

Abitare gli spazi digitali: prospettive di genere su immaginari, estetiche e pratiche culturali in rete

Paola Panarese*

Sapienza, Università di Roma

Stefania Parisi**

Sapienza, Università di Roma

Francesca Comunello***

Sapienza, Università di Roma

Femminismo e tecnologie: l'immaginario delle origini (e la sua obsolescenza)

Nel 1997, allegato a *Decoder. Rivista internazionale underground* edita da Shake Edizioni, usciva il primo numero di *Fikafutura*. Nelle pagine introduttive, in un breve articolo intitolato «Grrrls need modems», St. Jude affermava:

Le grrrl oggi sono il 34% della popolazione di internet. [...] Nei tempi andati ho spesso avuto la sensazione che, on line, si stesse combattendo una guerra tra i sessi. Molti ragazzi erano convinti di possedere e controllare la rete come se quello fosse stato uno spazio a loro riservato. In realtà è vero che all'inizio non erano molte le grrrl coinvolte nel net, ma ora siamo negli anni Novanta e le grrrl stanno dimostrando grande talento con macchine e computer (St. Jude, 1997, p. 11).

La citazione rappresenta un invito a tornare al momento in cui, non solo in Italia, il rapido e progressivo incremento nella diffusione delle tecnologie digitali ne favoriva il radicamento nelle pratiche degli e delle utenti. Pratiche quotidiane, legate per esempio alla socialità, ma anche, e in un senso tutto nuovo rispetto all'approccio tradizionale dei movimenti sociali nei confronti dei media, *pratiche politiche*. Ed è proprio da questo primo, embrionale approccio politico al *divide* fondato sulle identità di genere e alla necessità percepita delle attiviste di *abitare* e *genderizzare* la Rete¹ che muove la nostra riflessione. Per quasi due decenni, lungo il corso degli anni Ottanta e Novanta, le controculture metropolitane avevano osservato con curiosità e interesse l'evoluzione delle tecnologie

* paola.panarese@uniroma1.it

** stefania.parisi@uniroma1.it

*** francesca.comunello@uniroma1.it

informatiche, avviando percorsi di sperimentazione creativa dei nuovi mezzi. Lo stesso collettivo che avrebbe dato origine all'esperienza editoriale di ShaKe era attivo fin dai primi anni Ottanta sulla scena contro-culturale milanese e la progettazione di *Decoder* rappresentava un tentativo di spostare il dibattito politico su questioni *di frontiera*. L'ispirazione proveniva dalle avanguardie del movimento cyberpunk, attivo soprattutto all'estero, che proponevano tematiche culturalmente e artisticamente avanzate e andavano affermando un immaginario *cibernetico* assai lontano da quello dei movimenti politici del recente passato. Attraverso i linguaggi della narrativa – a partire dai più noti romanzi di Gibson – e dell'espressione artistica – dalle estetiche del fumetto del Professor Bad Trip alle performance di Stelarc e Orlan (Macrì, 1996) fino alle suggestioni scultoree delle macchine post-industriali costruite dalla Mutoid Waste Company – si produceva un immaginario che da un lato rifletteva l'interesse per l'esplorazione degli innesti delle tecnologie nel corpo, dall'altro prefigurava futuri mondi possibili, talvolta distopici, innervati dalle reti informatiche. La potenzialità delle tecnologie di *generare mondi* si declinava nei termini opposti di libertà sconfinata e controllo pervasivo, e proprio a partire da questa dicotomia fondativa, e sulla scorta delle elaborazioni di taglio più teorico di Bruce Sterling, il movimento cyberpunk italiano faceva derivare una lettura delle tecnologie informatiche come strumenti alleati, impiegabili per la lotta politica (Scelsi, 1990).

All'interno di questo stesso movimento non facevano eccezione i gruppi femministi e in generale le soggettività, individuali e collettive, che proprio sul genere costruivano la propria identità. Lungo il corso degli anni Novanta, parallelamente all'affermarsi di internet come spazio discorsivo e alla nascita delle prime comunità di pratica, l'attenzione delle cyberfemministe si concentrava su due questioni. La prima era l'esplorazione *teorica* delle ibridazioni corpo-tecnologia, che seguendo le riflessioni di autrici come Haraway (1991) e Braidotti (1997) si spingeva fino a prefigurare il superamento delle identità biologiche (Braidotti, 1996), sostenute da ambienti digitali considerati come intrinsecamente *transgender*. La seconda questione era la sperimentazione di pratiche che, attraverso processi di progressivo *addomesticamento* delle tecnologie informatiche e integrazione delle stesse nel quadro della *prassi* politica, portavano le attiviste a considerare gli spazi digitali come luoghi in cui manifestarsi in quanto *soggettività non egemoni*.

La fase del *cyberfemminismo*, che abbiamo scelto di richiamare anche per evidenziarne l'impatto trasformativo sugli immaginari legati alla Rete, rappresenta un momento particolarmente vitale nell'arco della lunga evoluzione attraversata dalla riflessione sul rapporto tra tecnologie digitali e dimensione di genere. Agli esordi di questi studi, le analisi si concentravano soprattutto sullo sviluppo di internet, di cui si sottolineavano le origini nel cosiddetto "complesso militare-industriale che, secondo molte critiche femministe, lo caratterizza inevitabilmente come un medium profondamente ancorato a codici e valori maschili" (van Zoonen, 2002, p. 6 – traduzione nostra). E mentre il femminismo liberale negli anni Settanta e Ottanta del Novecento considerava internet e le tecnologie digitali essenzialmente come sistemi *neutri*, soffermandosi sulle pari opportunità nell'accesso alle tecnologie e alle relative professioni (Wajcman, 2007), il femminismo radicale degli stessi anni procedeva lungo una diversa direttrice di analisi e "analizzava la natura *gendered* della conoscenza e della cultura tecnologica" (ibid., p. 289), considerate elementi

costitutivi del progetto maschile di dominio della donna e della natura” (ivi). Una questione particolarmente sentita era quella di *popolare internet*: lo scarto tra generi relativo all’uso delle tecnologie digitali si misurava principalmente sulla dimensione dell’accesso alla rete, riproducendo tra attivisti e attiviste il cleavage tra *haves* e *have nots*, o tra *information rich* e *information poor* (Negroponte, 1995), che i primi studi sul digital divide registravano nella popolazione più ampia.

Assumere uno sguardo di genere orientato all’appropriazione delle tecnologie non implicava tuttavia considerarle esclusivamente nei termini di strumenti: la percezione di internet come ambiente da abitare appare chiara anche dalla lettura del breve estratto che abbiamo riportato in apertura, che prosegue non a caso con un caveat dedicato alle utenti circa la necessità di acquisire consapevolezza sul proprio diritto a un’esperienza sicura e serena del web: “Un promemoria per le nuove netchick: sebbene sia assai meno peggio in rete che nella realtà, nessuno ha mai il diritto di infastidirti, farti delle intimidazioni o cyberpedinarvi” (St. Jude 1997, p.11).

Già allora, appariva chiara una questione che merita di essere richiamata ancora oggi, quando, esaurita la spinta innovativa di estetiche, immaginari, significati e valori della *cyber era*, l’esperienza del web appare fondativa rispetto ai comuni processi di socializzazione: i luoghi inaugurati e resi accessibili dalle tecnologie digitali non possono essere considerati spazi neutri, distinti da quelli della storia e immuni dai conflitti che li attraversano. Incluso quello per l’affermazione e la rivendicazione di soggettività, identità e differenze fondate sul genere, che trova nelle piattaforme di social networking lo spazio tecnologico e discorsivo in cui si articolano nuove strategie di visibilità fondate su presupposti e approcci allo spazio connesso del tutto differenti. Lo stesso legame con la prospettiva radicale e controculturale sulla Rete su cui si fondava la capacità del cyberfemminismo di incidere sull’immaginario condiviso ne ha infatti, piuttosto rapidamente, determinato una sostanziale perdita di rispondenza allo scenario in rapida evoluzione delle pratiche d’uso di internet.

Tempo presente: gli internet studies in una prospettiva di genere

Oggi, il binomio genere-digitale si articola in dimensioni parzialmente diverse e in un più ampio spettro tematico rispetto al passato, riflettendo la complessità intrinseca ai due termini che lo compongono. Il genere si configura infatti come un costrutto sociale situato, variabile, contrastivo, relazionale, scalare, sottoposto a processi discorsivi che creano, alimentano o riducono le differenze, in un movimento continuo di revisione e assestamento di schemi socio-culturali (Burgio, 2015). Il digitale appare come un concetto altrettanto ampio e sfaccettato, che include strumenti, tecnologie, piattaforme, *mindset*, spazi e linguaggi non solo polimorfi, ma anche in veloce e costante movimento.

La polarizzazione tipica dei primi studi sulla relazione tra genere e digitale, che da un lato hanno guardato ottimisticamente alle potenzialità della Rete in termini di fluidità o superamento delle rigidità di genere, dall’altro hanno espresso preoccupazioni per rischi

quali il *turismo di genere* o il rafforzamento di concezioni biologicamente deterministiche associate all'uso delle tecnologie (Nakamura, 2002), si rintraccia in parte anche in riflessioni e indagini più recenti, ma appare sfumata dalla maggiore ricchezza e dalla più diffusa profondità di temi e dimensioni di analisi.

Una overview della più recente produzione internazionale dei gender and media studies, certamente non completa né esaustiva, rivela un significativo sviluppo di studi focalizzati sul genere e dedicati a differenti aspetti dell'ambiente digitale: dalle app di *dating* alle culture del *gaming*, dall'utilizzo di Twitter nella comunicazione politica allo sviluppo femminista di strumenti online per contrastare le molestie (Ross, Scarcelli, Bachmann, Moorti & Cardo, 2020). D'altronde, appare di interesse sottolineare come 49 voci su 260 della recente *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* (ibid.) siano esplicitamente dedicate agli ambienti digitali² e compongono un quadro articolato in cui, accanto a temi più consolidati, come il *digital divide* o le distanze di motivazioni e pratiche d'uso delle tecnologie in un'ottica di genere, si segnalano ambiti emergenti, quali l'attenzione alla *datafication*, ai gender bias connessi all'intelligenza artificiale, al *quantified sex*, al *posthuman love* o all'autorappresentazione di corpi e identità queer.

In particolare, dagli anni Dieci del Duemila, si rileva il moltiplicarsi di studi che indagano argomenti quali il valore dell'intersezionalità nelle forme dell'abitare gli spazi digitali, l'attivismo e le pratiche politiche di genere online, i *constraints* posti da algoritmi (Gillespie, Boczkowski & Foot, 2014; Bucher, 2017) e immaginari algoritmici (Bucher, 2017) nel dare forma alle esperienze degli utenti e delle utenti del web, ma anche le *affordances* delle tecnologie in una prospettiva di genere.

Il concetto di intersezionalità, introdotto da Crenshaw nel 1989 per descrivere il modo in cui le diverse categorie sociali e culturali – classe, genere e orientamento sessuale, etnia, età, eccetera – si sovrappongono e agiscono simultaneamente nella produzione e riproduzione delle discriminazioni, ha conosciuto proprio in anni recenti una rinnovata centralità nei modelli interpretativi dei fenomeni legati a gender e (digital) media (Krijnen 2020). Esso è stato utilizzato, in particolare, come uno strumento analitico funzionale a evidenziare il ruolo di diverse categorie non solo nell'aggiungere svantaggi o privilegi, ma anche nel creare collocazioni sociali peculiari, evidenziare dinamiche di agency e limitazioni strutturali e rendere conto della multidimensionalità, simultaneità e del pluralismo delle costruzioni sociali che riguardano anche il genere (Colombo e Rebughini, 2016).

In relazione all'attivismo digitale, la ricerca ha enfatizzato sia l'agency delle donne e la loro resilienza (Ross et al., 2020), sia la vivacità del cosiddetto *hashtag feminism*, un insieme di pratiche che si appropria di stili e modalità operative del più ampio fenomeno dell'*hashtag activism* (Tombleson & Wold, 2017), usando piattaforme digitali e parole chiave significative per contrastare o condannare la discriminazione, la violenza e le molestie sessuali contro le donne (Myles, 2019). Hashtag driven movements, quali #MeToo, #YesAllWomen (Barker-Plummer & Barker-Plummer, 2017; Boyle, 2019) o #NiUnaMenos (Belotti, Comunello & Corradi, 2020), per esempio, hanno permesso alle

attiviste di aggregare soggettività differenti e porre la questione della violenza di genere all'attenzione del sistema dei media e dell'opinione pubblica.

Benché le pratiche di attivismo siano state spesso denigratoriamente descritte, soprattutto nei media mainstream, in termini di *slacktivism* (Morozov, 2011), l'appropriazione tecnopolitica di spazi e feature dei social media da parte delle attiviste ha saputo alimentare uno scambio virtuoso tra ambienti digitalmente mediati e ambienti fisici (dalle esperienze dei collettivi alle imponenti manifestazioni di piazza) e ha contribuito all'elaborazione di identità collettive e all'articolazione di nuove prospettive interpretative condivise.

Negli ultimi anni, poi, la riflessione sugli ambienti online ha progressivamente focalizzato l'attenzione sul ruolo esercitato dagli algoritmi (Gillespie, Boczkowski e Foot, 2014; Bucher, 2017) nel dare forma alle esperienze degli utenti e delle utenti. Si tratta di sistemi che spesso funzionano in modalità "black box", i cui meccanismi non sono sempre trasparenti a utenti ed esperti/e. Parallelamente, i processi di *datafication* hanno mostrato la possibilità di tradurre in dati aspetti sempre crescenti delle nostre vite, dai comportamenti personali, ai processi di recruiting in azienda, fino alla vita relazionale e addirittura alla bellezza (Elias & Gill, 2018). In un contesto in cui anche il sé è ormai "quantified" (Lupton, 2016), è emersa con forza la necessità di riflettere sui *bias* insiti nei sistemi algoritmici e nell'intelligenza artificiale. La letteratura documenta, in particolare, forme di "discriminazione" da parte dei sistemi di intelligenza artificiale, che investono soprattutto la dimensione razziale, di classe e di genere (boyd, Levy & Marwick, 2014; Waidner, 2020). Da un lato, si tratta di fenomeni legati ai bias che caratterizzano le comunità di sviluppatori dei sistemi stessi; dall'altro, essi hanno a che fare con i dati, spesso prodotti dalle utenti e dagli utenti, che alimentano tali sistemi. Anche in questo caso, assistiamo dunque a processi di *mutual shaping* tra società e sistemi tecnologici: si tratta, cioè, di osservare l'azione degli algoritmi nella società e nella cultura e, al contempo, l'azione della società sugli algoritmi (Airoldi, in corso di pubblicazione), al punto che, come proposto dallo stesso Airoldi (ivi), è forse più produttivo interpretare simili processi in termini di *machine habitus*, piuttosto che di *bias*. Rispetto alle questioni di genere, si tratta di un ambito in cui la ricerca empirica è ancora incipiente, mentre la riflessione accademica non pare ancora aver portato a proposte di *policy* stabilizzate e condivise.

Inoltre, una parte della letteratura più recente ha abbandonato le accentuazioni più tecno-deterministiche, volte per esempio a individuare le specifiche rappresentazioni di genere *forghiate* dagli spazi digitali (Marwick, 2013) e ha focalizzato l'attenzione sulle *affordances* degli ambienti digitali, considerate come una sorta di "punto intermedio tra approcci tecno-deterministici e visioni di costruttivismo sociale" (Nagy & Neff, 2015, p. 2). Benché il concetto sia dibattuto e le sue definizioni molteplici, è utile in questa sede introdurre la nozione di "affordances immaginate", che "emergono all'intersezione tra le percezioni, gli atteggiamenti e le aspettative degli e delle utenti; la materialità e le funzionalità delle tecnologie; le intenzioni e le percezioni dei progettisti" (Nagy & Neff, 2015, p. 5, nostra traduzione). È proprio al livello delle affordances che si strutturano ambienti digitali che incoraggiano (o scoraggiano) specifiche performance di genere. Più in

particolare, possiamo richiamare le “gendered affordances”, definite da Schwartz e Neff (2019) come “affordances sociali che abilitano differenti utenti a compiere azioni differenti, sulla base delle differenti opzioni sociali e culturali disponibili a utenti e progettisti, che sono *gendered*” (p. 2407), in un contesto in cui artefatti tecnologici “che incorporano un gender script possono dar forma e definire l’agency di donne e uomini” (Oudshoorn, Saetnan & Lie, 2002, p. 473). Le gendered affordances, dunque, rappresentano un elemento centrale nei processi di definizione dei significati che gli utenti e le utenti mettono in campo quando interagiscono negli ambienti digitali; è proprio a partire dalle affordances, inoltre, che si rinegoziano le forme di (auto)rappresentazione online e le performance legate agli script di genere (Comunello, Parisi & Ieracitano, 2021).

Se considerate dal punto di vista di soggettività e culture di genere e delle istanze che queste portano al dibattito pubblico, le affordances tipiche dei digital e social media (pur con le differenze ascrivibili alle singole piattaforme) abilitano forme di rappresentazione del sé, modalità di interazione e prospettive di osservazione generalmente dinamiche e talvolta inedite (Cooper & Dzara, 2010; Farris, Compton & Herrera 2020; Mowlabocus, 2010). Le piattaforme digitali consentono infatti alle soggettività che si aggregano intorno alle identità di genere visibilità e possibilità di entrare in relazione; rendono possibile la costruzione di spazi simbolici, espressivi e narrativi, spesso sostenuti da un uso competente e creativo della comunicazione visuale; rappresentano ambienti in cui accanto alle modalità di rappresentazione e autorappresentazione di soggettività individuali e collettive tradizionalmente indagate dagli studi su genere e media, si strutturano inedite possibilità di agency (Burgess et al., 2016; Scarcelli, Krijnen & Nixon, 2020).

I social media, in particolare, non solo ospitano scambi tra utenti, ma attivano anche interazioni multiple tra fruitori, proprietari/e di piattaforme, designer, marketer e inserzionisti/e (Duguay, 2016; Light & Cassidy, 2014). Così, se la decisione di Facebook di consentire agli utenti e alle utenti di mostrare un’identità di genere personalizzata, eccedente rispetto al binomio maschio/femmina, sembra concedere spazi di autonomia maggiori e accordarsi a una sensibilità crescente, tale scelta è anche funzionale a raccogliere ulteriori e più puntuali dati socio-demografici (Burgess et al., 2016).

Spazi digitali e questioni di genere: un percorso di lettura

Quello descritto è il perimetro entro il quale si muove questo numero speciale di *Mediascapes Journal*, volto a valorizzare la tradizionale attenzione per le questioni di genere e sessualità della ricerca socioculturale internazionale sul digitale e riportarle nel contesto italiano, con l’intento di scattare una fotografia di temi, prospettive e percorsi teorici e di ricerca su cui converge la sensibilità di ricercatori e ricercatrici. Di qui la selezione di contributi sugli ambienti digitali – e le piattaforme di social networking in particolare – intesi come spazio tecnologico e discorsivo in cui si articolano, tra l’altro, nuove strategie di visibilità legate a specifiche identità e appartenenze.

Gli articoli presentati in queste pagine derivano da una selezione di contributi presentati al Convegno internazionale "Gender and Media Matters. Widening the Horizons of The Field of Study" (Sapienza, 15-16 ottobre 2021)³, che ha impegnato le curatrici nel coordinamento scientifico e nell'organizzazione. Tali contributi si pongono l'obiettivo di costruire un percorso di lettura del rapporto tra identità e istanze legate al genere nel contesto delle pratiche ed esperienze d'uso degli ambienti digital e delle forme in cui si strutturano nuovi immaginari ed estetiche e inedite modalità di abitare le piattaforme social.

Le proposte qui ospitate offrono riflessioni su tematiche, soggettività e ambienti digitali diversi che condividono la dimensione espressiva, dell'azione e della rappresentazione connessa: dai vissuti e le pratiche della mascolinità che si esprime nei gruppi Whatsapp o Instagram alla relazione tra ambienti digitali e sessualità giovanile; dalla promozione, ancora su Instagram, di un'estetica del corpo femminile che sfida temi tabù come la nascita o il ciclo mestruale, alla costruzione, su Tumblr, di uno spazio del fandom percepito come accogliente rispetto alla narrazione del sé queer.

In particolare, il primo articolo, di Marco Cosimo Scarcelli, contiene una riflessione sulla eccentricità degli studi su sesso e sessualità nel panorama socio-comunicativo nazionale, che confligge, nel suo punto di vista, con l'importanza che tale tema ha e dovrebbe avere per istituzioni e policy makers, soprattutto quando tali ambiti dell'esistenza sono mediati dalle tecnologie frequentate (anche) dai giovani. Il testo sostiene l'opportunità di un pieno riconoscimento dell'importanza e del valore degli studi socio-culturali che si interessano delle percezioni, dei presupposti e dei contesti relativi a pratiche come il *sexting*, il *dating* o il *revenge porn*, tra le altre, per favorire sguardi "più inclini alla comprensione che al giudizio" e superare una marginalità che storicamente ha caratterizzato anche gli studi sul genere nell'accademia.

Segue un contributo di Elisabetta Locatelli su un tema più classico, quale quello della rappresentazione del femminile, indagato su una piattaforma social come Instagram e in relazione ad argomenti taboo quali quelli del parto e del ciclo mestruale, intercettati in un corpus di account e post legati all'ostetricia. L'articolo presenta gli esiti di un'analisi empirica che evidenzia il tentativo di normalizzare i discorsi e le prassi relative a nascita e mestruazioni e coltivare la consapevolezza del proprio corpo nelle donne, in una prospettiva comunicativa lontana dal narcisismo individualistico rilevato dagli studi postfemministi nelle più recenti rappresentazioni di genere.

Ancora più lontano da argomenti e ambiti di analisi convenzionali dei gender and media studies è l'articolo di Arianna Bussoletti, che si concentra sulle soggettività non binarie, che solo negli ultimi anni hanno attratto un più sistematico interesse dei ricercatori, e sulle loro pratiche d'uso dei social media, dando spazio a quegli studi sui pubblici generalmente meno frequentati dall'accademia rispetto alle più diffuse analisi delle rappresentazioni. Oggetto specifico di indagine è l'insieme di prassi messe in atto dai membri di Tumblr del gruppo di fandom Houseki no Kuni, funzionali a gestire uno spazio sicuro in cui esprimere liberamente il proprio sé e condividere prospettive sull'essere non binari.

Gli articoli successivi contengono invece un focus sul maschile. Il primo, di Gianluca Girauda, indaga la relazione tra gli ambienti digitali e la politica della mascolinità praticata in

associazioni quali *Maschile in gioco* e *Campo maschile*, caratterizzate da diverse prospettive sul significato dell'essere uomini e sulla "posizione degli uomini nelle relazioni fra i generi". Di tali gruppi l'autore indaga, tramite interviste in profondità, i repertori discorsivi e le prassi comunicative online, rilevando la comune predilezione per le pratiche offline del fare maschilità, nonostante la presenza ormai capillare degli spazi in rete.

Il secondo articolo sulla maschilità, scritto da Alberta Giorgi, tocca un tema peculiare quale quello della relazione tra genere e religione nei media digitali. Dopo aver evidenziato che le piattaforme digitali contribuiscono alla visibilità e alla vocalità di attori marginalizzati, offrono spazi per l'espressione delle performance di genere degli individui religiosi e la discussione o contestazione di norme e convenzioni religiose, il contributo esplora le mascolinità cattoliche attraverso l'etnografia digitale, concentrandosi su post di Instagram che utilizzano due hashtag (#thosecatholicmen e #dignityusa) dalle differenti connotazioni. La ricerca mostra, in particolare, le differenze nelle rappresentazioni visive e nelle espressioni di mascolinità che emergono intorno ai due hashtag ed evidenzia le differenze nell'uso di Instagram, che appare, in un caso, come spazio di costruzione e affermazione di modelli di ruolo, nell'altro, come ambito per rivendicare la legittimità di essere sia omosessuale che cattolico.

I contributi selezionati accolgono dunque riflessioni e analisi empiriche su temi piuttosto originali, soggettività di genere e orientamenti sessuali differenti, piattaforme diverse, più ambiti di studio dei media. Così, i contenuti del numero speciale di Mediascapes Journal permettono di rappresentare la varietà e poliedricità del binomio tra genere e digitale, al di là della dimensione meramente rappresentazionale e della classica attenzione al femminile (Ross et al., 2020), e valorizzando argomenti parzialmente in ombra nel dibattito nazionale.

Tuttavia, la pur ricca articolazione di temi e prospettive che la selezione degli articoli ha inteso offrire rappresenta solo una porzione dei possibili intrecci tra la dimensione analitica del genere e l'esperienza diffusa di internet e degli ambienti social. Per dare conto di un perimetro assai mobile come quello considerato e provare a delineare alcune tracce di ricerca futura, abbiamo scelto di affiancare ai contributi presentati nella prima sezione un'appendice composta da tre interviste, ciascuna condotta in *co-autorship* dalle curatrici e dedicata a uno specifico campo di pratiche: l'*artivism*, la politica *grassroots* e il giornalismo.

Nella prima, Paola Panarese e Carolina Farina riflettono sulla relazione tra arte, politiche di genere e ambienti digitali a partire dagli spunti offerti da un incontro con l'artista crossmediale italiano Charlie G FENNEL. Nel racconto dell'esperienza di rappresentazione del sé da parte di una soggettività fluida, lo spazio simbolico dei media digitali emerge sia come un ambiente funzionale alla decostruzione delle convenzioni estetiche di genere, sia come un contesto limitante, in cui la pratica di *rappresentar-si*, pur capace di contribuire "a una progressiva, seppur complessa e conflittuale, evoluzione dell'immaginario digitale di genere", è condizionata da un *immaginario algoritmico* percepito come costringente.

Il secondo contributo, curato da Stefania Parisi e Mariacristina Sciannamblo, si presenta nella forma di un'intervista a più voci con Anahi, Daria e Mara, attiviste del

gruppo comunicazione della Casa delle Donne Lucha y Siesta a Roma. La conversazione problematizza la costruzione di strategie narrative e comunicative e la loro diffusione attraverso le piattaforme di social networking; la scelta di linguaggi ed estetiche e la loro relazione con l'immaginario collettivo; il ruolo potenzialmente abilitante delle piattaforme digitali nei processi di partecipazione politica e audience engagement.

La terza intervista, condotta da Francesca Comunello e Carla Rita Nisi, affronta la relazione tra professione giornalistica e questioni di genere, dialogando con Barbara Bonomi Romagnoli, giornalista e attivista dell'associazione Gi.U.L.i.A. Il contributo affronta le traiettorie professionali delle giornaliste e la persistenza di meccanismi di discriminazione nelle redazioni italiane, valorizza il ruolo dell'attivismo per la parità di genere nel sistema dei media e indica le sfide più recenti, dalla promozione di un linguaggio inclusivo alla necessità di rappresentazioni corrette delle tematiche *gender sensitive* nei media.

Alla luce della rassegna di contributi presentati, sembra possibile affermare che il campo di ricerca posto all'intersezione tra ambienti digitali e tematiche di genere sia un terreno di studio vibrante e vivace per la scholarship nazionale e internazionale. D'altronde, lo scenario che vede l'interazione tra evoluzione del panorama culturale e mediale è certamente articolato e caratterizzato da processi di *mutual shaping* tra genere e tecnologie digitali (Van Zoonen 2002 e 2011; Wajcman, 2007), che sottolineano, tra l'altro, come i significati *gendered* di internet emergano, in particolare, nel corso dei processi di *domestication* delle tecnologie (Wajcman, 2009), la cui analisi appare utile e promettente.

Note biografiche

Paola Panarese è professoressa associata di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (CoRiS) della Sapienza, Università di Roma, dove insegna Advertising e Brand Communication e Sociologia dell'esperienza di consumo. Svolge attività di docenza e ricerca, occupandosi in particolare di genere e media, giovani e pratiche culturali, pubblicità e branding.

Stefania Parisi è ricercatrice presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Teorie della comunicazione e dei media digitali e Audience Studies. Tra i principali interessi di studio, le pratiche culturali e comunicative dei movimenti sociali; la teoria critica di internet, con particolare riferimento alle piattaforme digitali; la relazione tra queste ultime e l'abitare urbano.

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

Bibliografia

- Airoldi, M. (2022). *Machine Habitus. Toward a Sociology of Algorithms*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Barker-Plummer, B., & Barker-Plummer, D. (2017). Twitter as a feminist resource: #YesAllWomen, digital platforms, and discursive social change. In Rholinger, D. & Earl, J. (eds.), *Social Movements and Media* (pp. 91-118). Emerald.
- Bazzichelli, T. (2006). *Networking. La rete come arte*. Milano: Costa & Nolan.
- Belotti, F., Comunello, F., & Corradi, C. (2021). Femicidio and #Inhumaneness: An Analysis of Twitter Conversations During the First 3 Years of the Argentinean Movement. *Violence against women*, 27(8), 1035-1063. doi: 10.1177/1077801220921947
- boyd, d., Levy, K., & Marwick, A. (2014). The networked nature of algorithmic discrimination. *Data and Discrimination: Collected Essays*. Open Technology Institute.
- Boyle, K. (2019). *#MeToo, Weinstein and Feminism*. London: Palgrave Macmillan.
- Braidotti, R. (1996). Cyberfeminism with a difference, in M.A. Peters, M. Olssen, C. Lankshear, (eds.). *Futures of critical theory: Dreams of difference*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Braidotti, R. (1997). Mothers, monsters, and machines. In K. Conboy, N. Medina (eds.), *Writing on the Body: Female Embodiment and Feminist Theory*. 59-79. New York: Columbia University Press.
- Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, communication & society*, 20(1), 30-44. doi: 10.1080/1369118X.2016.1154086
- Burgess, J., Cassidy, E., Duguay, S., & Light, B. (2016). Making digital cultures of gender and sexuality with social media. *Social Media and Society*, 2(4), 1-4. doi: 10.1177/2056305116672487.
- Burgio, G. (2015), Desideri sconfinati. Sessualità migranti e frontiere culturali, in M. Durst, C. Roverselli (eds.). *Gender/genere. Contro vecchie e nuove esclusioni*. Pisa: ETS, pp. 15-36.
- Colombo E., Rebughini P. (2016), Intersectionality and beyond. *Rassegna Italiana di Sociologia*. 57(3), 439-459. doi: 10.1423/84373.
- Comunello, F., Parisi, L., & Ieracitano, F. (2021). Negotiating gender scripts in mobile dating apps: between affordances, usage norms and practices. *Information, Communication & Society*, 24(8), 1140-1156. doi: 10.1080/1369118X.2020.1787485

- Cooper, M., Dzara, K. (2010). The Facebook revolution: LGBT identity and activism. In C. Pullen e M. Cooper (eds.), *LGBT identity and online new media* (pp. 100–112). New York: Routledge.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics. *u. Chi. Legal f.*, 139.
- Duguay, S. (2016). Lesbian, gay, bisexual, trans, and queer visibility through selfies: Comparing platform mediators across Ruby Rose’s Instagram and Vine presence. *Social Media + Society*, 2(2), 1-12. doi: 10.1177/2056305116641975
- Elias, A. S., & Gill, R. (2018). Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism. *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 59-77. doi: 10.1177/1367549417705604.
- Farris, N.D., Compton, D.R., Herrera, A. P. (eds.) (2020). *Gender, Sexuality and Race in the Digital Age*. Cham, Switzerland: Springer.
- Gillespie, T., Boczkowski, P. J., & Foot, K. A. (Eds.). (2014). *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society*. MIT Press.
- Haraway D. (1991). *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. New York: Routledge; tr. it. (1995). *Manifesto Cyborg. Donne, tecnologia e biopolitiche del corpo*, Milano: Feltrinelli.
- Krijnen, A.F.M. (2020). Gender and Media. In Ross, K., Scarcelli, C.M., Bachmann, I., Moorti, S., Cardo, V. (eds.), *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*. Hoboken: Wiley Blackwell.
- Light, B., Cassidy, E. (2014). Strategies for the suspension and prevention of disconnection: Rendering disconnection as socioeconomic lubricant with Facebook. *New Media & Society*, 16,1169–1184. doi: 10.1177/1461444814544002.
- Lupton, D. (2016). *The quantified self*. Cambridge: Polity.
- Macri, T., (1996). *Il corpo postorganico*. Genova: Costa & Nolan.
- Marwick, A. (2013). *Gender, Sexuality and Social Media*, in Senft, T., Hunsinger, J. (eds), *Routledge Handbook of Social Media*. New York: Routledge.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion – The Dark Side of Internet Freedom*. Public Affairs.
- Myles, D. (2019). “Anne goes rogue for abortion rights!” Hashtag feminism and the polyphonic nature of activist discourse. *New Media & Society*, 21(2), 507–527. doi: 10.1177/1461444818800242.
- Mowlabocus, S. (2010). *Gaydar culture: Gay men, technology and embodiment in the digital age*. Farnham: Ashgate.
- Nagy, P., Neff, G. (2015). Imagined affordance: Reconstructing a keyword for communication theory. *Social Media + Society*, 1(2), pp. 1–9. doi: 10.1177/2056305115603385.
- Nakamura, L. (2002). *Cybertypes: Race ethnicity and identity on the Internet*. London: Routledge.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*, New York: A. Knopf.

- Oudshoorn, N., Saetnan, A. R., Lie, M. (2002). On gender and things: Reflections on an exhibition on gendered artifacts. *Women's Studies International Forum*, 25(4), 471–483. doi: 10.1016/S0277-5395(02)00284-4.
- Ross, K., Scarcelli, C.M., Bachmann, I., Moorti, S., Cardo, V. (2020). *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, Hoboken: Wiley Blackwell.
- Scelsi, Raf 'Valvola' (1990). *Cyberpunk. Antologia di testi politici*. Milano: ShaKe Edizioni Underground.
- Scarcelli, C.M., Krijnen, T., Nixon, P. (2020). Sexuality, gender, media. Identity articulations in the contemporary media landscape, *Information, Communication & Society*, 24(8), 1063-1072. doi: 0.1080/1369118X.2020.1804603
- Schwartz, B., Neff, G. (2019). The gendered affordances of Craigslist “new-in-town girls wanted” ads. *New Media & Society*, 21(11–12), 2404–2421. doi: 10.1177/1461444819849897.
- St. Jude (1997), «Grrrls need modems», in *Fikafutura. Secrezioni acide cyberfemministe e queer*, n1, p. 11, disponibile online <https://archive.org/details/Fikafutura1/page/n9/mode/2up> (consultato il 6 dicembre 2021).
- Tombleson, B., & Wolf, K. (2017). Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review*, 43(1), 14–25. Doi: 10.1016/j.pubrev.2016.10.017.
- Van Zoonen, L. (2002). Gendering the Internet. Claims, Controversies and Cultures, *European Journal of Communication*, 17(1), 5–23. doi: 10.1177/0267323102017001605
- Van Zoonen, L. (2011), *Preface*, in T. Krijnen, C. Alvares, S. Van Bauwel (a cura di), *Gendered Transformations. Theory and Practices on Gender and Media*. Bristol: Intellect.
- Waidner, N.U. (2020) *Artificial Intelligence, Machine Learning, and Gender Bias*, in Ross., K. et al. (Eds.), *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication*, Hoboken: Wiley Blackwell.
- Wajcman, J. (2007). From women and technology to gendered tech-noscience, *Information, Communication and Society*, 10(3), 287-298. doi: 10.1080/13691180701409770.
- Wajcman, J., 2009, Feminist theories of technology, in *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 143-152. doi: 10.1093/cje/ben057.

Note

¹ Le esperienze legate al cyberfemminismo e alle sue proiezioni culturali e politiche in Italia sono numerose. Per una rassegna ragionata, che si estende dal periodo qui considerato fino alla metà degli anni Duemila, rinviamo a Bazzichelli 2006, pp. 274-305.

² Le voci in questione sono (in ordine alfabetico): Apps, sex, and quantified sex; Artificial Intelligence, Machine Learning, and Gender Bias; Big data, gender and civic engagement; Big data and gender biased algorithms; Camgirls; Celebrity bloggers and vloggers; Children, young people, and online sexual content;

Cyberfeminism in the Arab world; Dating apps; Digital bodies; Digital divide; Digital labor; Doxxing; Feminist data studies; Feminist/activist responses to online abuse; Gamergate; Gender and technology; Gender, class and the internet; Gender, Matrimonial Websites, and Islamic Societies; Gender, technology and political communication; Gendered hate online; Gendered identities online; LGBTQI online; Mediated intimacies; Mediated intimacies, queer bodies; Mobile cultures and the Asia-Pacific; Mumsnet; Muslim women, sport, and social media; Online abuse and harassment; Online identities and gender norms; Online women's networks; Parenting online; Participatory and networked cultures; Podcasting; Queer digital cultures in India; Queer game studies; Religion, Gender and digital media; Selfies and postfeminism; Selfies and sexual identities; Sexbots and posthuman love; Social media: complexities and contradictions; Social media influencers; Social networks, gender and political participation; Trans cultures online; Vloggers; Women gamers; Women heroes in videogames; Women, Technology and the gender gap; Women's blogs.

³ <https://www.gemmaconference.com/>