



Culture e Studi del Sociale-CuSSoc

ISSN: 2531-3975

Editor-in-Chief / Editors-in-Chief
Felice Addeo, Giuseppe Masullo, Giovanna Truda

Intersezionalità nei media “femminili” mainstream? Il caso della rappresentazione delle donne musulmane italiane

MARTA PANIGHEL

Come citare / How to cite

MARTA PANIGHEL (2023). Intersezionalità nei media “femminili” mainstream?. Il caso della rappresentazione delle donne musulmane italiane. *Culture e Studi del Sociale*, 8 (1), 110-125.

Disponibile / Retrieved <http://www.cussoc.it/index.php/journal/issue/archive>

1. Affiliazione Autore / Authors' information

University of Genova, Italy

2. Contatti / Authors' contact

E-mail: marta.panighel [at] edu.unige.it

Articolo pubblicato online / Article first published online: Giugno 2023



- Peer Reviewed Journal

INDEXED IN
DOAJ

Informazioni aggiuntive / Additional information

[Culture e Studi del Sociale](#)

*Intersezionalità nelle riviste “femminili” mainstream?
Il caso della rappresentazione delle donne musulmane
italiane*

*Intersectionality in mainstream “women's”
magazines? The case of the representation of Italian
Muslim women*

Marta Panighel

University of Genova, Italy

E-mail: marta.panighel[at]edu.unige.it

Abstract

Drawing on a reflection on Islam and Muslims in Italy, and adopting a gendered perspective, the essay provides a contribution to the analysis of media representations of Islam. Examining the way Islam is represented in the press allows us to identify the permanence of colonial Orientalism in the contemporary narratives, in the forms of neo-Orientalism and Islamophobia. Through research conducted between 2020 and 2022 on the major Italian women's magazines, an attempt was made to understand how Italian Muslim women are represented and narrated in the mainstream women's press. Through the tools of critical discourse analysis, the essay interrogates the apparent intersectional approach adopted by these magazines.

Keywords: Muslim women, Intersectionality, Media, Women's magazines.

Introduzione

Questo saggio vuole proporre un'analisi critica delle rappresentazioni delle donne musulmane italiane nella stampa “femminile” *mainstream*. Rispetto all'islamofobia e all'Orientalismo comunemente diffusi nelle testate generaliste italiane (Marletti 1995; Bruno 2008), la ricerca qui presentata fa emergere una prospettiva inaspettata: le riviste della stampa cosiddetta “femminile” *mainstream* – tra cui *Cosmopolitan*, *Donna Moderna*, *Elle*, *Vanity Fair*, *Io Donna* e *Donna Fan Page* – sembrano costituire un'importante inversione di tendenza.¹ Tali riviste, infatti,

¹ L'interesse per il tema è nato come uno dei tanti esiti delle strategie messe in campo per portare avanti la ricerca a seguito della pandemia Covid-19 (De Falco & Romeo 2021; Maiello 2021). Nel disegnare il progetto di ricerca per la mia tesi di dottorato, che indaga in forma qualitativa il fenomeno dell'islamofobia di genere in Italia (Panighel 2023), avevo pianificato di svolgere delle interviste biografiche, dei focus-group, e dei momenti di osservazione partecipante. Come tanto altro, a causa della pandemia e delle conseguenti misure di restrizione messe in atto dal governo italiano, ho dovuto ridefinire il mio campo di indagine: pertanto, da una parte ho svolto le interviste biografiche online e, dall'altra, ho analizzato varie produzioni medialie realizzate da donne musulmane italiane (podcast, serie televisive, romanzi, graphic novel). Inoltre, a partire da maggio 2020, ho iniziato a svolgere una rassegna stampa quotidiana sulla presenza della popolazione musulmana italiana nei

pongono un’attenzione crescente alle esperienze e ai corpi delle donne “Altre” (Mohanty 2012), che non corrispondono all’ideale presuntamente neutro di donna bianca, cisgenere, eterosessuale, magra, abile.

In questa direzione, le riviste “femminili” intervistano giovani donne musulmane italiane raccontandone le storie, dedicano le proprie copertine alle “*influencer velate*”, propongono articoli di approfondimento sull’uso dei vari tipi di veli islamici nelle molteplici correnti religiose e nei differenti contesti nazionali. Come vedremo, inoltre, non soltanto i temi affrontati sono molteplici e diversi rispetto all’immagine piatta e stereotipata che la stampa generalista italiana fa dell’islam in generale e delle donne musulmane in particolare: anche le modalità impiegate dalle giornaliste che scrivono su queste riviste nel mettere a critica gli immaginari orientalisti e neo-orientalisti si rivelano *sui generis*. Se, come vedremo, il tema della rappresentazione mediatica delle persone musulmane in Italia è stato poco indagato dalla letteratura scientifica, ancora meno attenzione è stata posta sulla rappresentazione delle donne musulmane. A livello di dibattito internazionale, inoltre, il rapporto tra donne musulmane e stampa “femminile” è stato indagato solamente nel contesto di alcuni stati a maggioranza musulmana².

Grazie all’analisi di un centinaio di articoli provenienti dalle testate sopra citate, raccolti tra maggio 2020 e dicembre 2022, nel tentativo di contribuire alla letteratura scientifica sul tema, questo saggio guarderà al modo in cui le riviste “femminili” *mainstream* rappresentano le donne musulmane italiane attraverso l’approccio dell’analisi critica del discorso e una prospettiva femminista post/decoloniale. In particolare, esso cercherà di comprendere se e come tali riviste si siano appropriate del concetto di intersezionalità (Crenshaw 1989) per fornire alle proprie lettrici un’immagine diversa dell’islam italiano.

1. Islam in Italia, Islam italiano

L’islam è da circa vent’anni la seconda religione per diffusione in Italia (Allievi 2002; ISMU 2022): le persone musulmane regolarmente residenti nella penisola sono 2,6 milioni, ovvero circa il 4,3% della popolazione totale, in accordo con la media europea.³ Tuttavia, l’immagine veicolata da media e politici è quella di una “invasione islamica”, tanto che il 68,7% della popolazione italiana sovrastima la presenza musulmana sul territorio (Eurispes 2018), ritenendola pari al 20% della popolazione, cinque volte il numero effettivo (IPSOS MORI 2016). Nonostante quella musulmana sia una presenza “stabile e permanente”, ormai parte integrante della comunità italiana (Ciocca 2019, 17), vi è una generale tendenza a considerare l’islam una religione “altra”, “straniera” e pertanto inconciliabile con i valori nazionali. Il paradigma dominante attraverso cui si guarda all’islam, infatti, è da una parte quello del securitarismo, secondo cui tutti i musulmani sono potenziali terro-

quotidiani, settimanali e magazine online, attraverso la quale ho raccolto oltre millecinquecento articoli.

² Si vedano Zubair (2010), Nurzihan (2014) e Siddiqui (2014). Tuttavia nel mese di luglio 2022 sia la stampa nazionale che quella estera hanno dato ampia copertura alla scelta di *Vogue France* di mettere in copertina lo scatto che ritrae due modelle afrodiscendenti di origine somala, la danese Mona Tougaard e la statunitense Ughad Abdi, quest’ultima con indosso l’hijab. A questo proposito si vedano “Francia, una modella” (2022) e Vivaldelli (2022).

³ I dati provengono da indagini ISTAT, ISMU e del Ministero dell’Interno elaborate da Fabrizio Ciocca (2019 e 2022).

risti (Cesari 2009), e dall'altra quello del culturalismo, che vede l'islam come entità monolitica, intrinsecamente contrapposta all'Occidente (Frisina 2010b; Premazzi 2021).

Tale concezione, sedimentata e diffusa nell'immaginario occidentale, è una delle forme in cui si verifica materialmente il fenomeno dell'islamofobia, ovvero di quel "processo sociale complesso di razzializzazione/alterizzazione basato sul marchio di appartenenza (reale o supposta) alla religione musulmana" (Hajjat & Mohammed 2016, 20). L'islamofobia, infatti, "opera costruendo un'identità 'musulmana' statica, che viene attribuita in termini negativi e generalizzata a tutti i musulmani" (Hafez 2018, 218). Queste definizioni permettono di guardare all'islamofobia non solo come una sporadica discriminazione contro singoli individui, ma come a una forma di razzismo strutturale che genera conseguenze materiali sulla vita delle persone musulmane.⁴ In questa direzione, adottare una prospettiva postcoloniale e decoloniale serve a interrogare sociologicamente il senso comune secondo cui il sentimento di "odio" contro la popolazione musulmana e la religione islamica sarebbe la "naturale" conseguenza degli attentati terroristici che, dal 2001 in avanti, hanno colpito l'Occidente, cogliendone invece gli aspetti sistemici e storicamente stratificati.

Se le statistiche sull'islamofobia, sia italiane che europee, evidenziano l'aumento di atti e tendenze anti-islamiche in concomitanza con "eventi esterni negativi o traumatici" (Rivera 2003, 74), attentati terroristici di matrice islamica in primis, varie ricerche hanno evidenziato il ruolo che hanno in questo processo i mass media (Siino e Levantino 2016). La generale disinformazione alimentata dai media nei confronti dell'islam, infatti, sarebbe corresponsabile della diffusione di pregiudizi e stereotipi che riproducono l'islamofobia (Runnymede Trust 1997; Crescenti 2021).

2. Rappresentare l'islam in Italia

Dopo aver elaborato il concetto di Orientalismo come riferito alle costruzioni discorsive del periodo coloniale (Said 1978), Edward Said ne ha evidenziato le continuità con la narrazione mediatica contemporanea sul mondo islamico (1981).⁵ Se ancora pochi studi hanno indagato in maniera sistematica la narrazione mediatica sull'islam e le persone musulmane nel contesto italiano, maggior attenzione è stata posta sulle rappresentazioni problematiche che i media offrono delle persone migranti: queste sono infatti sempre descritte in termini allarmanti (Calvanese 2011), come minacce o come vittime (Bruno & Peruzzi 2020), rappresentate in un'eterna opposizione tra "un 'noi' positivo e un 'loro' negativo" (Premazzi 2021, 57). Il fatto che, come già accennato, l'islam sia tendenzialmente inteso come religione degli "stranieri" fa sì che spesso i "processi di riduzionismo e di semplificazione" attraverso i quali viene rappresentato il processo migratorio (Crespi & Ricucci 2021, 9), si intersechino con le specificità nella rappresentazione dell'islam.

⁴ Dalle ricadute psicologiche (Massari 2006), alle forme di "ineguaglianza sociale ed economica su base religiosa e razziale" (Faloppa 2020, 11-12). Per ulteriori studi sul fenomeno islamofobico si vedano Mestiri *et al.* (2008); Hajjat & Mohammed (2016); Law *et al.* (2019); Proglgio (2020); Aziz (2022).

⁵ A partire dalla riattualizzazione delle tematiche e dei dispositivi dell'orientalismo storico verso la religione musulmana e le persone che la praticano, è stato proposto il concetto di neo-orientalismo (Spivak 1993; Samiei 2010).

Al tema, in particolare, sono state dedicate solo due monografie: *Televisione e Islam* di Carlo Marletti (1995), e *L’islam immaginato* di Marco Bruno (2008)⁶. L’analisi di Marletti evidenzia che, all’inizio degli anni Novanta, i mass media parlavano di islam soprattutto in corrispondenza di eventi traumatici (guerre, terrorismo) veicolando l’immaginario dello *scontro di civiltà* che trasforma le “guerre ideologiche” in “guerre di religione” (Marletti 1995, 12-13). Bruno, che ha svolto la sua ricerca sull’informazione mass mediatica italiana nel periodo 2000-2007, ha registrato lo scarto creato dall’11 settembre: l’islam è diventato, infatti, un tema “di routine” nell’informazione quotidiana, senza però essere accompagnato da uno sguardo critico. La religione musulmana viene pertanto descritta come monolitica, senza dare spazio all’eterogeneità che invece la compone in termini culturali, sociali e geografici: “un islam, quindi, visto come ‘a-storico’, immutato ed immutabile nel tempo” (Bruno 2008, 17). Il *trait d’union* tra le due analisi è la permanenza di retoriche securitarie (Cesari 2009) che associano terrorismo e immigrazione, terrorismo e Islam (Mahmood 2009): tali narrazioni, che “trattano dell’Islam e delle comunità musulmane con un tono accusatorio, aggressivo, di attacco” nutrono infatti un “clima di paura nell’opinione pubblica” (Premazzi 2021, 58).

In questo contesto, il tema dell’identità femminile emerge come un “elemento costitutivo dell’Islam” (Acocella 2015, 46), o meglio, come elemento centrale della presunta arretratezza della religione musulmana (Vanzan 2006). Tra l’orientalismo di genere (Khalid 2014) e l’islamofobia di genere (Zine 2006), anche nel contesto mediatico italiano a farne le spese sono le donne musulmane (Navarro 2010). Nel solco di quella che Mohanty ha definito l’immagine monolitica della “donna del Terzo Mondo” (2012), le donne musulmane sono ridotte dalla comunicazione mediatica a pochi idealtipi: la vittima da salvare (Abu-Lughod 2001), l’icona ipersessualizzata (Yeğenoğlu 1998), l’estremista militante (Riva 2015). Daniela Conte nell’analisi condotta su tre programmi Rai a metà degli anni Duemila, rilevava infatti che tra le parole più utilizzate per descrivere le donne musulmane in televisione vi fossero “segregate, picchiate, botte, insulti, velo, libertà/liberazione, lapidazione, adulterio, diritti umani, fondamentalismo” (2009, 11). Tale ricorsività si esplicita sia nelle rappresentazioni visuali che in quelle semantiche/lessicali: da una parte la scelta di foto o immagini che ritraggono donne anonime e passive, dall’altra l’impiego di parole che richiamano all’uso della violenza e della mancanza di libertà (Laurano 2014, 197 e 210). Trattamento a parte merita l’ossessione orientalista per il velo (Yeğenoğlu 1998): chi lo indossa incarnerebbe il tradizionalismo oscurantista in modo passivo e sottomesso; chi non lo indossa, sarebbe “modernizzata” e quindi “occidentalizzata” (Laurano 2014, 195), in una parola, integrata.

Molte delle prospettive qui esposte sono emerse nell’analisi da condotta sui media online, per la mia tesi di dottorato (Panighel 2023), con alcune differenze significative: effettivamente i quotidiani nazionali riportando casi di cronaca parlano di donne musulmane soprattutto nei termini della violenza agita contro di loro, in tutte le declinazioni utili a rappresentare la religione islamica come arretrata (matrimoni combinati, imposizione del velo, femminicidi “d’onore”)⁷. I quotidiani locali, invece, conformandosi al principio giornalistico secondo cui l’interesse dei lettori au-

⁶ Per altre ricerche in ambito italiano si vedano Allievi (1997 e 2017); Conte (2009); Laurano (2014); Bruno (2016).

⁷ Solo a titolo di esempio, perché la casistica analizzata è molto più varia e numerosa, si vedano Castigliani (2018); Musacchio (2021); “Si ribella” (2022); Ammendola (2022).

menta in base alla vicinanza della notizia, intervistano spesso donne musulmane residenti sul territorio: in questo modo emergono in maniera più sfaccettata e complessa le voci e le esperienze di donne attive in vari campi del sociale o della vita comunitaria.⁸ Tra gli oltre millecinquecento articoli analizzati, gli unici in cui emerge con una certa ricorrenza un'immagine positiva delle donne musulmane sono quelli pubblicati dai magazine cosiddetti "femminili".

L'unica altra ricerca che si sia occupata di questo tema è quella di Simona Stano (2010), con un'analisi condotta dal settembre 2001 al febbraio 2008 su cinque riviste femminili italiane molto diffuse (*D - la Repubblica delle donne*, *Donna Moderna*, *Io Donna*, *Vanity Fair* e *Vogue Italia*)⁹ per indagare le modalità di rappresentazione delle donne musulmane, soprattutto dal punto di vista dell'immagine. Solo tre sarebbero stati, all'epoca, i significati veicolati dai veli islamici, indossati da alcune di queste donne: sofferenza e sottomissione (velo come prigionia); violenza terroristica (velo come minaccia); immigrazione (velo come simbolo di alterità) (Ivi, 332-333). L'unica modalità di emancipazione per le donne musulmane è rappresentata dallo svelamento, visto come adesione alla cultura occidentale; esistono tuttavia alcune eccezioni di donne emancipate "malgrado" il velo che indossano, a patto che esse raggiungano degli ottimi traguardi ad esempio nel mondo dello sport o della musica (Ivi, 345). Oltre dieci anni dopo, appare evidente un avvenuto scarto nella rappresentazione fornita dalle riviste "femminili", le quali danno sempre più spazio alle donne musulmane velate come icone di moda e non solo.

3. La rappresentazione nella stampa "femminile" mainstream

La popolarità delle riviste cosiddette "femminili" si è diffusa in corrispondenza del boom economico, quando le donne, indipendentemente dalla propria classe sociale, sono diventate delle consumatrici da fidelizzare e orientare verso un mercato in espansione (Mancinelli 2022). La moda, l'aspetto estetico e i consigli sugli acquisti e sulla vita strutturano ancora le riviste contemporanee, con alcune differenze: nella contemporaneità globale, infatti, il *fashion business* è diventato "sempre più attento alle diversità etniche, di età, d'identità sessuale, di taglia e di abilità fisica" (Fiori 2021). In questo senso, anche le donne musulmane rappresentano una fetta di mercato, a cui il *fashion business* negli ultimi anni ha guardato con sempre maggior attenzione.

Sempre in ascolto delle ultime tendenze, infatti, anche le riviste "femminili" italiane hanno iniziato a occuparsi di "halal beauty" (Zocchi 2021), un tipo di make-up islamicamente "lecito", e della cosiddetta "modest fashion", ovvero della moda che rispetta i canoni di modestia che caratterizzano l'abbigliamento di alcune donne musulmane praticanti (Tarlo e Moors 2013; Frisina e Hawthorne 2015). La questione viene trattata nelle pagine delle riviste in vari termini: come uno dei possibili sviluppi della produzione dei grandi stilisti (Casalinuovo 2016); in occasione del lancio di nuove linee di produzione, ad opera di stiliste musulmane (Dente 2021b); ma anche nel seguire le vicende di famose modelle musulmane velate, tra tutte la somalo-statunitense Halima Aden (Monnis 2019a; Gadeschi 2022). Il dato più interessante, tuttavia, è che nelle pagine di queste riviste la "modest fashion" è descrit-

⁸ Si vedano i casi di Assia Belhadj (Piol 2021); Nibras Breigheche (Malpaga 2021); Mounia El Fasi (Cogo 2021); Marwa Mahmoud (Castigliani 2021); Nabila Mhaidra (Adorni 2021). Questo ovviamente non vuol dire che anche i quotidiani locali non riportino i casi di violenza, si vedano "Picchiata dai genitori" (2022); Reggiani (2022).

ta come una delle forme che può assumere la moda, e non come una forma di indottrinamento o sottomissione, come spesso viene dipinta dai media generalisti (Frisina 2015; Abdel Qader 2022).

L’evoluzione attraversata dalle riviste “femminili” nel corso dei decenni ha fatto sì che esse si dedicassero maggiormente anche ai temi di attualità, pubblicando anche rubriche specialistiche e di approfondimento (Mancinelli 2022). Nell’approcciarci all’analisi della stampa “femminile” mainstream, è apparso subito evidente che proprio l’attualità costituiva un tema cardine nella trattazione delle esperienze delle donne musulmane. Altri temi, e altre modalità di trattazione rispetto alla stampa generalista, sono emersi nella ricerca che abbiamo condotto tra il 2020 e il 2022.

I quasi cento articoli raccolti sono stati pertanto suddivisi in tre filoni tematici principali: i fatti di attualità e le tendenze che riguardano l’islam e le donne a livello nazionale e transnazionale; la rappresentazione delle donne musulmane italiane; le rubriche di approfondimento su vari temi che riguardano l’islam, con particolare attenzione alla dimensione di genere. Tale distinzione non deve essere intesa come una tassonomia sistematica: al contrario, vi sono degli articoli che tengono insieme le aree che qui presentiamo come divise, così come vi sono articoli che eccedono la classificazione. Tuttavia, riteniamo che a fini analitici tale distinzione possa essere funzionale a indagare i modi in cui le riviste “femminili” *mainstream* decidono di affrontare le questioni che riguardano le donne e l’islam, e ad evidenziarne continuità e differenze.

L’attualità nazionale e transnazionale

Gli articoli di attualità compongono oltre la metà dei testi selezionati per condurre questa analisi. Essi tracciano un quadro piuttosto preciso e dettagliato dei maggiori dibattiti che, negli ultimi anni, hanno riguardato le donne musulmane a livello nazionale e internazionale: tra gli altri, il sequestro, il rilascio e la conversione di Silvia Aisha Romano (Formigli 2020; Moro 2020b e 2021d); le controversie sul velo in Europa, dalla questione del *burkini* in Francia (Monnis 2019b) al divieto del velo integrale in Svizzera (Sisti 2021a; Torlone 2021); fino ai più recenti casi di politica internazionale che hanno visto il protagonismo delle donne afgane (Catalano 2021b; Dente 2021a; Sisti 2021b) e iraniane (Coviello 2022; Filippi 2022; Pizzimenti 2022).

Indipendentemente dal contenuto, la quasi totalità di questi articoli si differenzia in modo netto da quelli che possiamo leggere nella stampa generalista, dov’è spesso proposta una narrazione dell’islam infarcita di stereotipi e un’immagine sclerotizzata della donna musulmana, che sarebbe sempre sottomessa. Al contrario, nelle riviste “femminili” viene restituita complessità al tema, criticando anzi le retoriche essenzialiste e orientaliste che tendenzialmente lo accompagnano. A proposito degli argomenti securitari che hanno portato all’approvazione del referendum sul velo integrale in Svizzera nel marzo 2021 (Panighel 2021), ad esempio, leggiamo su *Donna Fan Page*:

dietro ai motivi di sicurezza e del pericolo della radicalizzazione islamica, c’è ancora lo scontro di civiltà consumato sulla pelle delle donne. Perché continuiamo ancora a pensare che la donna velata sia necessariamente una donna sottomessa? (Torlone 2021)

Riportando un episodio di razzismo avvenuto in un caffè negli Stati Uniti, dove una donna velata si è vista consegnare la bevanda ordinata con scritto “Isis” sul bicchiere al posto del suo nome, *Elle* accompagna le dichiarazioni della donna a un commento conclusivo sulla vicenda: “forse per il barista associare una donna musulmana al terrorismo estremista dello Stato Islamico poteva in qualche modo risultare divertente (?), peccato che si tratti di un episodio grave di natura islamofobica” (Moro 2020a).

Le donne musulmane tra stereotipi e contro-narrazioni

Il secondo blocco tematico individuato è quello in cui vengono raccontate le storie di donne e ragazze musulmane italiane: la copertina di Donna Moderna di maggio 2021 che ritrae l’influencer Tasnim Ali (Ghirardato 2021), e quella del settimanale femminile di *Repubblica, D – la Repubblica delle donne*, che elegge la fumettista e *graphic journalist* Takoua Ben Mohamed “donna dell’anno” (De Gregorio 2021); la prima candidatura di una musulmana velata alle elezioni comunali di Roma (Gadeschi 2021) e le interviste multiple sull’islamofobia a un gruppo di attiviste (Catalano 2021a). A differenza della maggior parte dei media generalisti, i quali tendenzialmente parlano *delle* donne musulmane, spesso rinforzando gli stereotipi di cui queste sono oggetto, le riviste “femminili” parlano *con* le donne musulmane. Essi infatti ospitano spesso le voci delle dirette interessate, che con le proprie prese di posizione e le proprie esperienze materiali di vita disintegrano le retoriche che troppo spesso le dipingono come vittime sprovviste di agency.⁹ Tra le altre, la modella e studentessa di Scienze politiche Aya Mohamed *aka* Milan Pyramid, parlando di islamofobia con *Cosmopolitan*, fa riferimento a una delle conseguenze strutturali dell’islamofobia di genere:

Le persone di religione musulmana più attaccate nei paesi occidentali sono le donne; loro, che manifestano il loro credo ogni giorno, rischiano di ricevere insulti e offese ingiustamente, ma non solo... davanti a questioni come il diritto al lavoro vengono messe davanti a una scelta: adeguarsi al mondo occidentale o non lavorare. (Catalano 2021c)

Come già emerso nel paragrafo precedente, l’ossessione orientalista per il velo e i vari dibattiti che esso genera nella società europee (Pepicelli 2012) sono presenti anche in questo gruppo di articoli: tuttavia, più dello “sguardo miope prettamente etnocentrico” (Acocella 2015, 38) che tendenzialmente informa le trattazioni mediatiche sul velo islamico, ad emergere sono soprattutto le contro-narrazioni delle donne musulmane stesse. Intervistata da *Vanity Fair* in occasione dell’uscita della *graphic novel Il mio migliore amico è fascista* (2021), Takoua Ben Mohamed si esprime sullo stigma verso il velo e le donne che lo indossano:

ogni volta che esco di casa con il velo so che sarò giudicata per quello che rappresento e non per quello che sono. [...] È importante essere vista per Takoua persona e le persone capiranno che le ragazze musulmane non sono solo il velo che indossano ma molto altro. Per me il velo è qualcosa di molto intimo e personale anche se è visibile a tutti. (Arcolaci 2021)

⁹ Ampia copertura è data anche alle storie di donne e ragazze musulmane di altri paesi occidentali o di paesi a maggioranza musulmana; in questo secondo caso, alle volte si parla anche di attiviste laiche o atee. Si vedano gli articoli sull’attivista LGBT egiziana Sarah Hijazi (Vengoni 2020), sulla morte della femminista egiziana Nawal El-Saadawi (Moro 2021b), sulla copertina di *Vogue UK* dedicata all’attivista e premio Nobel Malala Yousafzai (Morosi 2021), sulla prima eroina musulmana in un film Marvel (Sisti 2022).

Per Sumaya Abdel Qader, ex consigliera comunale di Milano, autrice e studiosa, “portare il velo è un gesto femminista”. Lo afferma sia nel suo ultimo romanzo, *Quello che abbiamo in testa* (2019), sia nell’intervista alla rivista *Elle*, dove sostiene che per lei

femminismo significa garantire a tutte le donne la possibilità di autodeterminarsi, emanciparsi e fare delle scelte secondo la loro coscienza e il loro piacere. Per me – come per Horra [la protagonista del suo romanzo] – portare il velo è un atto di devozione verso Dio, un esercizio spirituale. Per questo non può essere imposto. Ma non si può neanche impedire di portarlo. (Grasso 2020)

Islam for dummies

Il terzo e ultimo blocco tematico identificato è forse quello più inaspettato, che si potrebbe definire “islam per principianti/inesperti” (*for dummies*, appunto, come quei manuali che introducono in modo semplice e accattivante argomenti di cui chi legge conosce poco o niente). Troviamo infatti, diffusi nelle varie riviste “femminili”, articoli con nozioni base su cosa siano il ramadan (Moro 2021c) e i cinque pilastri dell’islam (Pizzimenti 2019; Ali 2022), sul significato di *inshallah* (“Cosa significa” 2021) o sul ruolo delle donne *imam* (Nadali 2021).

Nonostante riteniamo sia necessario adottare una lettura *strutturale* del razzismo come sistema di potere (Bonilla-Silva 1997), mettendo in discussione la vulgata che confina l’odio per il diverso a una ingenua quanto ignorante non conoscenza dell’altro, questi approfondimenti sembrano necessari quando si parla di islam. In Italia persiste, infatti, una generale impreparazione sulla religione musulmana e sulle persone che la praticano: una conoscenza limitata a poche idee, spesso sbagliate, che sono così diffuse da non essere messe in discussione quasi da nessuno. Il ruolo dei media dovrebbe essere quello di decostruire le idee preconette attraverso la diffusione di contenuti verificati (e verificabili): quando si parla di islam, tuttavia, sembra che i media invece rinforzino tali idee, contribuendo a diffonderle (Bruno 2008).

In questo senso, il contributo più interessante riguarda, ancora una volta, il velo. O meglio: i veli. Nell’articolo *Burqa, Hijab, Chador: che differenza c’è tra i tipi di velo delle donne islamiche* a firma di Beatrice Manca (2021), infatti, troviamo un elenco dei veli islamici più conosciuti (hijab, chador, niqab, burqa), corredato di rispettive foto e spiegazioni. Ogni velo è descritto in base alla fattura, alle parti del corpo che copre e al luogo dov’è più diffuso, in base alle tradizioni religiose e culturali, o alle imposizioni governative. Il valore dell’articolo, oltre al contenuto, è legato al momento di pubblicazione, ovvero la metà di agosto 2021. A poche settimane dal ritiro definitivo delle truppe statunitensi dall’Afghanistan, dopo vent’anni di permanenza sul territorio, il ritorno al potere dei talebani nella regione ha di nuovo posto al centro del dibattito mediatico la questione dell’imposizione del *burqa*. Sin dal 2001 il termine *burqa* è stato caricato di valori negativi e “anti-occidentali”, diventando l’unico significante del velo integrale, topos internazionale dell’oppressione dell’islam sulle donne (Abu-Lughod 2002). Spesso, inoltre, anche quando si parla di *hijab* i giornali utilizzano foto di donne in *niqab*, che nella vulgata viene sovente confuso con il *burqa* (Zine 2002).

Infine, anche in questo blocco tematico emerge l’idea, corretta ma non scontata quando parliamo di media italiani e islam, che parlare di veli islamici non voglia

dire per forza parlare di costrizioni famigliari o culturali, ma anche di libere scelte di fede. Come scrive Elisabetta Moro dalle pagine di *Cosmopolitan* in occasione dell'*hijab day*¹⁰,

la verità è che ogni donna musulmana ha un'esperienza di fede molto personale e dunque un diverso modo di rapportarsi all'*hijab*. I motivi per cui scegliere di indossare il velo sono soggettivi anche se il Corano lo descrive come un gesto di modestia e riservatezza. [...] Certo, è innegabile che in alcuni contesti il velo possa diventare un simbolo sessista di sottomissione della donna, specie in quei Paesi dove la legge lo impone come obbligo [...]. Ma non si può per questo generalizzare. (Moro 2021a)

4. Conclusioni

A fronte della violenza epistemica¹¹ che tendenzialmente pervade le rappresentazioni mediatiche delle donne musulmane nella stampa generalista italiana, le riviste “femminili” *mainstream* contrappongono un immaginario complesso e stratificato. Le donne musulmane, soprattutto quando indossano il velo, sono infatti generalmente rappresentate come le vittime di un patriarcato (più) oscurantista, o sono oggettificate come simboli dello scontro di civiltà che si suppone in atto anche nel nostro Paese. Dopo aver analizzato quasi un centinaio di articoli tratti dalle riviste “femminili” *mainstream*, pubblicati tra il maggio 2020 e il dicembre 2022, possiamo dire che queste tentano di non riproporre uno sguardo orientalista e islamofobo sulle donne musulmane, italiane e straniere.

Tali riviste, infatti, propongono una narrazione articolata dell'islam, approfondendone gli aspetti solitamente poco conosciuti dal grande pubblico – aspetti che spesso, invece, appaiono stereotipati e banalizzati nella stampa generalista. Inoltre, esse ospitano le rappresentazioni a tutto tondo di varie donne musulmane, che non vengono appiattite nella classica immagine di vittime prive di *agency*: negli articoli analizzati, emergono infatti le voci e le storie di donne musulmane modelle, influencer, attiviste, studiose, politiche, artiste, scrittrici, femministe, imprenditrici. I veli islamici e le varie versioni della cosiddetta “modest fashion”, in particolare, sono trattati come capi e settori della moda tra altri, certo religiosamente connotati ma non per questo sinonimi di arretratezza o di oppressione. Indipendentemente dal tema trattato, le giornaliste dimostrano una grande professionalità e preparazione, proponendo delle analisi approfondite, scevre dai pregiudizi e talvolta arricchite da riflessioni critiche. Si tratta, riteniamo, di un approccio per nulla scontato, in controtendenza rispetto all'orientalismo e all'islamofobia di genere dilaganti nella stampa generalista italiana: né la letteratura scientifica ad oggi disponibile sull'argomento, né la ricerca di dottorato condotta su varie fonti medialì riportano delle modalità simili o comparabili (Panighel 2023). Ci siamo interrogate pertanto sulle ragioni che spiegano tali approcci.

¹⁰ Evento annuale lanciato nel 2013 dalla newyorkese Nazma Khan al fine di combattere la discriminazione e il pregiudizio contro le donne che indossano l'*hijab*.

¹¹ La teorica postcoloniale Gayatri Chakravorty Spivak ha riattivato il concetto di “violenza epistemica” in riferimento non solo alla costruzione e all'alterizzazione, da parte della conoscenza occidentale, del soggetto colonizzato, ma anche alla pretesa di voler concepire tale conoscenza come “verità” (Spivak 1988, 24-25). Il discorso contemporaneo sulle donne musulmane, a partire dagli immaginari veicolati dagli Stati Uniti sulle donne afgane “vittime” dell'imposizione del burqa, è stato definito come una forma di violenza epistemica (Ayotte & Husain 2005).

Da una parte, riteniamo che storicamente le riviste “femminili” siano state degli spazi di libertà e sperimentazione per le giornaliste donne, libere di esercitare la professione lontane dallo sguardo e dal giudizio maschile. Spesso, inoltre, all’interno di queste riviste (o grazie a loro) sono sbocciati progetti imprevisi, come la rubrica “Le donne parlano” di Miriam Mafai su *Grazia* (Mancinelli 2022), come la posta del cuore tenuta su *Ragazza In* da Lea Melandri (2021), o come la raccolta *Le italiane si confessano* di Gabriella Parca (1959), che ha raccolto centinaia di lettere inviate alle rubriche di consigli di due popolari riviste “femminili”¹². Dall’altra parte riteniamo che la rappresentazione positiva delle donne musulmane che emerge dalla stampa “femminile” *mainstream* risponda a un certo “multiculturalismo di mercato” (Frisina 2010a, 136), totalmente pacificato, che “mercifica” l’uso del velo, una pratica al contempo religiosa, politica e identitaria (Frisina e Hawthorne 2015, 214).

Come evidenziato in alcuni dei contributi analizzati, infatti, le donne musulmane corrispondono a una fetta commerciale che potrebbe fruttare grandi guadagni.¹³ In questo senso, il tentativo di intercettarne l’attenzione, l’interesse e la stima sembrano non tanto adottare una lente intersezionale, quanto andare nella direzione di una limitata inclusione all’interno di un sistema che riproduce gerarchie di potere e di esclusione al fine di estrarne un ricavo economico. Tale tendenza era stata in parte prevista da Stano, la quale riportava il modo in cui alcune case di moda avevano ripreso lo stile del burqa sulle passerelle, sovvertendone “completamente i valori cui è legato originariamente, sia per le tinte di cui si colora che per la trasparenza che viene a caratterizzarlo. Il suo obiettivo non è più di nascondere il corpo allo sguardo, ma di incitare a guardarlo” (2010, 342).

Nonostante negli ultimi anni il concetto di intersezionalità abbia visto una crescente diffusione, riteniamo sia importante riprendere le origini del concetto per comprenderne l’uso che ne viene fatto oggi (Dambrosio Clementelli e Panighel, *forthcoming*). La teoria critica dell’intersezionalità viene dal lavoro politico radicale di donne e lesbiche nere e di estrazione operaia (Combahee River Collective 1981; Crenshaw 1989), che la intendevano come uno strumento necessario per un radicale cambiamento dell’esistente. Nel caso in esame, certamente le narrazioni e le rappresentazioni fornite dalle riviste “femminili” ribaltano l’immaginario diffuso della donna musulmana (soprattutto velata): tuttavia le immagini patinate, le storie di successo delle “buone musulmane” che ce l’hanno fatta, veicolano un immaginario pacificato e “inclusivo” che non ribalta in nessun modo le dinamiche di potere, discriminazione e oppressione. Come afferma il movimento Non Una Di Meno (2017) nel suo piano contro la violenza maschile e di genere, il femminismo dovrebbe essere “lettura complessiva dell’esistente [che] esige una trasformazione profonda” – e non solo una patina di rosa o un velo in copertina se poi non cambiano i rapporti di potere che tengono queste donne in posizione subalterna.

¹² Ringrazio Maia Pedullà e Anastasia Barone per aver ragionato con me su questo punto.

¹³ Si vedano a questo proposito Frisina (2015) e Riad (2016).

Bibliografia di riferimento

- Abdel Qader, S. (2022). Prefazione. In G. Bernardini, *Velata. Hijab, sport e autodeterminazione*. Alessandria: Capovolte.
- Abu-Lughod, L. (2001). 'Orientalism' and Middle East Feminist Studies. *Feminist Studies*, 27(1), 101-113.
- Abu-Lughod, L. (2002). Do Muslim Women Really Need Saving? Anthropological Reflections on Cultural Relativism and Its Others. *American Anthropologist*, 104(3), 783-790.
- Acocella, I. (2015). Giovani musulmane: nuove soggettività nello spazio pubblico e privato. In Acocella, I. & Pepicelli, R. (Eds.), *Giovani musulmane in Italia. Percorsi biografici e pratiche quotidiane*. Bologna: il Mulino.
- Adorni, A. (2021, 21 maggio). Nabila Mhaidra, dal Marocco al Comune di Parma: "Le differenze sono valori aggiunti", Intervista. *Il Parmense*. Ricavato da <https://www.ilparmense.net/>.
- Ali, T. (2022). Digiuno e purificazione: il nostro prezioso Ramadan. *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.
- Allievi, S. (1997). Muslim Minorities in Italy and their Image in Italian Media. In S. Vertovec e C. Peach (Eds.), *Islam in Europe. The Politics of Religion and Community*. Hampshire and London: Macmillan Press.
- Allievi, S. (2002). *Islam italiano: viaggio nella seconda religione del Paese*. Torino: Einaudi.
- Allievi, S. (2017). I media e la paura dell'islam. *Sociologia della Comunicazione*, 54, 117-130.
- Ammendola, C. (2022, 4 febbraio). Lecce, promessa sposa a 12 anni e costretta a portare il velo: giudice toglie la potestà alla madre. *Fanpage*. Ricavato da <https://www.fanpage.it/>.
- Arcolaci, A. (2021). Takoua Ben Mohamed: «Non sono (solo) il velo che indosso». *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.
- Ayotte, K.J. & Husain M.E. (2005). Securing Afghan Women: Neocolonialism, Epistemic Violence, and the Rhetoric of the Veil. *NWSA Journal*, 17(3), 112-133.
- Aziz, S.F. (2022). *The Racial Muslim. When Racism Quashes Religious Freedom*. Berkley: University of California Press.
- Bonilla-Silva, E. (1997). Rethinking Racism: Toward a Structural Interpretation. *American Sociology Review*, 62(3), 465-480.
- Bruno, M. (2008). *L'islam immaginato. Rappresentazioni e stereotipi nei media italiani*. Milano: Guerini.
- Bruno, M. (2016). Media representations of immigrants in Italy: framing real and symbolic borders. *Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 24(46), 45-58.
- Bruno, M., & Peruzzi, G. (2020). Per una sociologia delle rappresentazioni mediali delle migrazioni. Un'introduzione. *Mondi Migranti*, 2, 29-46.
- Calvanese, E. (2011). *Media e immigrazione tra stereotipi e pregiudizi*. Milano: Franco Angeli.
- Casalinuovo, F. (2016, 18 gennaio). Dolce & Gabbana: Abaya, la collezione per le donne musulmane. *Donna Moderna*. Ricavato da <https://www.donnamoderna.com/>.
- Castigliani, M. (2018, 26 aprile). Da Hina a Sana Cheema, il no al matrimonio forzato che uccide. Ecco il "servizio segreto" che salva le ragazze. *Il Fatto Quotidiano*. Ricavato da <https://www.ilfattoquotidiano.it/>.
- Castigliani, M. (2021, 4 giugno). La consigliera dem di Reggio Emilia: "Il Pd prenda posizione sul caso di Saman. La destra strumentalizza? Temo di più il silenzio della sinistra". *Il Fatto Quotidiano*. Ricavato da <https://www.ilfattoquotidiano.it/>.
- Catalano, C. (2021a, 15 maggio). Sveva, Fatima, Dounia, Dalila e Chafia hanno spiegato a Cosmo.it cos'è l'Islamofobia europea. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.

- Catalano, C. (2021b, 18 agosto). “Le donne afghane esistono!” Da Kabul il grido d’aiuto che ha sconvolto il mondo. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Catalano, C. (2021c, 2 settembre). Dizionario dell’Inclusion: Aya, Milan Pyramid, spiega al Cosmo Village il significato di “islamofobia”. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Cesari, J. (2009). The Securitisation of Islam in Europe. *Challenge Liberty and Security*, 14, 1-14.
- Ciocca, F. (2019). *L’Islam italiano. Un’indagine tra religione, identità e islamofobia*. Roma: Meltemi.
- Ciocca, F. (2022, 9 febbraio). Musulmani in Italia: una presenza stabile e sempre più italiana. *Le Nius*. Ricavato da <https://www.lenius.it/>.
- Cogo, T. (2021, 7 luglio). Intervista – Mounia El Fasi, volontaria del Centro Islamico di Parma e riferimento del Punto Rosa: “I talebani mettono in crisi l’immagine dei veri musulmani”. *parmadaily.it*. Ricavato da <https://www.parmadaily.it/>.
- Combahee River Collective. (1981). A Black Feminist Statement. In Anzaldúa G. & Moraga C. (Eds.), *This Brigde Called My Back. Writings by radical women of color*. London: Persephone Press.
- Conte, D. (2009). I musulmani di Italia: questi sconosciuti? L’immigrazione musulmana raccontata in TV. *Ricerche di Pedagogia e didattica*, 4(2), 1-15.
- Cosa significa Inshallah, la famosa espressione araba (e non solo) che da sempre ispira poeti e artisti. (2021, 9 maggio). *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Coviello, M. (2022, 19 settembre). Iran, le proteste per la morte di Mahsa Amini, uccisa perché indossava male il velo. *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory, and Antiracism Politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1, 139-167.
- Crescenti, M. (2021). Giovani musulmani italiani. Appartenenza religiosa, socializzazione e agenzie socializzative. *Culture e Studi del Sociale*, 6(1), 35-50.
- Crespi, I., & Ricucci, R. (2021). Giovani, religione e pluralismo culturale: percorsi identitari e socializzazione. *Culture e Studi del Sociale*, 6(1), 3-12.
- Dambrosio Clementelli, A., & Panighel, M. (forthcoming). Travelling Theories and Methodologies. Il movimento femminista italiano alle prese con l’intersezionalità. In A. Mainardi, & S. Voli (Eds.), *Femminismi contemporanei*. Milano, Centro di ricerca interuniversitario Culture di Genere.
- De Falco, C. C., & Romeo, E. (2021). Social Sciences Research Methods Regarding COVID-19 Pandemic. A PRISMA Systematic Review. *Culture e Studi del Sociale*, 6(1), Special, 123-141.
- De Gregorio, C. (2021, 10 dicembre). La donna dell’anno di D. Takoua Ben Mohamed: “Voglio vincere il Nobel con una graphic novel”. *D - la Repubblica delle donne*. Ricavato da <https://www.repubblica.it/moda-e-beauty/>.
- Dente, G. (2021a, 15 marzo). Shamsia Hassani, street artist col velo: nei suoi disegni il grido di libertà delle donne afghane. *Donna Fan Page*. Ricavato da <https://donna.fanpage.it/>.
- Dente, G. (2021b, 28 maggio). Rawdah Mohamed debutta come fashion editor: la modella si batte per il diritto di indossare il velo. *Donna Fan Page*. Ricavato da <https://donna.fanpage.it/>.
- Eurispes (2018). Rapporto Italia 2018. Gli italiani sovrastimano la presenza degli immigrati. Corruzione, politici incompetenti, criminalità, inquinamento dell’aria, attentati sono considerate minacce. Ricavato da <https://eurispes.eu/>.
- Faloppa, F. (2020). Le parole e le cose. Prefazione. In G. Proglione, *op. cit.*, 5-17.
- Filippi, M.G. (2022, 5 ottobre). Zahra da Teheran: «Non solo contro il velo, noi lottiamo per la libertà». *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.

- Fiori, F. (2021, 8 aprile). Halima e le altre, la moda ha un problema di inclusione con le modelle islamiche?. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Francia, una modella con l'hijab in copertina su Vogue: è la prima volta. (2022, 26 luglio) *La Stampa*. Ricavato da <https://www.lastampa.it/>.
- Frisina, A. (2010a). Autorappresentazioni pubbliche di giovani musulmane. *Mondi Migranti*, 2, 131-149.
- Frisina, A. (2010b). Young Muslims' Everyday Tactics and Strategies: Resisting Islamophobia, Negotiating Italianness, Becoming Citizens. *Journal of Intercultural Studies*, 31(5), 557-572.
- Frisina, A. (2015). Cittadine che sconfinano? Transizioni biografiche di giovani musulmane di Padova in tempi di crisi. In Acocella, I. & Pepicelli, R. (Eds.), *Giovani musulmane in Italia. Percorsi biografici e pratiche quotidiane*. Bologna: il Mulino.
- Frisina, A., & Hawthorne, C. (2015). Sulle pratiche estetiche antirazziste delle figlie delle migrazioni. In G. Giuliani (Ed.), *Il colore della nazione*. Firenze: Mondadori Education.
- Formigli, C. (2020, 24 maggio). Silvia Romano è a casa, ma l'Italia è sempre la stessa. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Gadeschi, E.F. (2021, 9 agosto). Conosciamo meglio Mariam Ali, la prima candidata alle municipali di Roma con il velo. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Gadeschi, E.F. (2022, 20 settembre). La modella musulmana Halima Aden ritorna sulle passerelle, ma alle proprie regole. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Ghirardato, C. (2021, 21 maggio). Tasnim Ali, influencer di TikTok con il velo. *Donna Moderna*. Ricavato da <https://www.donnamoderna.com/>.
- Grasso, G. (2020, 28 gennaio). "Portare il velo è un atto ribelle e femminista", l'ultima provocazione (ma non del tutto) di Sumaya Abdel Qader. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Hafez, F. (2018). Schools of Thought in Islamophobia Studies: Prejudice, Racism, and Decoloniality. *Islamophobia Studies Journal*, 4(2), 210-225.
- Hajjat, A. & Mohammed, M. (2016). *Islamophobie. Comment les élites françaises fabriquent le «problème musulman»*. Paris: La Découverte.
- IPSOS MORI (2016). Perils of Perception 2016. A 40-Country Study. Ricavato da <https://www.ipsos.com/>.
- ISMU (2022). Immigrati e religioni in Italia – Comunicato stampa 4.7.2022. Ricavato da <https://www.ismu.org/>.
- Khalid, M. (2014). Gendering Orientalism: Gender, sexuality and race in post-9/11 global politics. *Critical Race and Whiteness Studies*, 10(1), 1-18.
- Laurano, P. (2014). Musulmane d'Italia: la rappresentazione nei mass media. In E. Pföstl (Eds.), *Musulmane d'Italia*, Roma, Bordeaux.
- Law, I., Easat-Daas, A., Merali, A. & Sayyid, S. (Eds.) (2019). *Countering Islamophobia in Europe. Mapping Global Racisms*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mahmood, S. (2009). Feminism, Democracy, and Empire: Islam and the War on Terror. In H. Herzog & A. Braude (Eds.), *Gendering Religion and Politics*. New York: Palgrave Macmillan.
- Maiello, G. (2021). Social and individual Processes at the Time of the COVID-19 Crisis. *Culture e Studi del Sociale*, 6(1), Special, 117-122.
- Malpaga, M. (2021, 17 luglio). Corte dell'Ue, si possono vietare velo e simboli di culto sul luogo di lavoro. Breigheche: "Spero si possa fare ricorso". *Il Dolomiti*. Ricavato da <https://www.ildolomiti.it/>.
- Manca, B. (2021, 19 agosti). Burqa, Hijab, Chador: che differenza c'è tra i tipi di velo delle donne islamiche. *Donna Fan Page*. Ricavato da <https://donna.fanpage.it/>.
- Mancinelli, A. (2022). Italian Women's Publishing: A Journey between Aesthetics and Politics. *Zone Moda Journal*, 12(1), 61-74.
- Marletti, C. (1995). *Televisione e Islam. Immagini e stereotipi dell'Islam nella comunicazione italiana*. Torino: RAI-Nuova Eri.
- Massari, M. (2006). *Islamofobia. La paura e l'islam*. Roma-Bari: Laterza.
- Melandri, L. (2021). *La mappa del cuore. Lettere di adolescenti a una femminista*. Milano : Enciclopedia delle Donne.

- Mestiri, M., Grosfoguel, R. & Soum, El Y. (Eds.). (2008), *Islamophobie dans le monde moderne*. Paris: IIIT France.
- Mohanty Chandra T. ([2003] 2012), *Femminismo senza frontiere. Teorie, differenze, conflitti*. Verona: Ombrecorte.
- Monnis, M. (2019a, 2 maggio). Halima Aden è la prima modella in burkini e hijab su Sports Illustrated (e a fare la storia). *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Monnis, M. (2019b, 27 giugno). In Francia le donne musulmane lottano permettere il burkini, ma della contro-protesta vogliamo parlare?. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Moro, E. (2020a, 9 luglio). Un barista ha scritto “Isis” sul caffè di una donna musulmana e vorremmo tanto fosse una fake news. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Moro, E. (2020b, 4 dicembre). Si torna a parlare del rapimento di Aisha (così si chiama Silvia Romano oggi) ed ecco cosa ancora non sappiamo. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Moro, E. (2021a, 1° febbraio). Oggi è il World Hijab Day e parlarne è il primo passo per iniziare ad abbattere i pregiudizi. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Moro, E. (2021b, 24 marzo). Addio a Nawal El Saadawi, la scrittrice egiziana femminista che ha provato a far ribellare le donne. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Moro, E. (2021c, 15 aprile). È iniziato il Ramadan 2021 ed ecco un piccolo recap di informazioni (base) per essere preparati sul tema. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Moro, E. (2021d, 7 maggio). Che fine ha fatto Silvia Aisha Romano? Ma soprattutto: come sta oggi Silvia Aisha Romano? *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Morosi, S. (2021, 4 giugno). Malala Yousafzai sulla copertina di Vogue: «Ogni ragazza può cambiare il mondo. Il velo non è un segno di oppressione». *La ventisettesima ora*. Ricavato da <https://27esimaora.corriere.it/>.
- Musacchio, F. (2021, 16 novembre). Il dramma dei figli dell’Islam. Con l’anima divisa tra Maometto e l’Italia. *Il Tempo*. Ricavato da <https://www.iltempo.it/>.
- Nadali, G. (2021, 16 maggio). Le leader religiose, così cambiano le Chiese. *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.
- Navarro, L. (2010). Islamophobia and Sexism: Muslim Women in the Western Mass Media. *Human Architecture*, 8(2), 95-114.
- Non Una Di Meno (2017). *Abbiamo un piano. Piano femminista contro la violenza maschile sulle donne e la violenza di genere*.
- Nurzihan, H. (2014). A Comparative Analysis on Hijab Wearing in Malaysian Muslimah Magazines. *The Journal of the South East Asia*, 6(1), 79-96.
- Panighel, M. (2021, 12 marzo). «A forza di volermi salvare finirai per opprimermi». *Jacobin Italia*. Ricavato da <https://jacobinitalia.it/>.
- Panighel, M. (2023). *L’islamofobia di genere in Italia. Le donne musulmane tra auto ed etero-rappresentazioni*. Tesi di dottorato in Scienze Sociali, Università di Genova.
- Parca, G. (1959). *Le italiane si confessano*. Firenze: Parenti.
- Pepicelli, R. (2012). *Il velo nell’Islam. Storia, politica, estetica*. Roma: Carocci.
- Picchiata dai genitori islamici perché ama un ragazzo italiano che non vuole convertirsi, Salvini: «Zero pietà per i fanatici» (2022, 26 agosto). *Corriere Adriatico*. Ricavato da <https://www.corriereadriatico.it/fermo/>.
- Piol, D. (2021, 14 gennaio). Perde il posto per il velo. «Ora presento denuncia». *Il Gazzettino*. Ricavato da <https://www.ilgazzettino.it/nordest/belluno/>.
- Pizzimenti, C. (2019, 5 maggio). Ramadan, cosa succede nel mese del digiuno dei musulmani. *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.
- Pizzimenti, C. (2022, 17 ottobre). Elnaz Rekabi, la scalatrice iraniana gareggia senza il velo. *Vanity Fair*. Ricavato da <https://www.vanityfair.it/>.

- Premazzi, V. (2021). Young Muslims and Islamophobia in Italy: What is at Stake?. *Culture e Studi del Sociale*, 6(1), 51-64.
- Proglio, G. (Ed.) (2020). *Islamofobia e razzismo. Media, discorsi pubblici e immaginario nella decostruzione dell'altro*. Torino: Edizioni SEB27.
- Reggiani, V. (2022, 13 settembre). “Noi segregate in casa e picchiate”. Moglie e figlie vent’anni nell’incubo. *Il resto del Carlino*. Ricavato da <https://www.ilrestodelcarlino.it/modena/>.
- Riad, F. (2016, 14 aprile). Razzismo super decomplessificato – Se la “moda islamica” mette a nudo il razzismo di Stato. *Abbatto i Muri*. Ricavato da <https://abbattoimuri.wordpress.com/>.
- Riva, V. ([2015] 2020). *Convertite*. Pisa: ETS.
- Rivera, A. (2003). *Estranei e nemici. Discriminazione e violenza razzista in Italia*. Roma: Derive Approdi
- Runnymede Trust. (1997). *Islamophobia. A Challenge for Us All*. London: Commission on British Muslims and Islamophobia.
- Said, E. ([1978] 2015). *Orientalismo. L'immagine europea dell'Oriente*. Milano: Feltrinelli.
- Said, E. ([1981] 2012). *Covering Islam. Come i media e gli esperti determinano la nostra visione del resto del mondo*. Massa: Transeuropa.
- Samiei, M. (2010). Neo-Orientalism? The relationship between the West and Islam in our globalized world. *Third World Quarterly*, 31(7), 1145-1160.
- Siddiqui, N. (2014). Women’s magazines in Asian and Middle Eastern countries. *South Asian Popular Culture*, 12(1), 29-40.
- Siino, G. A. & Levantino, N. (2016). Islamophobia in Italy. National Report 2015. In E. Bayrakli & F. Hafez, *European Islamophobia Report 2015*. Ankara: Seta Foundation.
- Si ribella a “matrimonio combinato”, indagati genitori a Roma (2022, 28 gennaio). *ANSA*. Ricavato da <https://www.ansa.it/>.
- Sisti, C. (2021a, 11 marzo). Sì, il divieto d’indossare il burqa in Svizzera merita una grande, accesa, controversa riflessione. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Sisti, C. (2021b, 16 agosto). Il ritorno dei Talebani in Afghanistan potrebbe avere un impatto disastroso per le donne. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Sisti, C. (2022, 24 marzo). Nel 2022 la Marvel sta (finalmente) per debuttare con la sua prima eroina musulmana. *Elle*. Ricavato da <https://www.elle.com/it/>.
- Spivak, G.C.(1988). Can the Subaltern Speak?. In Nelson C. & Grossberg L. (Eds.), *Marxism and the Interpretation of Culture*. London: Macmillan.
- Spivak, G.C. (1993). *Outside in the Teaching Machine*. New York-London: Routledge.
- Tarlo, E. & Moors, A. (Eds.) (2013). *Islamic Fashion and Anti-fashion. New perspectives From Europe and North America*. Londra-New York: Bloomsbury.
- Torlone, G. (2021, 12 marzo). Vietare il velo integrale come in Svizzera non vuol dire essere dalla parte delle donne. *Donna Fan Page*. Ricavato da <https://donna.fanpage.it/>.
- Vanzan, A. (2006). *La storia velata. Le donne dell'islam nell'immaginario italiano*. Roma: Edizioni Lavoro.
- Vivaldelli, R. (2022, 27 luglio). Lo spot di Vogue France all’islam: in copertina arriva l’hijab. *Il Giornale*. Ricavato da <https://www.ilgiornale.it/>.
- Vengoni, A. (2020, 18 giugno). Sarah Hijazi, chi era l’attivista egiziana per cui dovremmo sventolare ancora più in alto la bandiera LGBTQ. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Yeğenoğlu, M. (1998). *Colonial Fantasies: Towards a Feminist Reading of Orientalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zine, J. (2002). Muslim Women and the Politics of Representation. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 19(4), 1-22.
- Zine, J. (2006). Unveiled Sentiments: Gendered Islamophobia and Experiences of Veiling among Muslim Girls in a Canadian Islamic School. *Equity & Excellence in Education*, 39(3), 239-252.

Intersezionalità nelle riviste “femminili” mainstream? Il caso della rappresentazione delle
donne musulmane italiane

- Zocchi, B. (2021, 22 agosto). Conosciamo meglio la bellezza Halal, un mondo beauty dall'approccio vegano e cruelty-free. *Cosmopolitan*. Ricavato da <https://www.cosmopolitan.com/>.
- Zubair, S. (2010). “Not Easily Put-Downable”: Magazine Representations and Muslim Women's Identities in Southern Punjab, Pakistan. *Feminist Formations*, 22(3), 176-195.