



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Le "girlboss" nei media: dal boom al crollo, la parabola di un'icona

Come le narrazioni di genere hanno costruito e smantellato il fenomeno culturale delle "girlboss", plasmando le aspettative sociali verso le donne imprenditrici: uno studio dell'Università di Bologna e della canadese Ivey Business School

Bologna, 9 dicembre 2025 - La *girlboss*: un fenomeno culturale creato - e poi travolto - dall'hype mediatico. Lo studio ***The Rise and Fall of the Girlboss: Gender, Social Expectations and Entrepreneurial Hype*** ricostruisce l'ascesa e il declino delle **donne imprenditrici** nelle narrazioni dei media, mostrando come queste narrazioni modellino le aspettative sociali nei loro confronti e contribuiscano a determinarne tanto il successo quanto il crollo.

La ricerca - pubblicata su [Journal of Business Venturing](#) e recentemente citata come esemplare per impatto dal team editoriale del giornale - è stata condotta da **Antonio Paco Giuliani**, professore al Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna, e **Janice Byrne**, professoressa alla Ivey Business School (London, Canada). I due studiosi hanno analizzato oltre **2.600 articoli** di giornali, riviste di settore e blog pubblicati **fra il 2014 e il 2023**, ricostruendo il ciclo narrativo che ha portato dalla celebrazione iniziale di figure come **Sophia Amoruso** ed **Elizabeth Holmes**, simboli di emancipazione e successo, alla loro successiva rappresentazione come esempi di eccesso e fallimento.

Dalla comparsa della *girlboss* come modello riferimento nel 2014 fino al 2016/17, la narrazione predominante si presentava largamente positiva, valorizzando *empowerment*, ambizione e rottura degli schemi. **Tra il 2016 e il 2023**, la tendenza si è invertita: il tono è diventato critico, riportando scandali, difficoltà imprenditoriali e scetticismo verso il femminismo *pop* e la cultura *startup*.

La *girlboss* è stata dunque decostruita dagli stessi media che l'avevano costruita.

"Il ciclo mediatico delle *girlboss* offre una lezione importante: quando andiamo oltre l'hype e lo stereotipo, creiamo spazio per storie dell'imprenditoria femminile più ricche e resilienti - **dichiara il professor Giuliani** - La caduta della *girlboss* non è un mero fallimento: è un segnale che ci invita a ripensare il modo in cui rappresentiamo le donne nel mondo degli affari e come apprezziamo il loro contributo".

Lo studio evidenzia come le strategie narrative impiegate - dalla personalizzazione, alla banalizzazione, fino alla demonizzazione - generino forti **oscillazioni emotive nella percezione pubblica** delle **donne imprenditrici**. Questi dispositivi contribuiscono a creare un vero e proprio **ciclo dell'hype**, in cui fasi di intensa ammirazione sono seguite da improvvisi contraccolpi.



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

All'interno di tale dinamica, **le narrazioni non si limitano a raccontare il successo**: lo producono, lo amplificano e possono allo stesso modo minarlo rapidamente. Quando il tono mediatico cambia, l'effetto non ricade soltanto sulla singola imprenditrice protagonista, ma contribuisce a **ridefinire l'immaginario collettivo sull'imprenditoria femminile** nel suo insieme.

Questo meccanismo colpisce in modo particolarmente forte **gruppi sottorappresentati**, come le donne imprenditrici, che si trovano ad affrontare aspettative sociali più rigide e un controllo narrativo più limitato. Proprio per questo gli autori sottolineano la **necessità di rappresentazioni mediatiche più equilibrate** e sfumate, capaci di superare i tropi semplicistici dell'"eroina" o della "fallita" e di restituire la complessità dei percorsi imprenditoriali femminili.

La prospettiva di genere adottata dallo studio si configura così come una lente analitica utile anche per comprendere **altri contesti professionali** segnati da **dinamiche di disuguaglianza** e da simili cicli di costruzione e decostruzione narrativa.

Lo studio ***The Rise and Fall of the Girlboss: Gender, Social Expectations and Entrepreneurial Hype*** è accessibile gratuitamente al link:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S088390262500014X>