

Harvey, Alison (2023), *Studi femministi sui media. Il campo e le pratiche* (traduzione di Olga Solombrino, Introduzione di Federica Timeto), Roma, Meltemi, 327 pp.

AG AboutGender
2024, 13(26), 389-391
CC BY

Carla Panico

University of Coimbra (CES/FEUC), Portugal

Cosa hanno in comune “la vita di una operaia cinese che costruisce iPhone a Zhengzhou e quella di una videoblogger britannica che gira tutorial di bellezza nella sua stanza”?

Praticamente nulla, a parte il genere e il coinvolgimento nel vastissimo mondo della produzione mediatica, da posizioni - e punti della filiera - connessi e opposti: questa complessità è ciò che viene affrontato da Alison Harvey nel suo “Studi femministi dei media. Il campo e le pratiche” (Roma, Meltemi 2023), tradotto in italiano da Olga Solombrino, con la curatela di Federica Timeto.

Definire il campo degli studi femministi sui media pone un significativo numero di sfide: innanzi tutto, quella di definire il campo - o i campi? - del femminismo stesso, nel momento in cui si prova a delineare un pratica di ricerca che si distanzia dalla semplice nozione di “studi di genere”. Una postura femminista, dunque, che assume criticamente la lettura dei generi, dei rapporti di potere ad essi sottesi, e della relazione che il genere intrattiene con un vasto panorama di privilegi ed oppressioni, definito da assi come “età, nazionalità, classe, razza e etnia, così come sessualità, abilità fisica, religione”. (p. 65).

La prima parte del volume, in questo senso, presenta un’ampia collocazione storica dei femminismi e della loro relazione con i media, ripercorrendo il ruolo centrale delle rappresentazioni nelle differenti “ondate”. Per quanto sia più che presente una giusta critica all’eurocentrismo e al pensiero bianco implicito in tali scansioni temporali - quello stesso eurocentrismo che, ci ricorda Harvey, ci porta a celebrare le vittorie delle suffragette inglesi ben più che a studiare le mobilitazioni che hanno portato milioni di donne indiane al voto - tale critica non si spinge tuttavia a mettere del tutto in discussione la quadripartizione lineare delle ondate del femminismo. Questo schema serve, in ogni caso, ad introdurre alcuni dei concetti

chiave, a partire da esempi materiali che, come è proprio della disciplina, oscillano tra la teoria femminista e la cultura pop. Molto presenti nomi di riferimento del femminismo, quali bell hooks - in particolare il suo “Black Looks: Race and Representation”, che tanto aiuta a comprendere la centralità dello sguardo come elemento non neutro da analizzare in qualsiasi narrazione, sia di genere che di razza; o Sara Ahmed, teorica di riferimento dell’*affective theory* (2004) nonché mai abbastanza celebrata inventrice della nozione di “femminista guastafeste” (killjoy, 2010), con cui la postura complessiva del volume sembra tanto essere in debito. Accanto a loro, fanno capolino attrici e popstar, personaggi televisivi e reali, dalle Spice girls a Buffy l’ammazzavampiri - quali esponenti significative di quella ondata di “girl power” dei primi anni 2000 che avrebbe tutto sommato aperto la strada al postfemminismo. È questo un altro concetto centrale nel volume, inteso come una pratica di sussunzione di elementi propri del femminismo in una cornice tutto sommato compatibile con l’antifemminismo. Il risultato è una interpretazione individualista e neoliberale del mito della strong women: una figura femminile glamour e disinibita - à la Sex and the city - che vive in una società in cui le tensioni del femminismo sarebbero state ormai superate.

Concentrandosi su vari aspetti, tra cui le rappresentazioni corporee - con una grande attenzione a questioni scivolose, come la sessualizzazione e il male gaze - il volume propone un metodo di analisi che si concentra soprattutto su un grandissimo punto di forza: studiare le rappresentazioni mediatiche, soprattutto le più mainstream, prendendo profondamente sul serio gli effetti che queste hanno sui vari soggetti coinvolti (produttrici materiali e immateriali, medium, fruitrici); ciò impone di non giudicare i comportamenti e le azioni individuali, quanto essere implacabili nel comprenderne le “matrici di dominazione” (Collins 2008) prodotte e riprodotte, agite e introiettate. Nell’epoca dell’egemonia dei social media su vari aspetti della performance di genere, muoversi tra i nuovi standard corporei proposti dai media e i canoni a cui si finisce, collettivamente, per aderire, diventa un’operazione sicuramente complessa: si tratta di non cedere al moralismo, ma nemmeno risolvere interamente la questione col mantra della scelta individuale, pericolosamente vicino ad un certo tipo di positivity più che conciliabile con, se non direttamente prodotta da, un pensiero neoliberale.

Nella difficoltà di restituire la complessità di un volume che attraversa studi culturali e storia del lavoro, transfemminismo, postcolonialismo e molto altro, una menzione speciale va qui tributata ai media digitali, a cui è dedicata l’ultima sessione, particolarmente utile non solo a chi fa ricerca, ma anche a chiunque voglia destreggiarsi criticamente nel mondo della rete in cui siamo collettivamente immerse. Da un lato, non viene mai meno la dimensione materiale del lavoro digitale, a tutti i vari livelli che sono stati volutamente riassunti dalla citazione in apertura: non sfugge, insomma, la dimensione strettamente sessista del capitalismo digitale, su cui si è soffermato il lavoro di un’altra studiosa femminista, Lilia Giugni (2022), che per tanti

versi riecheggia quello di Harvey. Dall'altro, tuttavia, si lasciano porte aperte sul mondo dell'attivismo digitale e sulle sue possibilità - che citano ma vanno ben oltre il solo esempio occidentale del #metoo - forse ancora da immaginare, mettendo al centro una potenza affettiva ed immaginativa, che richiama alla mente l'opera della teorica femminista dei media Remedios Zafra (2017).

Nella molteplicità interdisciplinare - oltre che volutamente transnazionale - di questo approccio, un aspetto in apparenza sorprendente è il rigore metodologico che viene proposto: a riprova che metodologie flessibili, miste, ma anche fortemente posizionate - rispetto ad assi come la razza, il genere o la classe - non corrispondano ad approssimazione, come un certo pensiero scientifico spesso porterebbe a credere.

Per concludere, i media - con la loro profondissima influenza sulle vite e i corpi di tutte, ma in particolare dei soggetti femminilizzati - sono né più e né meno di un campo di battaglia: una postura femminista implica non potersi sottrarre.

Riferimenti bibliografici

- Ahmed, S. (2004), *Affective Economies*, in *Social text*, vol. 22, n. 2, pp. 117-139.
- Ahmed, S. (2010), *Feminist Killjoys (And Other Willful Subjects)*, in *The Scholar and Feminist Online*, https://sfonline.barnard.edu/polyphonic/print_ahmed.htm.
- Collins, P.H. (2008), *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*, New York, Routledge.
- Giugni, L. (2022), *The Threat: Why Digital Capitalism is Sexist - And How to Resist*; trad. it. *La rete non ci salverà. Perché la rivoluzione digitale è sessista (e come resistere)*, Milano, Longanesi, 2022.
- hooks, b. (2014), *Black Looks: Race and Representation*, New York, Routledge.
- Zafra, R. (2017), *El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital*, Barcellona, Anagrama.