Butler arriverà ad estremizzare questa visione, negando il paradigma classico sesso-genere, ma sostenendo piuttosto come sia il genere stesso a definire il sesso, inteso come prodotto socialmente costruito. Questa “performatività di genere” sarà la base per l’elaborazione delle sue riflessioni in ambito femminista e di Queer Theory⁴. Non è possibile ridurre l’analisi delle differenze di genere alla classica dicotomia uomo-donna, anche solo prendendo in considerazione la moltitudine di modelli culturali che ad oggi possono influenzare il percorso di costruzione identitaria, senza scomodare le teorie LGBT. È possibile affermare che nonostante gli effetti prodotti dal processo di socializzazione, il quale ci porta ad interiorizzare i valori della società di appartenenza, e nonostante la forza dei vincoli sociali, le analisi in tema di Gender Theory non classificano tale processo solo come passivo. Mettono invece in evidenza la possibilità di partecipare attivamente a tale processo, scegliendo se interiorizzare o meno determinati elementi, mettendo così in campo un mutamento sociale.

1.2 Identità e differenze di genere

La chiave di lettura proposta, ovvero il genere come costruito sociale, non è di certo così scontata: nel corso degli anni si sono susseguite molteplici interpretazioni delle differenze di genere, e non sono mancate le critiche.⁵ Per sintetizzare, possiamo analizzare i tre maggiori filoni di pensiero:

- il determinismo biologico;
- la teoria della differenza naturale;
- la socializzazione del genere.

L’approccio legato al determinismo biologico considera i ruoli di genere e le differenze a questi collegate, come biologicamente fondate. Viene per tanto

³ De Blasio, Emiliana (2012) *Gender Politics. Media, gender e politica: un’introduzione*, CMCS Working Papers

⁴ Il termine “Queer” è traducibile come strano o insolito: nata alla fine del Novecento, la teoria Queer è una critica post-strutturalista sviluppatasi in seno ai gender studies, fortemente influenzata dal lavoro di teorici come Lauren Berlant, Leo Bersani, Judith Butler, Lee Edelman, Jack Halberstam, David Halperin, José Esteban Muñoz, e Eve Kosofsky Sedgwick. Questa teoria rifiuta la categorizzazione tradizionale di genere e sessualità, attraverso lo sforzo intellettuale di comprendere qualsiasi comportamento o attività umana all’interno della loro analisi in quanto una definizione fondante di identità potrebbe essere escludente.

⁵ De Blasio, Emiliana (2012) *Gender Politics. Media, gender e politica: un’introduzione*, CMCS Working Papers

sostenuto da quei movimenti politici legati ad una visione più conservatrice e si appoggia alle analisi teoriche di figure come Fox⁶ e Goldberg⁷. Negli ultimi anni la teoria del determinismo biologico è stata rivalutata non tanto in ambito scientifico quanto in quello politico, supportando quelle teorie che vedono le donne come maggiormente adatte a ricoprire ruoli nell'ambito del welfare, ma non a quello decisionale, considerato prerogativa maschile. Il secondo approccio, la teoria della differenza naturale, tiene in considerazione la base biologica del sesso, senza però tralasciare l'importanza di elementi socialmente determinanti. Tale teoria presuppone l'esistenza di differenze innate tra uomo e donna, esponendosi così ad una serie di critiche: l'impossibilità di universalizzare aspetti caratteriali o comportamentali, l'inesistenza di evidenze antropologiche o storiche circa tali differenze, il fatto di aver tralasciato l'importanza ricoperta dalle interazioni sociali nel modificare il comportamento dell'individuo. Come risposta a queste prime due teorie, viene sviluppato il concetto di socializzazione di genere, lettura che rifiuta la base biologica delle differenze di genere, considerandole invece come frutto di costruzioni sociali. In questo ultimo filone è possibile collocare le tendenze dei femminismi radicali che aspirano all'abbandono di ogni forma di distinzione tra sesso e genere, al fine di produrre un'analisi della sessualità collegabile esclusivamente all'individuo. Secondo questa visione il processo di costruzione dell'identità di genere viene incanalato nella direzione ritenuta socialmente opportuna già nei primi anni di vita attraverso forme di sanzioni positive o negative. Esistono però casi in cui l'identità fisica non corrisponde con quella socialmente assegnata: in questo caso il normale processo di costruzione identitaria si complica, incappando spesso in sanzioni sociali a scapito dell'individuo che presenta comportamenti "devianti".

Il tema del gender, inteso come elemento di definizione dei processi d'identità e stili di fruizione, diventa centrale nell'ambito dei Cultural Studies, dando vita all'analisi dei Gender Studies basata su un concetto di ideologia dominante non imposta, ma assunta tramite meccanismi di costruzione egemonica del consenso.⁸ Considerati come asse portante della teoria del dialogo, i Cultural Studies si sviluppano in Gran Britannia verso la fine degli anni 50, affiancati dal progressivo affermarsi di nuovi

⁶ Robin Fox (1934), è un antropologo anglo-americano specializzato in sociobiologia, lo studio interdisciplinare che unisce l'analisi dei sistemi sociali umani con l'antropologia evolutiva e la biologia.

⁷ Steven Goldberg (1941), è presidente del dipartimento di sociologia presso la CCNY, noto per la "teoria del patriarcato" che ricollega la ragione del dominio maschile alla biologia.

⁸ Sorice, Michele (2014) *Sociologia dei mass media*, Roma: Carocci Editore

paradigmi sociologici, i quali consideravano la realtà come costruito derivante da processi comunicativi⁹. Secondo tale prospettiva i media, in quanto strumenti socio-tecnici funzionali alla mediazione nel processo comunicativo, non si limitano a guidarci verso il mondo ma rappresentano essi stessi il mondo reale, sono cornici sociali, strumenti di conoscenza della realtà. La svolta comunicativa che porta alla nascita dei Cultural Studies è legata a due episodi: la pubblicazione nel 1958 di “Culture and Society” di Raymond Williams, opera che condannava la distinzione tra società e cultura, e la fondazione nel 1964 del Centre for Contemporary Cultural Studies, noto come “Scuola di Birmingham”, diretta da Stuart Hall¹⁰. La guida del teorico inglese caratterizzerà la struttura della “Scuola”, nel senso che egli si rifiuterà di costituire un pensiero ordinativo, preferendo piuttosto il lasciarla “aperta” alle diverse espressioni e tendenze. Questa scelta riflette perfettamente la logica asistemica caratterizzante il pensiero di Hall: elegge l’analisi gramsciana a unica struttura sistematizzante del suo pensiero, collegandosi così al concetto di diaspora intellettuale, letta come scelta del teorico di affrontare l’esperienza sociale in maniera esplorativa e priva di pregiudizio. È d’obbligo recuperare allora il concetto di identità: se in sociologia questo viene usato come termine ombrello, uno strumento per “etichettare” gli individui come appartenenti o estranei ad un gruppo, Hall individua la base del processo di identificazione attraverso le differenze e non al di fuori di esse. Per semplificare egli si ricollega al grande tema dell’elaborazione teorica dei Cultural Studies sulla rappresentazione: l’identità è da intendersi dunque come processo in continua evoluzione che si colloca sempre all’interno delle forme di rappresentazione.

1.3 Politicizzazione della sessualità

I primi studi teorici che mirano ad affrontare il problema della sessualità nell’ambito politico sono ricollegabili ai movimenti femministi. Il cuore della loro critica poggia sull’idea che la sessualità non dovrebbe considerarsi interna alla sfera del pubblico,

⁹ Sorice, Michele opera citata, pag. 178

¹⁰ Nato nel 1932 a Kingston, lega in maniera radicale la sua ricerca intellettuale e culturale alle sue vicende personali e familiari. Sarà uno dei fondatori del New Left Review e direttore del CCCS dopo Hoggart. Verrà definito dal The Observer “uno dei principali teorici culturali del paese”. Centrale è il suo studio sui concetti di identità e diaspora.

bensì a quella del privato. Ad oggi, quello della sessualità è un tema in limen tra i due mondi, un valore etico e morale che interessa tanto il primo ambito quanto il secondo. La critica femminista analizza le strutture sociali del passato, mettendo così in luce gli aspetti che hanno portato a quelle odierne. Lo studio parte dall'ordine sociale aristotelico: ogni uomo occupa un preciso posto nella società, svolgendo il compito che, per natura, gli è più congeniale. È improbabile che padrone e schiavo presentino interessi discordanti quando il primo è nato per governare e il secondo per servire: entrambi ricoprono il posto che gli appartiene, l'unico che possa soddisfare la loro vera indole. Il paragone classico compara tale armoniosa struttura sociale al perfetto funzionamento di un organismo biologico, all'interno del quale ogni organo svolge un preciso compito contribuendo così al funzionamento di tutto il corpo.

I teorici della rivoluzione francese saranno tra i primi a rompere la visione sociale incarnata in questo modello: nessuno nasce con caratteristiche specifiche per svolgere un compito prestabilito. Non è la natura a determinare gli individui ma la loro ragione. Ed è proprio la ragione la chiave del pensiero illuminista che, lungi dal voler negare l'idea di natura, si adopererà per affermare la supremazia della ragione come strumento di autodeterminazione dell'essere umano. È infatti dalla ragione che dipendono la capacità decisionale, la coscienza, la responsabilità di azione e scelta. Il discorso della ragione umana si ricollega in questo modo al tema della libertà, definendo in maniera lucida la netta separazione esistente tra l'ambito privato e quello pubblico: nel primo la libertà personale può esprimersi in maniera quasi totale, mentre in quello privato è necessario limitarla in virtù del rispetto della libertà altrui.

Teoriche come Mary Wollstonecraft¹¹ ed Olympe de Gouges¹², abbracciando le idee illuministe, denunceranno nei loro scritti i privilegi nobiliari, unendosi al coro di coloro che difendevano il regime repubblicano e rivendicando per la prima volta la parità tra tutti gli esseri umani, così come la stessa "Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo e del Cittadino" sanciva. In particolare, nelle loro opere viene attaccata la struttura della famiglia patriarcale considerata come pilastro dell'ineguaglianza ed emarginazione femminile. Negli anni della rivoluzione iniziarono a diffondersi le prime analisi sull'educazione femminile, stimolando così il dibattito circa l'esistenza

¹¹ Wollstonecraft, Mary (1792) *A Vindication of the Rights of Woman with Strictures on Moral and Political Subjects*

¹² De Gouges, Olympe (1791) *Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne*

o meno di caratteristiche comportamentali e psicologiche legate alla sessualità. La Wollstonecraft scriverà:

«Istrate fin dall'infanzia che la bellezza è lo scettro della donna, il loro spirito prende la forma del loro corpo e viene chiuso in questo scrigno dorato, ed essa non fa che decorare la sua prigione»¹³

mettendo in luce come, con un'educazione pari a quella dei loro colleghi uomini, anche le donne potrebbero aspirare a qualsiasi traguardo. In questa ottica la visione femminista si inserisce perfettamente nella logica liberale, eppure sarà lo stesso Rousseau¹⁴ a chiarire la necessità di preservare il ruolo tradizionale della donna, moglie e madre. Egli tratteggia le caratteristiche attribuibili alla natura femminile evidenziando come queste non siano in alcun modo confrontabili con quelle dell'uomo, sottintendendo una chiara superiorità di quest'ultimo. Non è possibile educare le donne allo stesso modo degli uomini, rischiando così di portarle ad allontanarsi dal nucleo familiare e andando a minare la stabilità della struttura sociale. L'educazione delle bambine doveva essere funzionale al ruolo che avrebbero ricoperto da adulte, in aderenza alle loro naturali inclinazioni: la cura della casa, dei figli e del marito. La stessa De Gouges venne ghigliottinata nel 1793, a causa della sua opera "Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne", con l'accusa di aver pubblicato uno scritto contrario agli ideali della rivoluzione. La mancanza di un reale universalismo, di cui la teoria liberale peccava allora, e forse ancora oggi, viene letta dalle femministe come il primo segnale di "tradimento" degli uomini nei confronti delle donne, e delle loro stesse idee. Quei diritti descritti come estensivi ed includenti, tralasciavano infatti l'intero universo femminile. Con la restaurazione dell'Ancien Régime si pose un freno al lavoro delle profemministe, senza però riuscire a fermarlo del tutto. La rivoluzione industriale inglese produrrà forti cambiamenti nel quadro sociale, riportando alla luce il dibattito sul ruolo femminile, questa volta non solo nell'ambito del privato ma anche del pubblico: nascono in questi anni movimenti di rivendicazione del diritto femminile al voto, supportati dalle prime ufficiali teorie femministe. Si parla di "femminismo della prima ondata", inquadrabile storicamente tra la seconda metà dell'Ottocento fino al primo dopoguerra. Si è scelto di far corrispondere la data convenzionale dell'inizio di questi

¹³ Wollstonecraft, Mary opera citata

¹⁴ Rousseau, Jean-Jacques (1762) *Émile ou De l'éducation*

movimenti con la prima Convenzione per i diritti delle donne, tenutasi a Seneca Fall nel 1848. All'interno del movimento erano identificabili numerosi filoni ideologici e correnti di pensiero:

- La corrente liberale attribuiva maggiore attenzione ai fattori caratterizzanti le disuguaglianze di genere, incentrando lo sforzo politico sulla rivendicazione e affermazione dei diritti delle donne.
- Il femminismo (post) marxista sposta l'interesse sui fattori materiali che contribuiscono alle disuguaglianze di genere, disuguaglianze considerate interne alla logica di organizzazione capitalistica della società.
- Il femminismo radicale considera la subordinazione femminile come prodotto dell'ordine patriarcale, sistema legittimato da logiche economiche che deve essere necessariamente sovvertito.

L'obiettivo delle teoriche femministe viene dunque definito in modo nitido: negare ogni possibilità di ricollegare le differenze di genere ad una mera questione biologica, allontanando l'immagine femminile in quella di stereotipi caratterizzanti, rivendicando il diritto all'uguaglianza formale tra uomo e donna. È abbastanza istintivo comprendere la difficoltà dell'impresa: l'identità di gender confermava naturalmente la struttura sociale e, così facendo, si autolegittimava come categoria socialmente accettata e diffusa. Analizzando il periodo tra la fine del Settecento e la prima metà del Novecento, appare evidente come la separazione della sfera del privato e del pubblico non facesse altro che contribuire alla polarizzazione della distinzione di gender: il privato come area di influenza femminile, mentre il pubblico rappresentava l'arena maschile per eccellenza. Tale bipartizione alimentava l'immagine socialmente stabilita della donna, legata a funzioni di cura, ma mai di responsabilità: le donne venivano di fatto escluse dalla politica e dagli altri luoghi della sfera pubblica (l'economia, la finanza, le scelte di lungo periodo). Anche l'immaginario contribuisce a rafforzare la "reclusione" delle donne nello spazio domestico; l'idea dell'angelo del focolare riproponeva i valori tipici della borghesia, la società patriarcale o più banalmente la centralità sociale maschile. Nell'Inghilterra del 1872 inizia a svilupparsi un importante movimento di emancipazione femminile: sotto la guida di Millicent Fawcett¹⁵, e successivamente Emmeline Pankhurst¹⁶, le

¹⁵ Millicent Garrett Fawcett, (1847 – 1929) fu attivista inglese e fondatrice del movimento per il suffragio femminile inglese "the National Union of Women's Suffrage".

“Suffragette” alternarono opera di propaganda intellettuale a veri e propri scontri e rivolte, per ottenere il riconoscimento del diritto di uguaglianza giuridica, di accesso all’educazione parificata, di eredità e proprietà, di elettorato attivo e passivo. La Seconda Guerra Mondiale scardinerà l’assetto sociale precedente, tanto da convincere il Parlamento inglese ad estendere il diritto alle donne nel 1918. Nello stesso anno tale diritto venne confermato all’interno della Costituzione sovietica, seguita da Germania, Stati Uniti (1920), Spagna (1931), Francia (1944) e Italia (1946). A distanza di decenni, con due guerre mondiali alle spalle, il movimento femminista era ormai diventato una vera e propria teoria filosofica, che presentava una moltitudine di anime differenti al suo interno, in continua evoluzione così come la stessa società. Il “Femminismo della seconda ondata” o “Femminismo della differenza”, sviluppatosi a cavallo tra gli anni sessanta e settanta, segue la scia dei movimenti giovanili del 1968, focalizzandosi sull’esaltazione dell’individualità e sul valore della differenza. Agli occhi delle giovani femministe appariva chiaro come quella separazione tra pubblico e privato, si fosse ormai trasformata in una linea sottilissima, tanto da poter essere cancellata in virtù di un riconoscimento reciproco dei sessi e del valore di ogni essere umano.

Nella nostra storia recente è riconoscibile un rallentamento del processo di uguaglianza di genere: i dati analizzati dal Global Gender Gap Report¹⁷ rivelano un deficit di presenza femminile sia in ambito politico che dirigenziale. Dalle analisi appare chiaro come gli alti livelli di istruzione non siano sufficienti a guidare il nostro paese verso un effettiva parità nel mondo del lavoro. Nell’analisi di 145 paesi, l’Italia occupa il 41° posto: un risultato, rispetto al 74° posto registrato nel 2012, che non è ancora sufficiente. Le donne italiane lavorano di più, ma guadagnano meno dei loro colleghi uomini, raggiungono risultati encomiabili in ambito accademico, ma solo il 53,7% di loro contribuisce alla forza lavoro, rispetto al 74,1% degli uomini. Le analisi riportano dei rallentamenti nell’arco degli ultimi tre anni, eppure è evidente come la strada tratteggiata delle teoriche della differenza sia, ad oggi, la migliore risposta a questa mancanza. Il percorso di valorizzazione individuale, in fondo, rimarca quell’ideale di libertà e condivisione di schemi e visioni del mondo

¹⁶ Emmeline Pankhurst (1858 – 1928) fu attivista e politica britannica, fondatrice dell’Unione Sociale e Politica delle Donne “Women's Social and Political Union” (WSPU). Viene ad oggi ricordata come una delle più note esponenti del movimento delle suffragette.

¹⁷ Il GGGR è un rapporto stilato annualmente sotto forma di ranking, a partire dal 2006, dal World Economic Found. È uno strumento in grado di analizzare le dinamiche di integrazione femminile nei diversi contesti nazionali e sovranazionali.

che diede vita ai primi movimenti femministi, ad oggi perfettamente interiorizzabili nella teoria liberale.

Capitolo 2

2.1 Potere politico: spettacolarizzazione e personalizzazione

«In politica il potere pubblico è la consegna, riconosciuta come legittima, ad uno o ad alcuni della capacità di stabilire regole per tutti, di imporre a tutti il rispetto di queste regole o in conclusione di prendere decisioni obbligatorie, in fatto o in diritto, per tutti». Con queste parole Raymond Aron fornì una definizione di potere che, allontanandosi da quella weberiana legata al concetto di forza, pone l'attenzione sul tema della legittimazione. Da sempre i rapporti sociali sono strutturati su relazioni comando-obbedienza, relazioni che non si sono estinte nemmeno con la nascita dei moderni sistemi democratici: cambia il modo di esercitarlo, ma il potere non scompare. E così che scende nell'arena politica una nuova figura, quella che Fabbrini chiama il "Principe democratico", il Leader. Ora, secondo il pensiero di Sartori, intorno alla metà del xx secolo, il mondo della politica democratica ha subito una trasformazione, una vera e propria "rottura" con il passato, dovuta alla diffusione dei nuovi mezzi di comunicazione, in particolare alla televisione. Si inizia allora a parlare di teledemocrazia, ovvero quel nuovo sistema politico che si adatta alle esigenze della modernità. Gli strumenti della comunicazione di massa entrano prepotentemente nel quotidiano, dettando nuove regole sia nella gestione dei messaggi che nella creazione stessa di questi. È per tale ragione che Sartori definisce la costruzione della teledemocrazia (o videopolitica) come un qualcosa di artificioso. «È l'immagine che crea il fatto, non già il fatto che si trasferisce nell'immagine», e ancora "il fatto esiste solo se la televisione lo crea" dichiara Fabbrini durante una delle tante lezioni sulla leadership.

Tra le conseguenze di rottura è sicuramente da annoverare la *spettacolarizzazione* della politica: l'uso dei media ha trasformato il dibattito politico in un vero e proprio spettacolo, una competizione soggetta alla volontà del medium, che ne definisce le regole e i contenuti. Sono i media a fissare l'agenda politica, dettando l'ordine prioritario di alcuni temi su altri: tutto ciò che non fa notizia non vende, e dunque, non è rilevante. E nulla attrae più dello scontro tra leader. Frutto del processo di spettacolarizzazione è infatti la costruzione di una nuova immagine del leader, che si

sostituisce ai partiti nel processo politico, incarnandone i valori ed i messaggi. Tale fenomeno prende nome di effetto *personalizzazione*¹⁸, il quale racchiude in se tre differenti processi sociali:

- lo sviluppo della cultura di massa, che vede la sua massima espressione nella rappresentazione dei media;
- il sovrapporre le funzioni pubbliche dell'attore politico alle sue caratteristiche personali;
- il fenomeno dell'individualizzazione, strettamente legato a quello del polling, che vede nei singoli individui una forza maggiore rispetto alla "forma partito".

John B. Thompson (1995) ci parla della capacità di questa nuova rappresentanza mediatica dei leader, di generare una forma di intimità: "i cittadini non solo riconoscono l'immagine dei leader politici che non hanno mai incontrato, ma conoscono molto della loro vita personale grazie alla presenza delle informazioni sui politici nei media". È ovviamente una forma di intimità senza reciprocità che, accentuando le dinamiche di personalizzazione, lega in maniera indissolubile l'affidabilità del leader al suo carisma, secondo l'accezione weberiana del termine. Nel mondo della politica-spettacolo, la distinzione pubblico/privato viene offuscata, fino quasi a diventare invisibile: non si tiene conto solo dell'ideologia, dell'etica, dell'esperienza del candidato, ma anche della sua vita privata, del suo passato, della sua personalità. Non è il partito a raccogliere consensi, ma l'uomo alla guida del partito; non è più tracciabile una linea netta tra gli schieramenti politici; non è più possibile affidarsi alla vecchia retorica. Cambia l'immagine dell'arena politica, i linguaggi sono ambigui, fluidi, il riconoscimento e la legittimazione, fondamentali. I nuovi protagonisti di questo gioco sanno bene come sfruttare tutti gli strumenti del nuovo millennio: si muovono attraverso blog e social network, utilizzano sondaggi e banche dati, adattano le loro strategie influenzando e venendo influenzati dall'elettorato. Tutto ciò permette il rafforzamento dell'immagine di un leader vicino al proprio elettorato, attento alle problematiche e, ovviamente, sempre più reale. Il caso italiano di Silvio Berlusconi è emblematico: nessun altro attore politico ha saputo controllare il processo di personalizzazione e diventarne beneficiario come

¹⁸De Blasio, Hibberd, Higgins, Sorice (2012) *La leadership politica. Media e costruzione del consenso*, Roma: Carocci. p. 80

l'ex Presidente del Consiglio. La ragione di tale risultato deriva dall'incredibile copertura mediatica che Berlusconi ha potuto sfruttare, andando a sostituire, attraverso Mediaset, lo storico monopolio pubblico dell'informazione televisiva della RAI. Il suo impero mediatico, sommato alle capacità personali di delineare la sagoma di un uomo lontano dal mondo classico della politica gli hanno permesso di realizzare una vera e propria campagna elettorale permanente¹⁹. È la cultura imprenditoriale che incontra quella pubblica trasformandolo, agli occhi del suo pubblico, nel protagonista della sfida italiana verso l'innovazione politica: il successo raggiunto sul piano elettorale può leggersi quale esito di una campagna ideologica in cui il leader incarnava il nuovo sentire comune.

L'insoddisfazione popolare legata alla crisi della democrazia rappresentativa sta cambiando ancora una volta lo stile di leadership la quale, oggi più che mai, deve essere in grado di proiettare valori diversi da quelli della forza e l'attitudine a comando. L'epoca del condottiero guerriero ha ceduto il passo ad un ideale di leader creativo, appassionato, coinvolgente ed empatico, un comunicatore in grado di negoziare la risoluzione dei conflitti, dotato di abilità manageriali e tecniche. In particolare un leader in grado di comprendere le problematiche del suo popolo e capace di creare con questo un legame emozionale. L'approccio sociologico descrive il rapporto tra leader e seguaci in virtù di reciproca influenza e complementarità: basti pensare alla "regola delle reazioni previste" di Carl Friedrich, secondo la quale tale legame porta le due parti ad influenzarsi vicendevolmente; Conway ha tratteggiato un modello di leadership basato sul rapporto leader-seguaci; Verba arriva a descrivere i seguaci come "collaboratori" del leader, parlando di complementarità più che influenza. Lasswell e Kaplan sostengono che il "tratto distintivo politico di personalità comune a tutti i leader è la pronunciata domanda di valori di deferenza, soprattutto del potere e del rispetto e in minor misura della rettitudine e dell'affetto" e ancora "al sua condotta [del leader] è determinata da considerazioni relative all'acquisto al godimento dei valori di deferenza". Tratto comune di queste differenti analisi è il ricorrere comunque ad un modello carismatico di leadership, basata su elementi quali personalità, ruolo ed influenza. È per tale ragione che un modello innovativo di leadership deve essere in grado di decostruire gli aspetti più critici, mantenendo invece saldi quest'ultimi. Lorella Cedroni mette in luce uno degli aspetti

¹⁹ Fabbrini, Sergio (2011) *Addomesticare il Principe*, Venezia: i Grilli p.67

più criticati, l'autoritarismo, recuperando il significato etimologico di *autorità*: il sostantivo latino “auctor” infatti deriva dal verbo “augeo” ovvero capacità di accrescere qualcosa che è già esistente, o di generare qualcosa che prima non c'era, qualità semanticamente appartenente ad una logica più femminile, che si spoglia del suo carattere negativo. Ora, nelle società occidentali, la tradizionale forma di autorità, legata a valori gerarchici o di stampo religioso, sta progressivamente scomparendo,²⁰ per via dell'enfasi posta su valori come autonomia e differenza²¹. Esistono tuttavia paesi come Italia, Portogallo e Spagna che hanno mantenuto un'organizzazione gerarchica delle istituzioni e una forte divisione dei ruoli tradizionali tra uomo e donna: sono paesi ancora interessati da una fase di transizione, che potrebbe determinare quello che Ronald Inglehart definisce “riflesso autoritario” ovvero la preferenza, da parte della popolazione, a ricercare conforto nel leader “tradizionale”. Emerge chiaramente una situazione che penalizza il tentativo di affermazione di una leadership differente come potrebbe essere una *gendered leadership*. Al contrario, in condizioni di stabilità economica l'impatto degli stereotipi di genere si riduce notevolmente e l'evidenza delle differenze di ruolo risulta inversamente proporzionale alla prosperità del paese. Si parla allora di “paradigma di genere” della leadership: in base all'analisi che Inglehart propone dell'autorità e in riferimento alla World Value Survey possiamo catalogare i paesi in tre gruppi²²:

Tradizionale	Secolare-razionale		Postmoderna
Irlanda	UK	Belgio	Svezia
Irlanda del Nord	Spagna	Olanda	Islanda
	Portogallo	Austria	Danimarca
	Italia	Germania	Finlandia
	Francia	Svizzera	Norvegia

²⁰ Cedroni, Lorella (2001) *Rappresentare la differenza: le donne nelle istituzioni elettive*, Roma: Lithos

²¹ Inglehart, Ronald (1998) *La società postmoderna*, Editori Riuniti

²² Ronald Inglehart, politologo e sociologo statunitense, ha teorizzato che l'industrializzazione conduce ai relativi cambiamenti sociali quali la mobilitazione totale e le minori differenze nei ruoli di genere. I cambiamenti nelle visioni del mondo sembrano riflettere i cambiamenti nell'ambiente economico e politico, ma avvengono con il ritardo del ricambio generazionale. Inglehart ricopre inoltre il ruolo di direttore del World Value Surveys, osservatorio sull'andamento di valori politici, religiosi, morali e socioculturali nel mondo. L'osservatorio analizza e raccoglie dati derivanti da una rete globale di sociologi che effettuano indagini nazionali rappresentative dello stato delle società di oltre 80 paesi di tutti continenti abitati e contenente l'85 per cento della popolazione del mondo. Il grafico qui presentato sintetizza un adattamento tratto dal World Value Surveys (1990-1993) presente all'interno dell'opera di L. Cedroni precedentemente citata.

Paesi che presentano un'omogeneità culturale, come nel caso dei paesi scandinavi, sono nella fase più avanzata del processo evolutivo dal modello carismatico tradizionale al paradigma di genere. Sebbene ci siano state delle teorizzazioni in merito, è da scartare l'ipotesi di un'influenza religiosa, messa in luce dalla presenza di paesi a maggioranza protestante nel terzo e secondo gruppo. L'affermazione del nuovo paradigma pretende un abbandono dell'autorità a stampo tradizionale, per orientarsi piuttosto verso valori postmoderni (ambiente, immigrazione, qualità della vita). Secondo la Cedroni, un tale risultato è ottenibile in primo luogo attraverso uno sforzo politico e partitico, quale il riposizionamento di partiti già esistenti o la formazione di nuovi movimenti a strategia inclusiva, in grado di salvaguardare quella che lei definisce "l'imprescindibilità delle differenze". A questo proposito mi sembra necessario citare il caso di Ségolène Royal: esponente del Partito Socialista francese, è stata la prima candidata donna a superare il primo turno durante le presidenziali del 2007. Nella nostra analisi è importante tener presente come, in ambito di rappresentanza istituzionale al femminile, la Francia sia molto indietro rispetto ad altri paesi, tanto che si è più volte parlato di "eccezione francese". Dal 1944, anno in cui vennero concessi i diritti di voto ed eleggibilità alle donne francesi, la storia politica del paese ha assistito ad un susseguirsi di governi di sinistra, caratterizzati da livelli più alti di rappresentanza femminile, a governi di destra, durante i quali il numero di donne al potere tornava a scendere. Il più alto valore (intorno al 30%) è stato raggiunto con i governi Jospin, tra il 1997 e il 2002, stimolando la controparte politica a muovere verso il cambiamento: dopo le elezioni del 2007, Sarkozy nominò quindici ministri di cui sette donne, raggiungendo l'effettiva parità di governo²³. Nel 2009 la destra raggiunge comunque un record, registrando il 30,7% di rappresentanti donne. Il caso Royal rappresenta il primo episodio di candidatura femminile nella storia del paese, supportata da un grande partito. In realtà la sua candidatura non è stata una scelta strategica del partito Socialista, ma i risultati dei sondaggi parlavano chiaro: era lei la favorita del partito, in relazione al gradimento registrato circa i suoi colleghi uomini. L'intera campagna elettorale è stata basata sul modello di democrazia partecipativa, promuovendo l'abbattimento della barriera tra elites

²³ Bisogna comunque sottolineare che la parità raggiunta dal governo Sarkozy non è solo una parità formale in quanto alle sette ministre nominate sono stati affidati gli incarichi di: Ministero degli Interni, Giustizia, Università e Ricerca, Abitazione, Agricoltura e Pesca, Cultura e Comunicazione (portavoce del Governo), Salute.

politiche e popolazione. Un'incredibile strumento di confronto e scambio con il suo elettorato è stato l'abile uso di internet: la Royal ha infatti utilizzato il web per avvicinarsi ai suoi elettori, per elaborare un programma il più attinente possibile alle loro richieste. Ha inoltre sfruttato l'immagine di leadership femminile proposta dai media, rivendicando il suo essere donna e puntando sulle differenze di genere: ha dunque scelto di valorizzare l'attitudine all'ascolto, alla comprensione e alla cura. Nel suo programma non mancano proposte di legge contro la violenza gender-based, servizi per la prima infanzia, aumento delle pensioni minime. Durante un'intervista dichiarerà:

«Io odio l'ingiustizia. La odio sia quando tocca me che quando tocca gli altri! [...] Quando i miei figli andavano a scuola, dicevo sempre loro: “Se vedi un'ingiustizia, o subisci un'ingiustizia, lo devi dire.” Ho molti difetti, ma difendo sempre questo lato del mio carattere.»

L'aspetto da mettere in luce riguardo il caso Royal è la continua ricerca di contatto con il popolo francese, portato avanti attraverso l'uso di canali mediatici tradizionali e non, che le costò comunque l'accusa di populismo ostentato. A conferma di ciò, la Royal ha infatti continuato a mantenere viva l'attenzione dei media anche dopo la sconfitta elettorale, per rafforzare ancora di più questo suo legame con l'elettorato. Emblematico fu l'episodio durante il quale, nel presentare il suo programma nel febbraio 2007, poggiando le mani al ventre disse:

«Come madre so cosa voglio, per tutti i bambini che nascono e crescono in Francia, la stessa cosa che ho voluto per i miei figli.»

Questo voler giocare sulla sua figura di madre ha trasmutato l'immagine promossa dai media in una nuova immagine culturalmente approvata, basata sulla cura e l'attenzione nei confronti dei suoi elettori. La strategia, inconsciamente o no derivante da questo atteggiamento, conduce verso un nuovo modello di leadership femminile, identificabile come *madre della nazione*: tale concezione equivale ad una riformulazione dei modelli di leadership maschile, riletti in chiave alternativa. L'immagine materna, proiettata dalla Royal, si ricollega all'idea di premura e affetto, ma anche forza, autorità e determinazione, caratteristiche tradizionalmente collegabili all'atteggiamento delle madri con i propri figli. Questo nuovo ruolo

potrebbe effettivamente rappresentare il punto di svolta nella ricerca di un modello di leadership femminile efficace.

2.2 Effetto double bind e banalizzazione

Dall'analisi del caso di Ségolène Royal appare chiaro quanto sia semplice per una candidata, risultare danneggiata da un'immagine troppo femminile. Il suo tentativo di investire sulle differenze di gender si era infatti rivelato vincente solo in un primo momento: mano a mano che la compagna elettorale procedeva, la candidata francese faceva sempre più difficoltà a convincere i suoi elettori che aveva da offrire loro molto più della sua sollecitudine e disponibilità all'ascolto. Nonostante le encomiabili capacità comunicative, infatti, non è riuscita a proiettare un'immagine abbastanza solida, risoluta e, in conclusione, "presidenziale". A questo bisogna poi sommare la scelta dei media di incorniciarla nella dimensione della corporeità, alternando tra il ruolo di sex symbol e quello di madre²⁴ i toni descrittivi della candidata. La Royal si è così ritrovata vittima del *double bind effect*: nel 1995 la professoressa Kathleen Jamieson, all'interno della sua opera "Beyond the double bind" descrive la necessità delle donne di mostrarsi aggressive, al fine di evitare un'immagine eccessivamente debole o remissiva, e di conseguenza non identificabile con ruoli di comando o responsabilità, ma di ritrovarsi criticate per questo nel momento in cui agiscono con eccessiva forza risolutezza. Il cuore dell'argomento della Jamieson sta nel sottolineare la contraddizione insita in quello che lei descrive come effetto "doppio vincolo" (double bind):

"Spesso esiste una contraddizione tra gli attributi caratteriali che gli elettori pretendono in un candidato e quel che vogliono da una donna. L'ambizione è vista come un plus in un uomo, ma come limite in una donna. Gli uomini devono essere duri, ma la forza di carattere in una donna è una minaccia."²⁵

Ciò vuol dire che nel momento in cui una donna tenta di rafforzare la sua immagine per cercare di essere presa in considerazione come leader, rischierà di ottenere

²⁴ Mader di quattro figli, in un sondaggio di FHM si posizionava appena dietro Angelina Jolie e prima di Monica Bellucci nell'immaginario maschile. Cfr. Coulomb-Gully (2010)

²⁵ Cantor e Bernay, citato da Jamieson 1995: 124

l'effetto opposto, perdendo consensi. Parlando delle cause che conducono al double bind, possiamo semplificare annoverando le principali²⁶:

- la tendenza dei media a riprodurre stereotipi sociali, accettati dalla maggioranza come parte di una cultura egemone;
- la scelta di partiti e organizzazioni politiche di operare una selezione male-gender based della classe dirigente, in particolare nel caso dei leader;
- l'accettazione e legittimazione tramite le narrazioni medialie di stereotipi di genere da parte della cultura popolare;
- l'attitudine delle istituzioni economiche a riprodurre modelli consolidati e funzionali all'organizzazione sociale;
- la necessità delle leader ad uniformarsi a modelli più maschili, i quali godono di una più forte legittimazione grazie ai fenomeni di mediazione della politica.

Il problema, chiarito dall'analisi del caso Royal, è che in presenza di un ordine sociale implicitamente sviluppato da un punto di vista maschile, sia la femminilità che la mascolinità possono essere un limite all'accesso al ruolo di potere. Il "double bind" è considerabile come una manifestazione del "sessismo benevolente", quell'atteggiamento di ostilità nei confronti delle donne che si distanziano dai ruoli convenzionalmente radicati nella mentalità comune, leggendo questa rottura degli schemi come potenzialmente pericolosa. Come conseguenza si attivano dei meccanismi sanzionatori nei confronti di quelle donne che ricoprono ruoli considerati maschili, ad esempio in ambito economico o di difesa, sia da parte degli uomini, che delle donne stesse. Un'ulteriore conseguenza è una maggiore attenzione nella selezione delle donne per ruoli di potere, le cui capacità e competenze sono soggette ad un'analisi molto più scrupolosa rispetto ai candidati di sesso maschile. Il problema del doppio vincolo sta nel fatto che sarà necessario il raggiungimento di un aumento consistente della rappresentanza femminile, tale da rendere il fattore "donna leader" talmente normale da essere comunemente accettato e legittimato, prima che questo scompaia del tutto. Chiaramente non si parla di un risultato raggiungibile in tempi brevi, anzi per citare Stevens: "l'influenza delle concezioni di genere nella società può scoraggiare le donne, intimidendole di fronte alla disapprovazione sociale che incontrerebbero se intraprendessero una carriera

²⁶ De Blasio, Emiliana, opera citata pag. 95

vigorosa e combattiva come quella politica. Sono questi, in particolare, gli aspetti considerati tipici del politico e del dirigente che appaiono più in contrasto con quelli che la società normalmente attribuisce alla donna.” Ad oggi, sebbene si attivi in presenza di stili di candidate molto diverse, l’effetto del doppio vincolo rappresenta ancora un vero e proprio ostacolo al raggiungimento di ruoli di potere, una barriera con la quale bene o male, tutte le donne devono confrontarsi.

Il “double bind” non è l’unico filtro applicato all’immagine della donna leader, la quale subisce non solo una scrupolosa analisi del suo operato professionale, ma anche di quella che è la sua vita privata. L’attenzione quasi spropositata con cui media e opinione pubblica scavano nella vita della candidata rientra in quello che viene definito “effetto banalizzazione”: è la tendenza a fornire eccessivo risalto a quegli aspetti della vita del politico che normalmente verrebbero tralasciati, proprio perché ritenuti banali, operata dai media, piuttosto che all’attività politica vera e propria. Bisogna però riconoscere che tra le conseguenze della *personalizzazione* della politica, l’ossessione per la vita privata dei politici pesa sempre di più anche sui candidati di sesso maschile. In particolare, negli ultimi anni, non si parla più di personalizzazione come l’attenzione alle peculiarità caratteriali del candidato in termini di competenze, ma come un vero e proprio vaglio di tutti gli aspetti più intimi della sua vita, al pari di un protagonista dello star system. Il candidato o il politico diventano delle celebrità, partecipano agli show televisivi e vengono paparazzati, tramutando il discorso politico in una strana versione dello showbusiness. Si è a lungo discusso circa gli effetti negativi o positivi di tale trasformazione, ma tutto sommato la creazione di un legame più intimo tra gli elettori e i loro rappresentanti si è dimostrato avere dei riscontri prevalentemente vantaggiosi: questo nuovo modo di fare politica permette di raggiungere anche quelle fette di elettorato che non si è mai realmente interessato alla politica, attraverso canali non convenzionali. È chiaro come tale evoluzione sposti l’attenzione su aspetti meno rilevanti, andando a penalizzare maggiormente l’immagine delle candidate di sesso femminile. Facendo un esempio, nell’analisi di un candidato uomo, l’incisione a livello di preferenze tra lo scapolo e l’immagine rassicurante del padre di famiglia sarà quasi nulla. Per la donna, invece, la vita privata rappresenta un sentiero insidioso, lastricato di gaffe e scandali: non è infatti sufficiente esibire una famiglia felice, in quanto la stessa presenza (o assenza) di figli può sollevare polemiche circa le sue competenze personali. Il problema, spiega Van Zoonen, sta nel continuo collegamento proposto

dai media tra l'averne effettivamente una vita privata e la scelta di concentrarsi anche su quella pubblica. Sarà dunque la donna in grado di gestire entrambi i ruoli? O inevitabilmente finirà con il doverne sacrificare uno? Non dimentichiamo infatti i commenti saturi di pregiudizio che accompagnarono la candidatura di Royal alle presidenziali.²⁷ Ancora oggi, l'essere in linea con lo stereotipo che vuole la donna moglie e madre, non è sufficiente a mettere a riparo le donne dalle critiche circa le loro capacità di leader. L'effetto banalizzazione può coinvolgere anche l'ambito dell'estetica, generando polemiche mediatiche legate all'abbigliamento delle candidate o alla loro struttura fisica. Secondo Donatella Campus, il problema è riconducibile all'inesistenza di un rigido standard estetico per quanto riguarda le donne ai vertici: il continuo evolversi della moda femminile e l'ampia scelta di capi d'abbigliamento, impedisce alle donne di rifarsi ad un modello universale di formal dress, esponendole ancora una volta alla critica degli organi di stampa.²⁸ Le strategie per contrastare l'effetto banalizzazione sono due: la prima è la minimizzazione, la seconda è l'utilizzo di questo effetto a proprio favore. La cancelliera Angela Merkel ha percorso la prima strada, dopo una serie di critiche da parte della stampa, adattando i suoi outfit in modo da renderli sobri ed essenziali. La Royal ha invece cavalcato l'immagine proposta dalla stampa, in cui veniva presentato un modello femminile di leadership basato su comprensione, incoraggiamento e ascolto. In un primo momento questa scelta ha prodotto dei buoni risultati, ma questo tipo di operazione di marketing può risultare un arma a doppio taglio. Un leader affascinante, carismatico e telegenico risulterà chiaramente più gradevole (basti pensare a Kennedy o Obama) mentre per le donne, l'arma della sensualità potrebbe esporle a critiche continue, se non addirittura mettere in dubbio le loro reali capacità, rivelandosi controproducente.

²⁷ Basti pensare all'infelice commento di Dominique Strauss-Kahn «si dedichi alle sue ricette di cucina» o di Laurent Fabius «se lei va all'Eliseo, chi si prenderà cura dei bambini?»

²⁸ Basti pensare alle critiche che coinvolsero la candidata alle presidenziali Hillary Clinton la quale indossò una giacca Armani da 12.495 dollari durante un comizio contro la disuguaglianza di reddito nell'aprile 2016.

2.3 Stereotipi di genere

Il termine *stereotipo* deriva dal greco "stereos" (duro, solido) e "tupos" (immagine, gruppo), ovvero immagine rigida. Ad oggi, parlando di stereotipi si fa riferimento ad una visione precostruita, semplificata e largamente riconosciuta circa gruppi di persone o singoli, che prescinde dalla valutazione del singolo caso ed è frutto di un antecedente processo di generalizzazione e semplificazione, ovvero risultato di una falsa operazione deduttiva²⁹. Allo stesso tempo, però, gli stereotipi rappresentano una scala di valori e vengono utilizzati per esprimere un pensiero comune riguardante un certo gruppo sociale, come se congelassero le possibilità di sviluppo nel corso di una narrazione o un'interazione. In particolare gli *stereotipi di genere* sono dei meccanismi di categorizzazione a cui gli individui ricorrono per decodificare la rappresentazione del femminile e del maschile, meccanismi presenti in realtà culturali e geografiche anche molto diverse tra loro. Le procedure descrittive di "modelli idealizzati" della donna e dell'uomo sono estremamente polarizzati, quasi speculari: ciò che è uomo non è donna, e viceversa. L'attivazione di meccanismi generatori di stereotipi è ricollegabile al processo di acquisizione dell'identità di genere, orientato dai genitori ancora prima della nascita dell'individuo, rafforzato all'interno del sistema formativo e confermato dai rapporti sociali instaurati all'interno del suo gruppo di appartenenza. Oltre a famiglia, sistema educativo, gruppo dei pari, un ruolo fondamentale viene ricoperto dai mezzi di comunicazione: i media costituiscono un nuovo strumento di socializzazione, in competizione con i canali tradizionali. I loro linguaggi contribuiscono infatti alla costruzione di nuovi universi simbolici e, di conseguenza, delle identità di genere. I modelli da loro proposti presentano infatti un reale valore normativo, in quanto continuamente sottoposti a processi di revisione, critica e legittimazione attraverso la quotidiana interiorizzazione e ricezione di tali modelli operata dai fruitori. Un esempio è dato dagli elevati livelli di strumentalizzazione degli stereotipi presenti nelle pubblicità: in questo campo vengono utilizzati valori, ruoli e propensioni tradizionali consolidati e difficilmente sradicabili al fine di "rassicurare" il consumatore. Bisogna comunque sottolineare come negli ultimi anni, a causa della crescente preoccupazione per l'uso smodato di stereotipi nei mezzi di comunicazione, si sia sviluppata una maggiore sensibilità al tema. La preoccupazione per gli effetti che tale utilizzo avrebbe

²⁹ Definizione Enciclopedia Treccani.

prodotto all'interno della società risulta evidente anche da quanto stabilito all'interno del testo della Risoluzione del Consiglio dell'Unione Europea e dei rappresentanti degli Stati Membri³⁰ del 5 ottobre 1995, a promozione di "un'immagine diversificata e realistica delle possibilità e attitudini delle donne e degli uomini". In ambito politico la stereotipizzazione di genere riguarda principalmente l'attribuzione a uomini e donne di *capacità* e di *competenze* diverse. Nel primo caso si intende un vero e proprio approccio differente alle questioni politiche: gli elettori considereranno la candidata donna come naturalmente incline alla gentilezza e alla compassione, più disposta al duro lavoro e al lottare per i suoi ideali, mentre il candidato di sesso maschile viene visto come più capace nell'attività di decision taking, emotivamente stabile e risoluto. Questo stereotipo non solo influenza la scelta elettorale ma anche l'atteggiamento stesso dei media. Gli organi di stampa infatti, sono vittima alla distorsione cognitiva socialmente condivisa e, contemporaneamente, rappresentano lo strumento che rafforza e legittima tale distorsione. Il secondo caso tratta invece l'attribuzione di diverse competenze sulla politica, ovvero la convinzione che uomini e donne siano naturalmente specializzati su temi e argomenti diversi. In riferimento alla dicotomia "etica della giustizia" ed "etica della cura"³¹ appare chiaro come alle donne venga comunemente associato l'ambito dell'assistenza sociale, o in generale le cosiddette compassion issues, mentre ambiti di forte rilievo decisionale, come la difesa, l'economia o la politica estera vengano considerati appannaggio degli uomini. Ciò porta a ritenere che in talune circostanze la femminilità non sia realmente un limite al raggiungimento di ruoli di potere, ma che anzi le candidate possano trovare conveniente rafforzare tali

³⁰ Risoluzione del Consiglio e dei rappresentanti dei governi degli Stati membri riuniti in sede di consiglio del 5 ottobre 1995 concernente l'immagine dell'uomo e della donna nella pubblicità e nei mezzi di comunicazione. (95/C 296/06)

³¹ Carol Gilligan, femminista e teorica di etica, ha approfondito la ricerca delle problematiche etiche legate al gender. In particolare, nella sua opera "Con voce di donna. Etica e formazione della personalità" (1987) vuole porsi come critica delle ricerche di Lawrence Kohlberg, sottolineando come la metodologia utilizzata fosse viziata dalla selezione di campioni quasi esclusivamente maschili. Lo psicologo americano, nelle sue analisi circa lo sviluppo morale dei bambini, presentava loro la seguente storia: "In Europa una donna era vicina alla morte per una rara forma di cancro. C'era una medicina che i dottori ritenevano potesse curarla: era una forma di radio che il farmacista aveva recentemente scoperto. La medicina era costosa da preparare ed inoltre il farmacista caricava 10 volte il costo di preparazione. Egli pagava 200\$ per il radio e chiedeva 2000\$ per una piccola dose di medicina. Il marito della donna malata, Heinz, andò in giro a chiedere in prestito denaro, ma raccolse soltanto 1000\$, metà del costo. Recatosi dal farmacista gli disse che sua moglie stava morendo e gli chiese di pagare meno la medicina o di dare la differenza successivamente. Ma il farmacista disse: "No, io ho scoperto la medicina e ho intenzione di guadagnarci.". Così Heinz si disperò e rubò la medicina. Avrebbe dovuto farlo?". I maschi, in virtù del diritto alla vita, chiaramente superiore a quello di proprietà, rispondevano prontamente "sì", mentre le bambine dimostravano difficoltà nel comprendere la ragione per cui il farmacista si rifiutasse di aiutare Heinz. È questo il punto di partenza della Gilligan, la quale sottolineò come lo standard morale delle bambine veniva catalogato come meno evoluto solo perché inquadrato in relazione a standard etici maschili e non universali. La sua opera viene ad oggi ritenuta una pietra miliare del pensiero della differenza di genere, base della teoria della "etica della cura", in risposta alla cosiddetta "etica della giustizia.

stereotipi. Il discorso cambia quando si entra in ambito di leadership, dove la femminilità viene vista come poco desiderabile se non potenzialmente pericolosa. La ragione di tale differenza sta nel fatto che le caratteristiche tradizionalmente legate al concetto di leadership, come abbiamo più volte visto nei paragrafi precedenti, ripropongono tratti più maschili e quindi difficili da associare ad una donna. Fino a quando l'idea di leader sarà ancorata allo stereotipo maschile, le aspettative nei confronti delle donne che aspirano a diventarlo saranno altissime, e sia gli organi di stampa che l'opinione pubblica le metteranno alla prova molto più di quanto facciano con candidati di sesso maschile.

Un caso di leadership femminile, che a distanza di più di trent'anni dalla conclusione del suo mandato, continua a esercitare uno straordinario potere attrattivo e quello di Margaret Thatcher. La figura dell'ex premier britannico, attraverso una serie di processi di mitizzazione e sublimazione della narrazione della sua esperienza politica, si è radicata nella memoria collettiva, oltrepassando i confini nazionali e divenendo un metro di paragone in termini di marketing politico. Lo stesso David Cameron ha subito il confronto con questa figura, durante la campagna elettorale del 2010. Eletta per la prima volta nel 1959, Margaret Hilda Thatcher ha strutturato la sua figura di leader al femminile rivolgendosi, da una parte, allo zoccolo duro dei conservatori della working class e dei ceti medio-bassi attraverso un'immagine più tradizionale, legata a quella del partito dei Tory, dall'altra a quello delle élite conservatrici, proponendosi come figura emancipata e assertiva di donna di potere. Durante la sua esperienza politica, caratterizzata da aspetti contraddittori e poliedrici, ha infatti sviluppato la capacità di indossare maschere multiple e spesso lontane dai valori del femminile e del materno, innescando nell'immaginario nazionale la creazione di quella che la stampa definirà la dama di ferro, *the iron lady*. Ora, l'accostamento di due termini tanto lontani tra loro (dama, in rimando alla necessità dell'aiuto di un uomo, e ferro, il metallo delle armi) esprime il tentativo mediatico di coniugare caratteristiche maschili e femminile, tratteggiando una prima ipotesi di modello femminile di leadership. Il risultato è un superamento degli stereotipi di genere attraverso l'accostamento di due concetti che, per quanto contrastanti, effettivamente funzionarono. Il suo operato politico ed economico, nell'obiettivo di "cambiare l'anima e il cuore della nazione"³², è stato oggetto di moltissime analisi

³² Intervista al Sunday Times, 3 maggio 1981.

sviluppate dalla letteratura accademica in ambito politico, economico, storico, sociologico, fintanto psicologico. La ragione di questo massiccio interesse è da ricollegarsi allo sconvolgimento esercitato dalla figura della Thatcher nella Gran Bretagna degli anni '70, andando ad influenzare l'evoluzione culturale dell'intero paese, contaminando il discorso mediatico internazionale. Facendo un salto indietro, nelle stanze del potere della Londra 1979, dove un team di esperti in comunicazione³³ dava vita al mito della lady di ferro: la candidata doveva essere sottoposta ad un'opera di *rebranding* per abbandonare quell'aura di provenienza borghese. “Il suo aspetto immacolato, il comportamento imperioso, il fascino convenzionale e un po' ostentato, e soprattutto la sua voce affettata, le impongono quasi il marchio di casalinga e madre di famiglia suburbana e, per di più, tremendamente inglese” recita una nota del 1975 dell'Ambasciata americana a Londra. Era necessario dunque creare un'immagine pubblica della candidata che la rendesse credibile come portavoce del partito dei Tory, attenta ai valori della famiglia tradizionale e dedita alla retorica della grandezza della Gran Bretagna. Il linguaggio adottato in ambito pubblico era volutamente conflittuale e, per alcuni aspetti, quasi apocalittico, tanto da recuperare idiomi radicati e ampiamente diffusi nella cultura inglese come “bambinaia” “capo-istruttrice” “governante”. La tendenza ad utilizzare linguaggi saldi e propositivi si è fatta ancora più evidente durante il conflitto delle Falkland, valendole l'appellativo di “regina guerriera”. Paradossalmente, l'immagine severa e risoluta adottata dalla Thatcher le ha garantito una forte ondata di consensi, tanto da portarla alla rielezione per altri due mandati. Questo perché la difficoltà legate al suo ingresso nelle stanze del potere richiedeva un'attribuire maggiore enfasi al suo status di attore politico più che a quello di donna, per superare, soprattutto nella prima fase della sua carriera, lo svantaggio dovuto ai radicati stereotipi che permeavano sia le dinamiche di rappresentanza politica che di rappresentanza mediatica. La ri-femminilizzazione dell'immagine della Thatcher può infatti definirsi un fenomeno recente: esso è attribuibile sia alla massiccia opera di analisi della letteratura moderna, sia al desiderio degli organi di stampa di rendere appetibile il suo modello di leadership, sovvertendo e trasformando il concetto stesso di stereotipo che viene adattato dalla memoria culturale al dibattito politico odierno.

³³ Durante la preparazione alla campagna elettorale, la candidata Thatcher lavorò con l'ex produttore televisivo Gordon Reece per migliorare la dizione e l'intonazione, i fratelli Saatchi, Tim Bell, Bernard Ingham e Ronald Millar.

Capitolo 3

3.1 Genere e democrazia

La storia politica delle donne, in particolare la questione della rappresentanza di genere definita in virtù del rapporto donne-politica, è oggetto di un crescente interesse. La ragione di questa sensibilità è da ricercare probabilmente nella radice culturale del paese, invece che nell'evidenza della debole presenza femminile all'interno delle istituzioni locali e nazionali. Si parla spesso di necessità di "rappresentare la differenza", utilizzando gli stessi toni riservati alla tutela delle minoranze e sottolineando la carenza di identificazione delle elettrici con le donne al potere, poggiando sull'idea che il rappresentante di un gruppo debba essere il più possibile simile ai suoi elettori. Le analisi sino ad oggi condotte concordano nell'indicare una difficoltà evidente da parte delle donne ad insediarsi nelle cariche autorevoli sia all'interno dei partiti che nelle istituzioni. Questo vale anche per le militanti dei partiti di sinistra, comprese quelle del Partito Comunista italiano, che tradizionalmente ha dato maggior spazio alla questione della rappresentanza femminile. A questo dobbiamo poi collegare la teoria della critical mass³⁴, la massa critica: tale concetto suppone che una presenza più elevata di donne all'interno dell'arena decisionale garantirebbe una maggiore sensibilità verso temi e problematiche di gender. Semplificando, la minore rilevanza di questi argomenti all'interno del dibattito pubblico andrebbe attribuita al basso numero di rappresentanti di sesso femminile rispetto ai colleghi uomini. Entrambi i ragionamenti presentano degli aspetti di criticità. Il primo non tiene conto del fatto che la rappresentanza è un meccanismo politico estremamente complesso, collegabile agli assunti di diversità, ma che coinvolge una moltitudine di aspetti e convinzioni personali legati alla definizione dell'identità individuale che rendono impossibile una classificazione idealtipica della "candidata che le donne

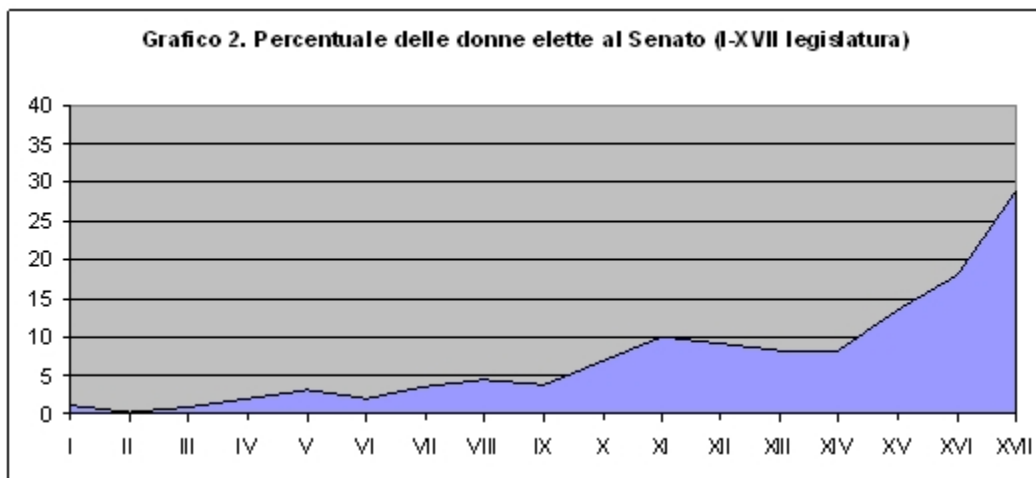
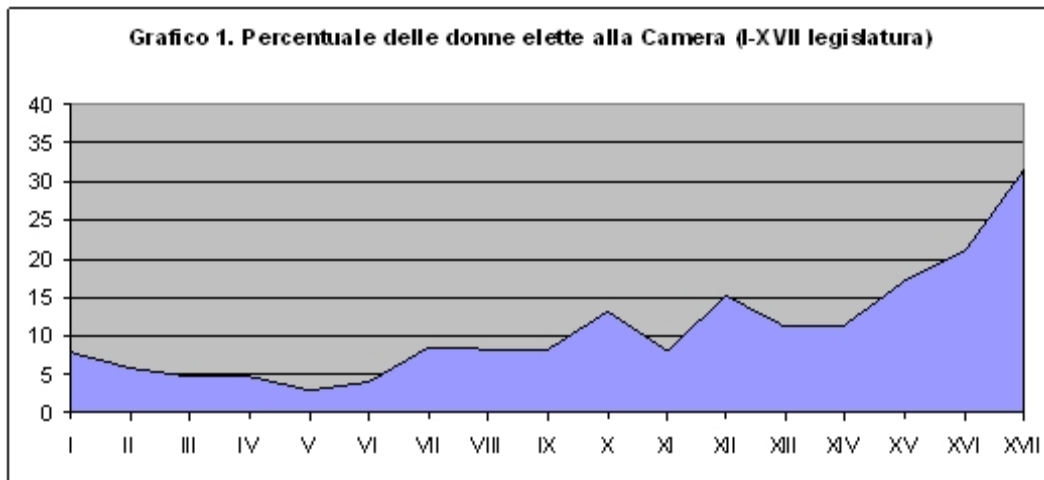
³⁴ Elaborato da Rosabeth Moss Kanter (1977) e Drude Dahlerup (1988), il dibattito sulla critical mass delle donne in politica analizzava casi di donne che costituivano piccole minoranze organizzate in ambito politico ed economico. La teoria è stata di recente criticata: la relazione causale tra numero delle donne presenti in ruoli al vertice e l'approvazione di policies specifiche non solo non è dimostrata ma può risultare addirittura fuorviante.

voterebbero”. Il secondo invece dimentica che, non costituendo un corpo a parte all’interno della società, le donne non sono identificabili come portatrici di interessi parziali, bensì generali. Nell’applicazione della questione di genere al quadro istituzionale, appare evidente la tendenza a riservare alle donne quei compiti che richiedono capacità di cooperazione, ricettività, accoglienza, emotività, intuizione e sintesi. Il tentativo di collegare esclusivamente la difesa della categoria femminile a politiche sociali potrebbe comunque avere dei risvolti pericolosi, generando dei meccanismi di “falsa” rappresentanza. È il caso delle così dette *quote rosa*: nate come strumento di tutela della rappresentatività femminile in ogni settore, si sono rivelate scarsamente efficaci. Il loro scopo di rimuovere gli stereotipi tradizionali e accelerare il processo di accettazione delle figure femminili nell’arena politica ha portato piuttosto ad una delegittimazione della figura femminile e ostacolato un’applicazione reale di sistemi meritocratici.

Un ulteriore strumento, promosso durante la Conferenza di Pechino (1995), è quello del *gender mainstream*, il quale descrive una serie di procedure attuabili sia trasversalmente che a livello centrale nei paesi membri delle Nazioni Unite, al fine di tutelare le pari opportunità tra donne e uomini. Si richiede un coinvolgimento effettivo delle donne all’interno dei processi decisionali, basato sul concetto di empowerment. In realtà anche questo strumento non ha portato ai risultati sperati, scontrandosi con la rigidità istituzionale di alcuni stati, in particolare a livello di amministrazioni locali. Finché si continuerà a considerare la presenza delle donne in politica come il frutto di un compromesso non si potrà aspirare ad una reale parità tra i generi. La difficoltà sta nel non cadere nell’errore opposto: si potrebbe infatti obiettare, facendo leva sulla definizione classica di rappresentanza politica, cioè slegata da sesso ed interessi particolare, finendo con il ridimensionare negativamente la problematica della rappresentanza femminile. L’EIGE, l’istituto europeo per l’uguaglianza di genere ha redatto nel 2013 il primo rapporto sull’indice dell’uguaglianza di genere³⁵, rapporto aggiornato al 2015 che analizza i dati raccolti tra il 2005 e il 2012. In un’analisi di 27 paesi, l’Italia è al 20° posto con un punteggio di 41,4 posizionandosi quasi 12 punti sotto la media europea. Dai dati riguardanti solo il caso italiano si evince quanto la presenza femminile negli organi costituzionali sia ancora esigua, ma di come si stia registrando un aumento, seppur

³⁵ Il valore dell’indice si calcola su sei settori e va da un minimo di 1 (disparità assoluta) ad un massimo di 100 (piena uguaglianza di genere)

lento, di donne in Parlamento. Le elezioni politiche del febbraio 2013 hanno segnato un punto di svolta, registrando il superamento della soglia del 30% di presenza femminile e posizionandosi al di sopra del 27% (media europea).



Vari sono gli argomenti a sostegno della necessità di un maggior numero di donne nell'arena politica, ma senza scomodare teorie femministe sull'ingiustizia del monopolio maschile di potere, si può sottolineare l'urgenza di una diversa "qualità" nel rappresentare: non si parla di donne che rappresentano le donne o temi "più femminili" di altri, ma del deficit rappresentativo di una democrazia che con più di sessanta milioni di abitanti, non supera il 32% di donne in Parlamento.

Una serie di studi collegano la presenza delle donne in ruoli di rappresentanza istituzionale al livello di democrazia di un paese: è da sottolineare come i paesi che occupano i primi posti all'interno del Democracy Index³⁶ siano gli stessi ad aver raggiunto i primi posti nell'analisi del Global Gender Gap. Dunque, la prospettiva di genere può essere letta come conditio sine qua non di un sistema democratico. L'unica strada perseguibile per il raggiungimento di una democrazia realmente paritaria prevede l'utilizzo di policies mix, intervenendo da un lato sui fattori sociali che ostacolano l'ingresso delle donne nell'arena decisionale, generando fenomeni di autoesclusione, dall'altro attraverso l'eliminazione istituzionale di ostacoli strutturali: sono infatti da indagare le ragioni dell'accesso limitato al mondo della politica nel supporto fornito dai partiti alle candidate, nella carenza di fondi messi a loro disposizione, nella mancanza di politiche di indirizzo verso percorsi formativi specifici in ambito di leadership e infine nella natura del sistema elettorale. Al di là dell'impegno messo nel ricercare riforme strutturali efficaci, al problema culturale resta l'ostacolo più grande, soprattutto in paesi radicalizzati nei loro stereotipi tradizionali come l'Italia. La donna, ancora percepita come un outsider politico, resta intrappolata nella rete del double bind, rafforzata da una copertura mediatica troppo incentrata sulla fisicità. Un esempio di virtuosismo arriva dai Paesi Scandinavi, dove i partiti hanno previsto dei sistemi di inclusione delle donne al loro interno, riuscendo a raggiungere alte percentuali di rappresentanza sia in Parlamento che al Governo, senza interventi legislativi o riforme costituzionali. A questo proposito vorrei citare le analisi riguardanti la teoria della *womenomics*: termine coniato per la prima volta da The Economist nel 2006, si riferisce ad un'analisi economica che mette in relazione l'employment femminile e lo sviluppo economico mondiale. Secondo questa analisi per 100 donne che entrano nel mondo si creano altri 15 posti, a seguito della necessità di delegare il "lavoro di casa". La differenza tra questa teoria e le tradizionali politiche di pari opportunità sta nel fatto che quest'ultime, sui moti del femminismo anni 70', andavano a formulare degli strumenti legislativi strutturati sul concetto di difesa delle minoranze, come se le donne fossero una categoria da tutelare, dei "diversamente uomini". Oggi il discorso è ribaltato. Non si tratta più di soddisfare l'interesse di un gruppo sociale e i dati parlano chiaro: uno studio condotto dalla Goldman Sachs ha dimostrato che il

³⁶ La rivista The Economist monitora lo stato di democrazia in 167 paesi, in base a quattro criteri: elezioni nazionali libere ed eque, sicurezza per l'elettorato, quanto siano influenti governi o poteri stranieri e la capacità dei funzionari di implementare modifiche. La classifica citata fa riferimento ad una stima del 2015 ed è consultabile sul sito eu.com

prodotto interno lordo mondiale sarebbe del 13% più elevato se le donne fossero posizionate esattamente come gli uomini nel mondo del lavoro. Il risultato della ricerca potrebbe essere calcolato escludendo una serie di variabili esogene, ma in ogni caso ci induce a riflettere sulla fondamentale di valorizzare i talenti senza tener conto delle differenze di genere, ancor meno in un periodo di stretta economica come quello che stiamo vivendo. In Italia i riscontri non sono ancora rassicuranti, forse a causa di ragioni culturali, dello squilibrio in ambito di formazione, di tipo di lavoro ricercato dalle donne o dall'insieme di questi ed altri fattori. Certo, il passo dal sostenere che le donne devono lavorare di più al cadere nel paradosso della cuoca³⁷ è breve: le italiane lavorano, e tanto, ma si pecca di capacità di valorizzazione di questo impegno. Ora, secondo l'ONU, la crescente presenza delle donne nel mondo del mercato, come consumatrici, investitrici e imprenditrici, ha portato a riscontri positivi anche in ambito di rappresentanza politica: la rappresentanza femminile nei seggi parlamentari dei paesi membri è in crescita, sebbene si fatichi ancora a superare il cosiddetto "soffitto di cristallo". Ogni anno infatti, a seguito delle ricerche pubblicate dalla Cranfield University circa l'assenza di figure femminili nei ruoli di potere si solleva un gran polverone mediatico, che per giorni si trascina sui dibattiti e riferimenti ai paesi scandinavi, per passare poi nel dimenticatoio, almeno fino al rapporto dell'anno seguente. In sintesi: la presenza femminile in ruoli di leadership vuole e deve essere letta come valore aggiunto, come fattore di sviluppo economico e sociale, come indice di democrazia di un paese. Non si può continuare a ragionare in termini di ruoli tradizionali e caratteristiche intrinseche nell'identità individuale, ma di esaltazione di queste qualità al fine di sviluppare un ciclo virtuoso. Ed ecco che il concetto di empowerment si ripresenta, con un significato ancora più forte: dare potere a coloro che per attitudine e preparazione, lo meritano.

3.2 Parità di genere: una sfida europea³⁸

La questione della democrazia paritaria viene troppo spesso considerata come argomento a sé stante, isolato e lontano da altri temi della politica e della vita socio-

³⁷ Paradosso della cuoca: se pago la mia cuoca il suo stipendio entra nel PIL nazionale, se la sposo diminuisco la produzione e quindi la ricchezza del mio paese. Tale paradosso vuole quantificare lo stock di lavoro domestico se questo fosse retribuito e meglio ripartito tra i due sessi.

³⁸ Valentina Bazzocchi e Isabella Lucati, "Parità di genere nell'UE e riflessi nell'ordinamento italiano". Progetto realizzato con il contributo del Dipartimento per le Pari Opportunità. Europeanrights.eu

economica. È indubbio come la questione di genere abbia carattere trasversale e sono ormai numerosi gli studi che dimostrano il collegamento proporzionale tra rappresentanza femminile e crescita economica³⁹. L'attuale recessione economica diventa così spunto di riflessioni su problematiche economico-sociali di cui le donne possono e devono essere parte della soluzione. Questa era la chiara visione dei fondatori della Comunità Europea, la quale nasce con uno stampo prettamente economico e getta da subito le basi per la tutela di tutti i lavoratori, impegnandosi a vigilare sulla figura della donna in quanto lavoratrice e madre. L'attuale Unione Europea inserisce già nel trattato di Roma del 1957 il principio di parità retributiva⁴⁰. Più precisamente, l'art. 119 del Trattato CEE dichiara:

“Ciascuno Stato membro assicura durante la prima tappa, e in seguito mantiene, l'applicazione del principio della parità delle retribuzioni fra i lavoratori di sesso maschile e quelli di sesso femminile per uno stesso lavoro. Per retribuzione deve essere inteso, ai sensi del presente articolo, il salario o trattamento normale di base o minimo, e tutti gli altri vantaggi pagati direttamente o indirettamente, in contanti o in natura, dal datore di lavoro al lavoratore in ragione dell'impiego di quest'ultimo. La parità di retribuzione, senza discriminazione fondata sul sesso, implica:

- a) che la retribuzione accordata per uno stesso lavoro pagato a cottimo sia fissata in base a una stessa unità di misura,
- b) che la retribuzione corrisposta per un lavoro pagato a tempo sia uguale per un posto di lavoro uguale.”

Spettò alla Corte di Giustizia della Comunità Europea sanzionare le inadempienze degli Stati: un esempio è dato dalla sentenza derivante dal caso C-43/75 Defrenne vs. Sabena⁴¹, all'interno della quale la Corte non solo si scaglia contro le discriminazioni

³⁹ Speroni, Donato (2007) *Womenomics, l'economia al femminile*, East

⁴⁰ L'art. 119 del Trattato CEE corrisponde oggi all'art. 157 TFUE (ex art. 141 TCE) al quale si aggiungono i commi 3 e 4:

3) Il Parlamento europeo e il Consiglio, deliberando secondo la procedura legislativa ordinaria e previa consultazione del Comitato economico e sociale, adottano misure che assicurino l'applicazione del principio delle pari opportunità e della parità di trattamento tra uomini e donne in materia di occupazione e impiego, ivi compreso il principio della parità delle retribuzioni per uno stesso lavoro o per un lavoro di pari valore.

4) Allo scopo di assicurare l'effettiva e completa parità tra uomini e donne nella vita lavorativa, il principio della parità di trattamento non osta a che uno Stato membro mantenga o adotti misure che prevedano vantaggi specifici diretti a facilitare l'esercizio di un'attività professionale da parte del sesso sotto rappresentato ovvero a evitare o compensare svantaggi nelle carriere professionali.

⁴¹ L'Hostess Gabrielle Defrenne accusava la compagnia aerea Sabena, presso la quale lavorava, di discriminazione in fatto di retribuzione, considerando l'inferiorità del suo stipendio rispetto ai colleghi Stewart, con i quali divideva i medesimi compiti.

dirette e palesi, così come previsto dall'art. 119, ma vieta anche quelle indirette e simulate⁴².

Il Trattato di Maastricht, noto anche come Trattato dell'Unione Europea, venne siglato il 7 Febbraio 1992 dai 12 Paesi allora membri della Comunità Europea ed entrò in vigore il 1° Novembre 1993, delineando i parametri economici e le regole politiche necessari per diventare Stato membro dell'Unione. Tale trattato affronta nuovamente le tematiche delle pari opportunità, conferendo agli Stati la facoltà di adottare gli strumenti necessari al raggiungimento del principio di parità e non discriminazione. È opportuno ricordare che tra gli strumenti selezionati figurano le famose “quote rosa”. Le quote vengono descritte dalla Commissione come “misura positiva che stabilisce una percentuale o un numero fisso per la rappresentanza di una categoria specifica di persone. Le quote possono essere incluse nella legislatura nazionale (nel diritto elettorale, di uguaglianza, del lavoro e costituzionale) oppure applicate su base volontaria (quote dei partiti politici, soft quotas)”. Si pose in seguito l'accento sull'individuo in quanto tale ribadendo, all'interno del Trattato di Amsterdam,⁴³ il principio di parità tra donne e uomini in virtù di una prospettiva volta a costruire una dimensione europea impegnata verso lo sviluppo sociale. Il presente trattato dà al Consiglio la possibilità di: “prendere i provvedimenti opportuni per combattere le discriminazioni fondate sul sesso, la razza o l'origine etnica, la religione o le convinzioni personali, gli handicap, l'età o le tendenze sessuali.”⁴⁴

Un'ulteriore tappa nel processo di evoluzione della parità di genere viene sancita attraverso la riforma dei trattati tenutasi a Lisbona (2009), la quale attribuisce alla Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea⁴⁵ valore giuridico, qualificando

⁴² Nella sentenza leggiamo: “Non si può infatti negare che la realizzazione integrale dello scopo perseguito dall'art. 119, mediante l'eliminazione di qualsiasi discriminazione fra lavoratori di sesso femminile e lavoratori di sesso maschile, tanto diretta quanto indiretta, nell'ambito non solo delle singole aziende, ma anche d'interi settori industriali o persino dell'economia nel suo complesso, può richiedere in determinati casi l'adozione di criteri da determinarsi con opportuni provvedimenti comunitari o nazionali. Questo modo di vedere è tanto più irrefutabile in quanto gli atti comunitari in materia (...) danno attuazione all'art. 119 ampliando il criterio di “stesso lavoro”, in conformità fra l'altro con le disposizioni della Convenzione N.100 sulla Parità di Retribuzione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (1951), il cui art. 2 parla di parità di retribuzione per un lavoro di uguale valore.”

⁴³ Il Trattato di Amsterdam venne firmato il 2 Ottobre 1997 dagli allora 15 Paesi dell'Unione Europea ed è entrato in vigore il 1° Maggio 1999.

⁴⁴ Art. 6

⁴⁵ La Carta dei Diritti fondamentali viene proclamata per la prima volta il 7 Dicembre 2000 a Nizza, e successivamente nel 2007 a Strasburgo. L'art. 21 della carta ribadisce quanto esemplificato nell'art. 6 del trattato di Amsterdam: “..è vietata qualsiasi forma di discriminazione fondata sulla cittadinanza, fatte salve le disposizioni particolari contenute nei trattati stessi”.

il principio di parità di genere come uno dei cinque valori fondanti e tutelati dall'Unione. Ai sensi dell'art. 2 TUE:

“L'Unione si fonda sui valori del rispetto della dignità umana, della libertà, della democrazia, dell'uguaglianza, dello Stato di diritto e del rispetto dei diritti umani, compresi i diritti delle persone appartenenti a minoranze. Questi valori sono comuni agli Stati Membri in una società caratterizzata dal pluralismo, dalla non discriminazione, dalla tolleranza, dalla giustizia, dalla solidarietà e dalla parità tra donne e uomini.”

Art. 3 TUE:

“ L'Unione si prefigge di promuovere la pace, i suoi valori e il benessere dei suoi popoli.”

Per decisione del Parlamento Europeo e del Consiglio⁴⁶, è stato istituito l'Anno europeo delle pari opportunità per tutti, al fine di promuovere una campagna di sensibilizzazione sul tema della discriminazione: l'azione europea si incentra sulla promozione della lotta agli atteggiamenti e comportamenti discriminatori principalmente attraverso l'informazione. È infatti ritenuto fondamentale che i cittadini dispongano di una conoscenza completa di quelli che sono i loro diritti e i loro obblighi di natura giuridica. I lavori per questo progetto sono iniziati nel 2006, anno tra l'altro della nascita dell'Istituto Europeo dell'uguaglianza di genere⁴⁷: strumento di supporto all'azione statale, l'istituto non solo promuove l'informazione, ma suggerisce anche la metodologia e le tecniche con le quali attuare le policies necessarie ad armonizzare l'azione dello Stato membro con l'obiettivo europeo. L'Istituto ha inoltre messo a punto il Gender Equality Index, un indice che ci fornisce informazioni circa i valori sommarî sulla parità in settori (lavoro, denaro, conoscenza, tempo, potere, salute e violenza), per ogni Stato europeo. Come spesso accade, nonostante il forte impegno dell'Unione nel conciliare il suo ruolo di guardiania con il raggiungimento degli obiettivi propostisi, molte sono state le critiche circa la reale capacità dei Trattati di operare un cambiamento forte nei brevi tempi stabiliti. Si accusa l'Unione di incapacità nel mettere in campo proposte reali, definendo una politica chiara e in grado di sradicare gli stereotipi di genere esistenti

⁴⁶ Decisione n. 771/2006/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 maggio 2006, che istituisce l'anno europeo delle pari opportunità per tutti (2007) – Verso una società giusta.

⁴⁷ Adottato tramite Regolamento (CE N.1922/2006) dal Parlamento Europeo e dal Consiglio.

in ogni settore della nostra quotidianità. Non mi sento di poter condividere a pieno tali critiche: la forte volontà da parte dell'Unione di rendere tali temi centrali è stata chiaramente confermata più volte, anche attraverso il passaggio di competenze in merito ad uguaglianza di genere e lotta alla discriminazione dalla DG Occupazione, affari sociali e inclusione della Commissione Europea (EMPL) alla DG Giustizia (JUST). E ancora, è interessante notare come il Parlamento Europeo abbia affermato nella Risoluzione del 17 Giugno 2010 la necessità di considerare la parità di genere come elemento caratterizzante dell'identità culturale e politica europea.

Non bisogna però semplificare erroneamente il lavoro degli organi europei. Non si tratta solo di promuovere la parità attuando specifiche misure a favore delle donne, ma mobilitare forze politiche e non, supportando le azioni degli Stati Membri e indirizzarne le scelte verso la realizzazione di politiche antidiscriminatorie combattendo ogni distinzione in ordine di sesso, etnia, religione, credo politico, età ecc. La visione europea appare chiara nella risoluzione della Corte di Giustizia circa il caso Roca Àlvarez⁴⁸: secondo la normativa spagnola, le madri aventi status di lavoratore subordinato possono beneficiare, durante i nove mesi successivi alla nascita del bambino, di una riduzione dell'orario lavorativo definita con il termine forviante di "permesso per allattamento". È espressamente previsto che il permesso possa essere utilizzato indistintamente dal padre e dalla madre, qualora entrambi godano di suddetto status. Il sig. Pedro Manuel Roca Àlvarez non poteva avvalersi di tale permesso, in quanto sposato con una lavoratrice autonoma e non subordinata. La Corte ha riconosciuto che il mancato riconoscimento di tale diritto ai padri lavoratori perpetuasse una distribuzione tradizionale dei ruoli tra donna e uomo, inducendo in questo caso la madre a limitare propria attività professionale, costringendola a farsi carico da sola delle responsabilità derivanti dalla nascita del bambino. Scopo della sentenza è dunque non solo tutelare la donna in quanto lavoratrice ma anche incoraggiare la parità genitoriale, attraverso il fondamentale riconoscimento giuridico del diritto al congedo per maternità stabilito dalla carta dei diritti.

L'impegno per l'eliminazione tutti quegli elementi che ostacolano il raggiungimento di una parità effettiva si sta concentrando su due grandi livelli: da una parte la lotta alle violenze di genere e dall'altra la tutela del mercato del lavoro. Il discorso di genere viene così ricompreso all'interno della tutela dei Diritti Fondamentali

⁴⁸ Corte di Giustizia, sentenza del 30 settembre 2010, causa C-104/09, Roca Àlvarez

dell'Individuo e letto come condizione imprescindibile per il raggiungimento degli obiettivi di crescita e coesione sociali.

3.3 Verso un nuovo genere di leadership?

Abbiamo analizzato finora lo scenario attuale della leadership al femminile, soffermandoci sugli errori e gli ostacoli che generalmente una donna si trova ad affrontare nel suo percorso verso un ruolo di potere. Siamo consapevoli dell'impossibilità di arginare i fenomeni di double bind e banalizzazione in tempi brevi, ma resta contingente la necessità di definire un nuovo schema, in modo da non scivolare in modelli di leadership che incarnino valori strettamente maschili. Quello di Hillary Clinton ben esplica il caso di leader che ha dovuto lottare contro il pregiudizio culturale, nonostante le innegabili capacità dimostrate in campo politico e diplomatico. Durante le elezioni presidenziali americane del 2008, la sua candidatura ha attirato l'interesse mediatico mondiale incrinando per la prima volta nella storia degli Stati Uniti il "soffitto di cristallo", segnando un punto di svolta per la storia politica del paese. L'eccezionalità di questa tornata elettorale sta non solo nel vedere una donna in corsa per la casa bianca, ma un afro-americano come suo avversario. Gli squilibri presenti nel mondo mediatico e nella loro attività di analisi della candidatura Clinton hanno portato la senatrice a scontrarsi con bias di genere: il nesso potere-virilità è stato alimentato per decenni, fino a radicalizzarsi nell'immaginario comune e nello spirito americano. Una serie di studi hanno ipotizzato che gli attentati terroristici che hanno scosso il paese, in particolare quello dell'11 settembre, abbiano in qualche modo influito su tale inclinazione a favorire una leadership forte, dai tratti tipicamente maschili. A questo bisogna aggiungere il continuo richiamo dei media alla presidenza Clinton del 1993-2001 con particolare focus sulla first lady e il suo ruolo poco tradizionale di capo dell'unità sulla Riforma della Sanità Nazionale. Un primo tentativo di arginare gli effetti del double bind fu quello di tematizzare la coesistenza di femminilità e forza, in una dimensione che si ricollegava alla grande esperienza in campo politico della Clinton, sebbene questa strategia non sia stata propriamente un tratto distintivo della sua campagna: ancora una volta, torna l'errore di voler indossare panni maschili definendosi come potenzialmente "miglior presidente possibile". Non si può certo dire che la Clinton abbia sofferto per il limitato volume di attenzione dei media - in genere riservato alle

donne - considerando che in 11 mesi di campagna è stata continuamente al centro del dibattito mediatico: da una parte, subiva l'analisi giornalistica a cui tutti i politici americani devono inevitabilmente sottoporsi, dall'altra lo scrutinio critico e la diffidenza legata al suo essere donna. È chiaro come abbia pagato da un lato il peso dell'ingombrante ombra del marito, che paradossalmente nel sostenerla ha finito con il rendere meno credibile e stabile l'immagine della sua candidatura, e dall'altro la sua appartenenza di genere. Allo scadere della campagna, la necessità di dimostrarsi aggressiva e determinata alla pari dei suoi avversari e in risposta ai continui attacchi mediatici l'ha trascinato nella morsa del doppio vincolo, ribaltando l'immagine di donna forte ed esperta di politica in quella di una calcolatrice, fredda predatrice. Al di là degli errori strategici e dei limiti sistemici con la quale ha dovuto misurarsi, la prima campagna ha pagato il suo desiderio di voler a tutti i costi dimostrare la sua competenza, favorendo il modello di leadership carismatico ed empatico di Barack Obama. La cattiva gestione della comunicazione è un punto su cui la Clinton ha lavorato moltissimo in vista della nuova corsa alle presidenziali che si terranno a novembre. È stata rafforzata la capacità di costruire il consenso attraverso la scelta di dare valore all'onestà intellettuale, mettendo i suoi elettori al centro del discorso politico, focalizzando i messaggi su blocchi tematici precisi ed espressi con chiarezza, rispettando la base culturale dei fruitori di tali messaggi. Il tentativo è quello di costruire un vero e proprio show, ribaltando quelli che sono i punti chiave della campagna nella chiave di lettura della rinascita del paese. Grande attenzione viene riservata all'endorsement social, dando risalto in primis all'aspetto emozionale, fondamentale tanto nel public speaking quanto sul web. Il tentativo di avvicinarsi alle persone, focalizzandosi su storie reali, presentando messaggi concreti e vicini all'orizzonte quotidiano del target elettorale ha permesso alla Clinton di portare avanti un tentativo di conciliazione tra caratteristiche prettamente femminili, con l'immagine di powerful woman.

Recuperando il lavoro di Roger-Gérard Schwartzberg, una prima ipotesi di modello che si allontana dai canoni tradizionali, è quello della Madre della Nazione: le donne leader non possono e non vogliono incarnare un modello portatore di valori prettamente maschili, privilegiando l'esaltazione della differenza di genere a loro vantaggio. La strategia è basata sul proiettare esternamente un'idea supportata anche dal lavoro dei media, sfruttando gli effetti di banalizzazione e di stereotipizzazione, anche al fine di creare una maggiore copertura mediatica su temi focali della

campagna elettorale. Ora, il vantaggio delle donne sta nel presentarsi come outsider del mondo politico, mantenendo comunque un collegamento con temi a stampo tradizionale: la capacità delle candidate di far proprio questo aspetto, evitando gli ostacoli culturali e sfruttando l'azione mediatica, potrebbero condurre alla vittoria. L'immagine da proiettare non è schematizzabile tramite regole rigide, in quanto ogni candidata ha le sue caratteristiche, ma dovrebbe seguire una congiunzione tra aspetti simbolicamente legati al concetto di cura ed una struttura autoritaristica vicina a quella che attribuiamo all'idea di madre. Il ruolo di questa figura nella vita di ogni individuo può definire due ambiti distinti: quello della prima educazione e socializzazione, e quello della cura e della sicurezza. Nel tentativo di staccarsi dal modello maschile, questa ipotesi potrebbe fornire una prima sintesi tra la concezione forte di leadership tradizionale e la concezione culturalmente radicata nella società di identità femminile. Il maggior difetto di questa ipotesi sta nel tentativo di sostituire un sistema patriarcale con un nuovo modello ma di stampo matriarcale. L'idea di impostare una leadership femminile sul modello di matriarcato è riconducibile all'esperienza politica di Golda Meir, premier dell'allora neonato stato ebraico. Il successo della Meir è collegabile soprattutto alla struttura sociale e familiare ebraica, a stampo matriarcale, che dunque si presta perfettamente ad un modello di potere femminile come questo. Il caso israeliano però è da leggere come un'eccezione, in quanto non riproducibile all'interno di altri contesti sociali. Per esempio, la struttura sociale italiana, congelata dal ventennio fascista, mantiene vivi, ancora oggi, degli elementi tipici della struttura patriarcale che non renderebbero possibile un'efficace trasposizione del modello di "madre della nazione" nello scenario politico, o quantomeno che non produrrebbero lo stesso successo registrato durante la presidenza Meir. Probabilmente ad oggi gli unici modelli realmente efficaci sono quelli transazionale e trasformazionale: entrambi si prefiggono di analizzare il carisma del leader in virtù del suo rapporto con i suoi collaboratori, sebbene nel primo modello tale rapporto si basi su ricompense mentre il secondo fa affidamento a leve più emozionali, come la motivazione e l'identificazione dello staff con la mission del progetto. Mentre nel primo caso si assiste ad una volontà di conservare le dinamiche già presenti nell'organizzazione, il secondo caso sviluppa un modello evolutivo il cui intervento è in grado di cambiare le "regole del gioco". In particolare, la leadership trasformazionale ha la peculiarità di spingere il team ad andare al di là delle aspettative, ottenendo risultati maggiori di quelli preventivati. Ciò è possibile

grazie alla valorizzazione delle risorse umane interne alla squadra del candidato. Alla base di questo modello vi è la necessità di ripensare ad una nuova leadership in termini di potere: non è più mutua persuasione, secondo l'accezione weberiana, ma è un vero e proprio scambio promosso dal leader che partecipa attivamente al processo di crescita del potenziale dei suoi followers, assistendoli e motivandoli. Egli ne alimenta le speranze, i desideri e le ambizioni, lavorando con loro alla realizzazione di un progetto comune. In virtù delle sue stesse caratteristiche, una figura femminile ha tutte le carte in regola per fare proprio un modello di leadership trasformazionale. Il cuore della questione sta nel fatto che le donne non sanno e non vogliono identificarsi in un modello di leadership hard, ma vedono il potere come la chiave per fare qualcosa, ottenere risultati, migliorare la vita degli altri. E tale modello fa leva sulla considerazione individualizzata, la stimolazione intellettuale, la motivazione, il coinvolgimento e l'uso del carisma. È una lettura pragmatica del concetto di potere, lontana da qualsiasi interpretazione finora attribuitagli. Come ho sottolineato più volte, tradizionalmente si attribuisce alle donne la capacità emozionale di sentire gli altri, di costruire un forte legame empatico, di comunicare. Dunque la strada percorribile, ad oggi, per tutte quelle donne che aspirano al ruolo di leader, è quella della valorizzazione delle loro peculiarità, investendo sulla differenza, e sfruttando i media, per quanto possibile, a loro vantaggio.

Conclusioni.

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una crescita dell'interesse istituzionale verso le questioni di genere. In ambito di rappresentanza, la mancata parità di genere viene spesso associata al dibattito riguardante la crisi democratica che sta interessando sempre più paesi nel mondo. Con democrazia, infatti, si intende un sistema di governo all'interno del quale ogni cittadino partecipa alla vita politica del paese, attraverso il diritto di elettorato attivo e passivo. Durante la seconda metà del secolo scorso, numerosi regimi autoritari e dittatoriali sono stati sostituiti con dei sistemi democratici, ma questo non è sufficiente: alla base del progetto democratico devono esservi basi solide, per scongiurare fenomeni come malfunzionamenti interni, corruzione, crisi economiche, negazione dei diritti fondamentali. Per quanto tale modello possa rappresentare una "aspirazione universale" necessita dunque di un lento lavoro delle istituzioni e radici culturali solide.

Questa crisi ha coinvolto anche le democrazie più longeve, minandone i pilastri. Ogni giorno si fa più urgente la necessità di un intervento ad opera dei governi, per ristabilire la credibilità e la forza di questi sistemi sia sul piano estero che interno. I leader moderni, consapevoli dei cambiamenti in atto, percorrono nuove strade: il modello di leadership tradizionale sta decadendo, incapace ormai di rispondere alle mille esigenze di un popolo sempre più informato e consapevole. Lo sviluppo dei nuovi mezzi di comunicazione, in particolare l'avvento di internet, sta cambiando completamente il modo di fare politica. Oggi il candidato non solo deve rispondere ai criteri tradizionali, ma deve anche essere in grado di creare un legame empatico con l'elettorato, deve saper comunicare, ascoltare, coinvolgere ed emozionare. Deve soddisfare la domanda di spettacolarità dei media e contemporaneamente rappresentare gli interessi della popolazione, trasmettendo inoltre un'immagine di forza e affidabilità sul piano della politica estera.

La crisi della vecchia politica, legata al modello di leadership tradizionale a stampo maschile, sta aprendo le porte a nuove soluzioni e visioni. L'adozione del concetto di potere, non più letto secondo l'accezione weberiana, ma in chiave pragmatica, potrebbe liberare le donne dalla necessità di doversi adattare a modelli maschili pur di risultare credibili come leader. L'ipotesi di un modello di leadership

trasformatore diventa dunque una strada vincente: ogni comportamento umano è influenzato da bisogni e questo nuovo leader è in grado di far corrispondere gli obiettivi dell'individuo con quelli della comunità, motivandolo e incentivandolo a dare il massimo, riuscendo contemporaneamente a coinvolgerlo positivamente all'interno di un progetto comune. Si innesca così un ciclo virtuoso, basato su un rapporto di reciprocità e scambio.

L'attitudine femminile alla gestione dei rapporti con gli altri, all'ascolto, alla comprensione e intuizione delle dinamiche sociali si adatta naturalmente al modello trasformatore: nel settore aziendale, i risultati della leadership femminile o l'uso della diversity all'interno di un team si conoscono da anni. È l'impatto emozionale trasmesso da chi realmente è in grado di fare squadra, ispirando valori condivisi e fiducia, a cambiare i risultati, garantendo performance elevate. In Italia l'evoluzione del dibattito sulla questione di genere sta facendo dei lenti progressi, mantenendosi al di sotto della media europea. I tentativi da parte del governo di implementare la presenza femminile nei ruoli di rappresentanza sta influenzando positivamente la cultura politica del paese, sebbene il raggiungimento di una parità socialmente legittimata ed interiorizzata sia ancora lontano. Il passo successivo spetta alle istituzioni, in particolare ai partiti: sta a loro dare vita ad una nuova gestione dell'arena politica, godendo del valore aggiunto prodotto da una reale rappresentanza paritaria. Sul piano internazionale non mancano esempi rassicuranti, frutto dell'impegno non solo dell'azione del singolo stato, ma anche di organizzazioni internazionali o degli organi dell'Unione Europea. Molto è stato fatto, ma il soffitto di cristallo continua ad esistere, seppure incrinato in più punti. L'enorme potenziale legato non solo ai numeri, ma alle singole capacità di ogni essere umano non possono essere accantonate in virtù di una differenza totalmente irrilevante. Le donne non hanno più bisogno di dimostrare di essere in grado di giocare questa partita alla pari degli uomini, ma solo di un'occasione per esprimere tutto il loro potenziale, riconquistando quello spazio, al fianco dell'uomo, dove lavorare insieme alla costruzione di una società all'altezza delle sfide del nuovo millennio.

Bibliografia

- Piccone, Stella, Saraceno (1996) *Genere. La costruzione sociale del femminile e del maschile*, Bologna: Il Mulino
- Bellagamba, Di Cori, Pustianaz (2000) *Generi di traverso*, Vercelli: Mercurio
- Ruspini, Elisabetta (2003) *Le identità di genere*, Roma: Carocci
- Butler, Judit (1999) *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*, Londra: Routledge.
- Gilligan, Carol (1982) *Con voce di donna*, Milano: Feltrinelli
- Cedroni, Lorella (2001) *Rappresentare la differenza: le donne nelle istituzioni elettive*, Roma: Lithos.
- De Blasio, Hibberd, Higgins, Sorice (2012) *La leadership politica. Media e costruzione del consenso*, Roma: Carocci.
- Della Porta, Donatella (2012) *Democrazie*, Bologna: Il Mulino.
- Gauntlett, David (2002) *Media, gender and identity: an introduction*, Londra: Routledge.
- De Blasio, Gentile, (2013) *Cose da donne? La leadership di gender raccontata ai media*, Roma: CMCS-LUISS.
- Tornham, Sue (2007) *Women, Feminism and Media*, Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Urbinati, Nadia (2011) *Liberi e uguali. Contro l'ideologia individualista*, Roma-Bari: Laterza.
- Campus, Donatella (2010) *L'immagine della donna leader*, Bologna: Bonomia University Press
- Fabbrini, Sergio (2011) *Addomesticare il Principe*, Venezia: i Grilli
- Giansante, Gianluca (2014) *La Comunicazione Politica Online*, Roma: Carocci
- Sorice, Michele (2014) *la Comunicazione Politica*, Roma: Carocci
- De Blasio, Emiliana (2012) *Gender Politics. Media, gender e politica: un'introduzione*, Roma: CMCS-LUISS.
- Sorice, Michele (2014) *Sociologia dei Mass Media*, Roma: Carocci
- Cotta, Della Porta, Morlino (2011) *Scienza Politica*, Bologna: il Mulino

- Cocchiara, Antonella (2009) *Donne, politica e istituzioni. Percorsi, esperienze e idee*, Roma: Aracne
- Cammarota, Antonella (2005) *Femminismi da raccontare*, Milano: Franco Angeli

Sitografia

- www.bioetica.altervista.org
- www.camera.it
- www.comunicazionedi genere.wordpress.com
- www.eige.europa.eu
- www.eiu.com
- www.economist.com
- www.eur-lex.europa.eu
- www.europa.eu
- www.europeanrights.eu
- www.ilmessaggero.it
- www.ilsole24h.com
- www.ingenero.it
- www.istat.it
- www.parlamento.it
- www.repubblica.it
- www.sundaytimes.com
- www.treccani.it
- www.un.org
- www.unwomen.org
- www.weforum.org

Abstract

The aim of this work is to investigate the nature of women's leadership, in particular his relationship with the medias. During the last years, it has raised debate about gender studies, that had influenced political and media agenda. Above all, the political issues of flexibility, women's representation, women's rights and equal opportunities between genders, are becoming increasingly real guidelines for national and international policies.

It is necessary to clarify what "gender" means today and why the italian translation causes so much confusion. This term appeared for the first time in an article written by Gayle Rubin and it pointed to behavioral processes through which the society defines the tasks division between men and women. The latin root, genus and the Greek one genos meaning build and it is the reason why we use to connect the term gender to a biological meaning. In fact, although sociological and biological world are linked together, "gender" is the definition of the distance between biological identity and social identity.

The phenomenological school completely drop the individual from his biological nature, defining his identity as a cultural and social product. This vision (gender as a social construct and not biological) is the result of a long debate over gender differences. To get to the point, the three main strands of thought are: biological determinism, which is the theory that consider gender differences as biologically based; the theory of natural difference, that takes into account the biological basis of sex, without excluding the importance of social influence; the gender socialization, that is the rejection of the biological basis of gender differences. This theory considers the gender as the result of social construction. In fact, there are cases where the physical identity does not match with the socially one assigned.

A necessary step into the process of the definition of the gender, is clearly the one who concern the Cultural Studies analysis: in fact, in the theory of dialogue the concept of gender becomes the defining element of identity processes, as well as obtaining media message styles. It is necessary to consider the multidimensional nature of focal media coverage of gender-oriented in politics, in relation to the analysis of various models of leadership. According to the capacity of the media to influence the reading of the world around us, it becomes necessary to know the ways in which they operate, in order to use their instruments in a strategic way. It is indeed

known as the media are now in a position to influence the political agenda by creating content and consent or through the dissemination of specific messages.

For this reason we have to analyze the path of politicization of sexuality, as the historical evolution of the problem of sexual identity in the political arena. The feminists, in this prospective, highlight the critical nature of the social system based on patriarchy, the link to the women's traditional roles and discouragement of the demarcation between private and public world. Feminist movements has experienced over the years strengthening intellectual which led him to become a truly philosophical theory, full of contradiction and different facets. The debate on gender equality, stimulated by the theories of the enlightenment of the French Revolution, resumed as a result of the industrial revolution: around half of the 19th century start to develop the first feminist movements, and it is possible to put in evidence three of the main important strands of thought: the liberal feminism, the (post) marxist and the radical one. The common goal of these currents of thought was denying any connection between gender and biological matter, banishing the female gender stereotype image. Thanks to the work of these early risings, defined as "first-wave feminism" yielded the first awards such as the right to equality before the law, equal education and finally to vote. The evolutionary process of gender has been surging around the 70's of last century, in connection with the student movements and as an aid to a vindication of the rights requested by the LGBT theorists. Today we can note that there has been a slowdown of the process, as the data reported by the Global Gender Gap Report clarifying: according to the latest report, most eurozone countries are classified as "countries in transition" that is not yet landed in a regime effective level playing field, particularly in women's integration in contexts of power and responsibility.

By the way, it is not possible to talk about leadership without talk about power: today the rules of politics are folded into the media world, who defining the concept of power in a new way, different from the Weber's one. The birth of what Sartori called "videopolitica" has produce a number of effects: the most relevant phenomena are the spectacularization of politics, understood as the transformation of the political debate in a television show, and the personalization of politics, in reference to the intimacy created through the media between representative and electorate. That reinforced the image of a leader, as an individual who represents the values of the party and the interests of his electorate. The "Prince" of the new millennium, to quote

Fabrini, must quickly learn the rules of the game, maneuvering skillfully between the media instruments like social networks, blogging, polls, and everything that concern the web democracy.

Once again the boundary between public and private fields becomes fleeting, putting on featured the personal characteristics. The relation leader-followers becomes a bond based on mutual influence: dialectical and strategic capacity, the use of force and influence are no longer sufficient, just because voters want to feel part of the political project and be involved in all respects. It is clear that a model like this began to replace the traditional one, leaving many loopholes for gender-based leadership.

The media can have a dual value: on the one hand they act as extraordinary way of diffusion of the political message and can build consensus among the electorate, the other can become an obstacle for the candidate. That is what often happens to women, who have to confront themselves with the double bind effect: defined by Kathleen Jamieson in 1995, this phenomenon occurs when a woman should take an aggressive attitude to be credible as leader, but is discrediting because his attitude is too aggressive. This means that if a woman tries to strengthen his image as a leader might achieve the opposite effect.

The double bind is not the only filter that is applied by media on women's leadership: a very widespread phenomenon is the banalization effect, that is the act of give weight to more mundane issues, such as privacy or the physical appearance of the candidate, rather than issues of major relevance to political activity itself. The strategies to stem these two effects are minimization and the strategic use of these effects in their favor.

Furthermore, women have to measure themselves with gender stereotypes, which are a categorization mechanism, based on culturally rooted values, used by society to evaluate people. These models suggest a female image linked to the patriarchal model: the abilities and powers of the female candidate does not reflect the ideal of traditional leaders, strictly male model. For this reason, the gender stereotype is a major obstacle for the candidate.

A case in which the stereotype is fixed is the Margaret Thatcher one: the British premier has managed to create a synthesis between masculine and feminine characteristics, winning wide acclaim and being re-elected for another two terms.

In fact, when we talk about leadership, it is no longer sufficient to rely on the traditional model: the new leader must be able to excite, engage and communicate

with the electorate. In my opinion, these features are not the exclusive prerogative of the male nature, but are also effectively used by women. An interesting case of how the management of a female image can produce amazing results is to Ségolène Royal, a candidate in the French presidential elections in 2007. It must however be clear that the ultimate goal of this analysis is to highlight the mistakes of the campaign Royal, in particular as an image too feminine to have penalized, by sliding into the trap of gender stereotypes: the cultural internalization of male models produced in fact a distorted perception of women in the role of leader, categorized it as potentially dangerous.

The political history of women and their relationship with the political representation, is the subject of a growing interest. It is clear that it is no longer possible to turn to women as a social group in need of protection, the bearer of partial interests, rather than general. The survey on women's representation in the world highlights how the cultural characteristics of a country affect these numbers. There are various arguments in support of the need for a greater number of women in the political arena, but without resorting to injustice feminist theories of male monopoly of power, it can emphasize the urgency of a different "quality" to represent: not about women representing women or themes "more feminine" than others, but the deficit is representative of a democracy with more than sixty million inhabitants, does not exceed 32% of women in Parliament.

A number of studies links the presence of women in positions of institutional representation to the level of democracy in a country: it is important to highlight that the countries occupying the top places in the Democracy Index are the same to have reached the first places in ' analysis of the Global Gender Gap. Therefore, the gender perspective can be read as a *conditio sine qua non* of a democratic system. The question of effective equality in fact goes to reconnect to the wider discourse of democratic crisis, stressing that it is now unthinkable a calibrated policy of anachronistic models. You can not keep talking about traditional roles and characteristics related to gender identity, when the exaltation of personal qualities, regardless of the gender of the person, are fundamental values. In a system where democracy is experiencing a crisis, we must consider the importance of the quality of representation, giving power to those who truly deserve it.

The impelling need for action on these issues has been repeatedly reiterated in Europe: the EU does not only protect the respect of human dignity and equality, but it is fighting, particularly in recent years, for the exploitation of female labor. Both of these points have been read in terms of protection of fundamental rights of individuals and thus brought back within the key objectives of the European pathway.

Aware of the obstacles that each woman must face to achieve a leading role, we can sketch out the image of a new model, which is able to synthesize characteristics traditionally associated with political empowerment women. This model is defined transformational: the traditional leadership model is decaying, because it is no longer able to meet the needs of a population increasingly informed and aware. The development of new means of communication, in particular the advent of the Internet, is changing completely the way of doing politics. Today the candidate must not only meet the traditional criteria, but must also be able to create an empathic link with the electorate, must be able to communicate, listen, make a participant and excite. He has to meet the spectacular demand for media and simultaneously represent the interests of the population, by transmitting an image of strength and reliability on the foreign policy plan. The hypothesis of a transformational leadership model becomes therefore a winning path. In fact, this model is based on the leader-followers ratio, leveraging on emotionality, the ability to engage and motivate their staff, to identify your team in the candidate's mission. The capability of this model to match goals and personal needs with those represented by the candidate within his political project stimulate voters, making them feel part of something big. This situation triggers a relationship based on reciprocity and exchange.

The women's ability to manage human relationships, to listen, to comprehend and to perceive the social dynamics, simplify adherence to this model. The testing of this model in corporate environments has produced remarkable results, ensuring high performance. Now it is up to the institutions and in particular the parties to take the first step towards the cultural and structural change towards the exploitation of women. Engaging energies in diversity can create a virtuous cycle, not only from a political and social point of view, but also from an economic one.