

Chapter Title: *Genere*

Book Title: *Come il mondo ha cambiato i social media*

Book Subtitle: *An Italian Translation of How the World Changed Social Media*

Book Author(s): Daniel Miller, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shrimam Venkatraman and Xinyuan Wang

Book Editor(s): Gabriella D'Agostino, Vincenzo Matera

Published by: UCL Press. (2016)

Stable URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv6q52zr.12>

JSTOR is a not-for-profit service that helps scholars, researchers, and students discover, use, and build upon a wide range of content in a trusted digital archive. We use information technology and tools to increase productivity and facilitate new forms of scholarship. For more information about JSTOR, please contact support@jstor.org.

Your use of the JSTOR archive indicates your acceptance of the Terms & Conditions of Use, available at <https://about.jstor.org/terms>



This book is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND 4.0). To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>. Funding is provided by European Research Council.



UCL Press is collaborating with JSTOR to digitize, preserve and extend access to Come il mondo ha cambiato i social media

Capitolo 8

Genere

In questo capitolo esamineremo le influenze che i social media hanno avuto sulle relazioni di genere, sulle norme di genere e sulle identità nei nostri siti di ricerca. Per genere intendiamo le differenze, costruite socialmente e culturalmente, tra femminilità e maschilità, modellate da innumerevoli fattori incluso l'uso della tecnologia e dei media digitali. Le prime ricerche su internet¹ spesso hanno espresso stupore davanti alla peculiarità degli spazi sociali online in cui potevano – o almeno così sembrava – sparire caratteristiche personali come il genere, la razza, l'età e anche tratti fisici evidenti del corpo, dato che si poteva adottare una maschera online totalmente distinta. Le studiose di internet femministe² hanno enfatizzato il ruolo dei media digitali nel fornire strumenti di empowerment che consentono a uomini e donne di rappresentare liberamente i sé e le identità che scelgono per se stessi online, sfuggendo alle norme oppressive di genere del mondo offline.

Donna Haraway³ presenta uno degli argomenti più noti a favore di questa tendenza, e enfatizza il potere della tecnologia di trasformare le relazioni di genere e le identità. Inoltre, proprio perché il genere poteva almeno potenzialmente essere cancellato o reso irrilevante online, risultava più evidente che le nozioni di genere fossero costruite culturalmente, create mediante l'interazione tra il mondo sociale e la cultura materiale (e le tecnologie) che ci circonda, tutt'altro quindi che semplici dati biologici⁴. In quel periodo, altri ottimisti digitali⁵ enfatizzavano internet perché rendeva possibile la costituzione di nuove forme di identità di genere individuali e collettive. Secondo loro, internet agevolava l'espressione autentica dell'agency specifica delle donne invece di qualcosa che era loro imposto.

Retrospectivamente, tali nozioni di identità online, libere di fluttuare sganciate dai corpi del mondo vero, si sono rivelate di breve durata. Quando i social media hanno sostituito modalità più anonime di interazione come chat room e forum, le identità offline sono diventate sempre più importanti nel determinare quelle online, in special modo in contesti dove norme sociali e idee di decoro influenzano o controllano le reazioni sociali in modo significativo. Negli anni Novanta, alcuni videro l'online come potenzialmente libero da una rigida identità di genere. Altri, in continuità con una

discussione che risale agli anni Sessanta e Settanta, tendevano a enfatizzare il ruolo della tecnologia nel riprodurre il dominio maschile. In questo caso, il riconoscimento che le tecnologie digitali possono destabilizzare le differenze di genere⁶ consentì una revisione critica.

Dopo questi decenni, che scivolarono da un'enfasi a un'altra, molte persone oggi riconoscono che la tecnologia crea *potenziali*, resi manifesti a seconda dei contesti in cui sono inseriti. Alcuni studi più recenti hanno messo a fuoco il modo in cui i social media hanno offerto nuovi strumenti di presentazione del sé e di gestione delle identità di genere, specialmente tra i giovani e i teenager⁷. Altri hanno sottolineato le dinamiche di apertura del sé come elemento principale di questo processo⁸. È rimasto tuttavia poco chiaro il grado di generalizzazione possibile al di fuori del contesto euro-americano in cui sono state svolte le ricerche più importanti.

Questo capitolo presenta esempi etnografici per analizzare i modi in cui i social media talvolta hanno rafforzato le relazioni di genere esistenti e gli ideali dominanti di maschilità e femminilità, ma in altri casi hanno portato a trasformazioni del modo in cui le differenze di genere sono immaginate e messe in atto. L'attenzione alla diversità culturale non solo rimanda alla gamma dei siti, ma anche alla diversità all'interno di ciascuno di essi, in considerazione della variazione regionale, religiosa, di classe, urbana/rurale, e etnica. Il capitolo è diviso in due parti principali. La prima analizza i modi in cui i social media hanno favorito la riproduzione e il rafforzamento delle norme di genere esistenti, mettendo in luce le similarità tra l'online e l'offline. La seconda parte discute alcune delle trasformazioni portate dai social media alle relazioni e alle norme di genere. Il capitolo termina con una breve discussione sulle identità e sulle pratiche sessuali non-eteronormative, inclusi gay, lesbiche, bisessuali e transgender, descrivendo se e in che modo i social media possano rappresentare, per le persone con questo genere di identità, una maggiore opportunità di interazione privata o riservata o, invece, raggiungere una maggior visibilità pubblica.

Continuità: presentazione di genere del sé

In tutti e nove i siti del nostro studio, i social media hanno riprodotto e rafforzato le norme che regolano le differenze di genere nel mondo offline, ma in modi e in misura diversi. In particolare, la riproduzione degli ideali

dominanti di femminilità e di maschilità nei social media pubblici⁹ come Facebook è un elemento comune trasversale a quasi tutti. Gli spazi pubblici on line si sono caratterizzati spesso come fortemente conservativi, rafforzando norme di genere consolidate. La costruzione del sé sui social media continua ad avere un aspetto di genere, come una parte delle varie e intersecate identità individuali, proprio come accade nella vita quotidiana offline¹⁰.

Il sito della Turchia sudorientale illustra forse meglio la natura conservativa delle piattaforme tipo Facebook. Qui gli uomini tendono a rappresentarsi come professionisti di successo, mentre le donne esaltano le loro qualità estetiche, oppure la loro adesione ai valori musulmani di modestia e purezza; tutti omettono quegli aspetti della loro vita che non riflettono i valori egemoni sull'onore femminile e maschile e l'etica musulmana. Per esempio, raramente sono rappresentate interazioni fra donne e uomini in quegli spazi di Facebook accessibili al più ampio pubblico di amici e parenti. Anche se sono normali le conversazioni fra giovani uomini e donne in ambiti secolari e misti come la scuola e l'università, questo non comparirà online in modo evidente. È raro che venga rappresentata anche l'occasione di incontro di gruppi misti di parenti per bere caffè o tè insieme in spazi semi-pubblici come bar e ristoranti, dato che potenzialmente potrebbero dare adito a pettegolezzi e fraintendimenti.

Le donne laiche e istruite che sono fidanzate ufficialmente non renderanno mai pubblico questo fatto sui social media. Un esempio è il caso di Leyla. Se qualcuna delle sue amiche dovesse scattarle delle fotografie insieme al suo fidanzato, lei è sempre molto attenta ad assicurarsi che nessuno posterà queste fotografie sulla sua bacheca di Facebook. Fortunatamente, prima di postare foto su Facebook le persone di solito chiedono il permesso. Su Facebook separazione di genere e conformità sono quindi anche più rigide ed estreme di quanto non siano offline, semplicemente perché questo spazio è soggetto a controllo continuo, in una misura molto maggiore della maggior parte degli spazi offline. È consueto per i giovani, donne e uomini, ricevere telefonate dai loro parenti più grandi con richieste di chiarimenti e di giustificazione in relazione a immagini specifiche che hanno visto su Facebook. Le persone trascorrono molto tempo controllando e speculando sulle bacheche dei loro amici di Facebook. Qualsiasi deviazione dalle norme può divenire oggetto di pettegolezzi e maldicenze, che potrebbero anche portare alla vergogna e alla rovina della reputazione individuale e familiare.

Un giovane di nome Fatih partecipava a un evento in un locale insieme a

due ospiti speciali: DJ donne provenienti da Istanbul che dovevano esibirsi quella sera. Le donne avevano un abbigliamento che appariva del tutto indecoroso secondo gli standard locali. Anche se lui e i suoi amici trascorsero l'intera serata a scattare foto delle due donne, nessuno postò alcuna di quelle foto su Facebook. Sullo spazio online visibile a centinaia di amici e parenti questi uomini si conformarono strettamente alle norme morali che impongono una condotta virtuosa e pura.

Gli ideali dominanti di femminilità vengono riprodotti anche mediante una presenza di corpi femminili online molto contenuta: donne giovani non sposate di ambiente più tradizionale usano spesso Facebook con foto del profilo false e con nomi falsi per evitare di essere viste dai parenti maschi più anziani. Così facendo riproducono le norme sociali in vigore che per tradizione vietano loro di mostrarsi in spazi pubblici; però, nello stesso tempo questo produce possibilità nuove di trasgredire queste norme, tenendo segretamente uno spazio di rappresentazione fuori dal controllo della famiglia.

L'esclusione parziale delle donne dagli spazi più pubblici dei social media non è limitata alla Turchia sudorientale. Nel nostro sito nella Cina rurale, diverse donne sposatesi di recente hanno cancellato molti estranei dalla loro lista di contatti, arrivati in seguito a una pregressa frenesia di "aggiungi" prima del matrimonio. Altre possono anche smettere di usare i social media del tutto. Spesso le donne incinta cancellano molte persone e si rendono meno visibili sui social, mettendo in scena una transizione dalla vita pubblica verso l'istituzione privata della maternità. La perdita di visibilità delle donne sui social media quindi aumenta con il passaggio a certe fasi della vita. Però, viceversa, le donne sposate sono particolarmente attive e visibili su spazi pubblici offline, come in gruppi di danza organizzati.

In questo caso è la connotazione dell'online come spazio immorale a scoraggiare alcune donne da una esplicita attività online. Le donne che sono attive online usano moltissimo il maggiore anonimato consentito dai social media cinesi¹¹. Per le donne era raro usare foto personali come loro avatar o nel loro profilo su QZone, e molte donne seguivano la prassi di "bloccare" il loro album QZone, di solito con domande del tipo "Come mi chiamo?", in modo da consentire l'accesso solo a chi le conosceva già personalmente. Nella Cina rurale la normatività online si esprime attraverso la reinvenzione delle relazioni basata sugli ideali tradizionali. Donne e uomini condividono pubblicamente materiali che rappresentano ciò che loro considerano

come relazioni familiari tradizionali, con fotografie che ritraggono bambini e genitori, sposi felici, e memi con messaggi romantici. La piattaforma QQ è diventata uno spazio importante per esprimere questi valori familiari e romantici tradizionali, che considerano incarnare ideali modellati dal confucianesimo.

Anche nel sito italiano la visibilità limitata delle figure di donne negli spazi pubblici corrisponde a una assenza di visibilità sui social media. È estremamente insolito per le donne sposate postare foto di se stesse su Facebook, che limitano alle occasioni speciali, come feste di compleanno, riunioni familiari, o eventi specifici con amiche. L'assenza di fotografie che rappresentano il loro corpo è bilanciata dall'abbondanza di immagini di oggetti domestici, memi, fotografie artistiche o foto dei loro figli. In questo caso, le trasformazioni nel corso della loro vita riproducono il modo in cui cambia la loro visibilità negli spazi offline della città. Dalle donne sposate, specie dopo che sono diventate madri, ci si aspetta che mutino il modo in cui appaiono negli spazi pubblici e che esaltino i loro ruoli di mogli e madri. Di conseguenza sui social media non mostrano apertamente immagini di se stesse, che potrebbero essere interpretate come segni di flirt.

Al confronto, uomini adulti e amicizia fra uomini sono più visibili sui social media pubblici. Gli uomini adulti inoltre condividono tipici contenuti convenzionalmente associati alla maschilità, come la politica, le moto di grossa cilindrata e lo sport. Sono anche relativamente creativi nel postare. Per esempio, possono pubblicare foto per creare poster o specie di memi personalizzati, oppure usare una gamma più diversificata di aggiornamenti di status. Al contrario delle donne, gli uomini sono inclini all'auto-ironia online, per esempio, usando software gratuiti online per creare avatar di se stessi o brevi storie in cui si prendono gioco di situazioni specifiche della loro vita. Un altro esempio del modo in cui le norme di genere dominanti vengono riprodotte e rafforzate negli spazi più pubblici dei social media arriva dal nostro sito nel sud dell'India. Qui il genere emerge come un elemento dei tradizionali ruoli familiari, come il comportamento della sposa novella o della suocera. Le famiglie si impegnano collettivamente nei profili Facebook dei singoli membri della famiglia, in modo che l'effetto complessivo sia quello di dare all'esterno un'immagine di famiglia rispettabile e idealizzata. L'obiettivo è evitare qualsiasi apparenza di disputa o di disarmonia familiare, e rispettare online i ruoli familiari di genere è importante per questa rappresentazione. Le piattaforme di social media pubblici come

Facebook, Instagram o QQ offrono uno spazio per la costruzione consapevole della propria immagine, mettendo in scena il sé¹² o, come nel caso del sud dell'India, la famiglia. Mentre certi post possono essere rivolti a individui o gruppi specifici, i social media pubblici creano anche la sensazione di un pubblico più generale o di un'audience generica immaginata.

Il sito nel nord del Cile conferma ancora una volta l'osservazione che i social media pubblici hanno rafforzato le norme di genere; qui, entrambi donne e uomini, si comportano secondo le aspettative sociali, presentando una rappresentazione limitata di modelli di genere. Haynes scrive che spesso la differenziazione fra il lavoro degli uomini e il lavoro delle donne rafforza le norme di genere: gli uomini prevalentemente lavorano in miniera, nell'edilizia urbana e portuale, mentre le donne gestiscono la casa o lavorano nel servizio ai clienti o nelle professioni di cura. Sui social media l'orgoglio maschile nel lavoro è molto spesso espresso attraverso la rappresentazione del lavoro come un sacrificio di tempo necessario per mantenere la famiglia. Al contrario, il frame del lavoro femminile riguarda la cura della famiglia, un ruolo che può apparire come la naturalizzazione della differenza di genere. Questo tipo di rappresentazione a volte sopprime la variabilità individuale e le categorie di genere appaiono di gran lunga più nette di quanto non siano nel mondo offline, dove tantissime donne mettono in moto le loro auto e molti uomini sono tranquillamente dediti a cucinare torte.

Un pubblico generico corrisponde anche all'audience immaginata dei post visivi che spesso prevalgono sui social media. Il vantaggio di studiare le norme di genere mediante i social media emerge forse meglio dall'altro nostro volume comparativo, *Visualising Facebook*¹³. Ciò anche perché quel libro consta in gran parte di post visivi, mettendo i lettori letteralmente in grado di vedere come appaiono le norme di genere in differenti popolazioni nei siti in Inghilterra e a Trinidad. I ricercatori in ciascun sito hanno guardato migliaia di immagini fotografiche postate online. Ne risulta che le convenzioni e i tipi principali cui si ricorre nella rappresentazione di forme normative come il genere diventano evidenti dopo un po' di tempo e sono chiaramente supportate. Il punto è che, in quanto accademici, possiamo ormai letteralmente percepire le norme culturali come la costante ripetizione di immagini, e così anche le persone di cui stiamo guardando le immagini.

In particolare possiamo "vedere" come funziona la riproduzione delle identità di genere, spesso attraverso una serie di associazioni in contrasto. Per esempio, il materiale inglese mostra un'associazione molto comune fra

maschi e birra. Esaminando i post online questa associazione compare centinaia di volte. Di contro, un certo numero di post istituisce un legame altrettanto forte fra donne e vino. Non c'è mai nessuna indicazione sui diversi tipi di vino, o su eventuali interessi o competenze femminili circa tali differenze. Emerge un'unica generica categoria "vino", a partire da cui si costruiscono molti memi divertenti incentrati sullo scarto tra il lavoro domestico che ci si aspetta che le donne facciano mostrando interesse per quella specifica attività, e il fatto di stare sedute con soddisfazione con un bicchiere di vino in mano. I memi possono semplicemente esprimere la passione per il vino come in "Al mio club del libro si leggono solo etichette di vini", o "Non sto bevendo di nuovo... Oh guarda... vino". Il vino ha dato alle donne qualcosa da applicare in modo simmetrico all'uso maschile della birra. Offline considereremmo l'abbigliamento come il mezzo attraverso cui il genere si confà alle norme, ma online dove, come in questo caso, il bere è diventato una sorta di vestito, ci sono spazi più ampi per potenziali distinzioni di genere che si possono rendere significative.

Le corrispondenti differenze nei post visivi a Trinidad di solito si basano sul genere in quanto dimensione fisica: immagini femminili collegate al glamour, alla sessualità e alla carne, maschilità legata all'abbigliamento e agli accessori. Molti uomini appaiono con quello che è chiamato "metallo": per esempio, pesanti catene d'oro, anelli o bracciali che si suppone indichino ricchezza e anche forza. A Trinidad le norme di genere si intrecciano anche con la classe e con l'etnicità. Per esempio, uomini giovani afro-trinidadiani tendono a sottoscrivere o ad assumere l'immagine "gangsta" che deriva dall'hip-hop statunitense, postando immagini di se stessi con occhiali da sole, jeans a gamba larga, vestiti di marca e gioielli vistosi; gli uomini indo-trinidadiani, invece, su Facebook sottolineano la loro immagine professionale o la loro vocazione. Le donne di classe media solitamente postano su argomenti quali stile di vita e consumo; a qualsiasi età, nelle loro immagini, tendono a evidenziare gli elementi attraenti e, in ogni caso, non posterebbero mai un'immagine in cui non apparissero attraenti. Ancora una volta, questo è in forte contrasto con l'uso inglese. Non ci sono segni di un qualsiasi cambiamento o trasformazione negli usi femminili e in quelli maschili di queste associazioni. Semplicemente, si rende molto più visibile la dimensione materiale più ampia legata all'essere maschi o femmine. Se c'è un elemento addizionale, questo riguarda la capacità di prendersi gioco di tali associazioni mediante altri elementi visivi come i memi. È molto fre-

quente che le donne si lamentino del modo in cui un'altra donna ha scelto di presentarsi online e lo denigrino, ma questo sembra essere esattamente come accade offline.

Per concludere questa parte, abbiamo trovato che in molti dei nostri siti si pone un'associazione fra visibilità delle piattaforme di social media più pubblici e conservatorismo delle norme di genere rappresentate on line, che spesso supera quello offline. In un'ottica di genere, social media pubblici come Facebook potrebbero essere descritti quasi come iper-conservatori. Questo sembra un chiaro riflesso del grado di controllo assoluto al quale le immagini sui social media pubblici sono soggette. Questi pertanto sono diventati luoghi in cui gli individui vogliono dimostrare la loro adesione alle norme culturali, e trovarne conferma.

Discontinuità

Ci occupiamo ora dei modi in cui i social media hanno portato a una rottura delle norme e delle pratiche di genere offline. Nei nostri siti, lo scombusolamento delle norme di genere esistenti provocato dai social varia molto, e gli elementi in comune fra i diversi siti sono pochi. Inoltre, il focus passa da azioni dirette alla costruzione del sé da mostrare su spazi online semi pubblici e pubblici alle implicazioni dei social media in quanto siti in cui le persone interagiscono, a volte in situazioni online più chiuse. Nella Turchia sudorientale l'impatto dei social media sulla trasformazione delle relazioni di genere forse è più significativo che quello sul conformismo. I social media hanno ampliato moltissimo le occasioni delle donne di relazioni sociali laddove queste nel mondo offline sono ridotte. A Mardin la presenza di donne in spazi pubblici è già aumentata negli ultimi dieci anni, con maggiore accesso femminile all'istruzione e maggiori opportunità di lavoro fuori casa. Tuttavia, molte giovani donne esprimono il desiderio di maggiori opportunità di estendere le loro reti sociali, lamentando non solo la mancanza di eventi sociali, ma anche il controllo che genitori o mariti esercitano su di loro. Dato che, di norma, hanno un accesso limitato agli spazi pubblici come bar, ristoranti e strade, le giovani usano i social media per mantenere relazioni sociali e ampliarle fuori dal controllo familiare. Nel caso di donne con un retroterra più conservatore e religioso, di fatto confinate in casa perché i padri o i mariti non permettono loro di studiare, lavorare o incontrare

amici, i social media diventano un mezzo di straordinaria importanza per stare in contatto con il mondo esterno. Anche se fisicamente a casa, possono lo stesso stare in contatto con gli amici spesso ricorrendo a un account falso che ne garantisce l'anonimato.

Così come si sono creati nuovi spazi per l'autonomia delle donne, sono emerse anche nuove possibilità per gli uomini di controllare le loro parenti, per flirtare e molestare altre donne e per ingannare le mogli. Grazie alla facilità con cui estranei e amici di sesso opposto possono dialogare, i social media sono diventati anche il luogo principale del corteggiamento e dove si vivono le relazioni amorose. Mentre le possibilità offline restano molto limitate, per giovani non sposati è adesso molto comune trovare una storia d'amore mediante la messaggistica privata di WhatsApp, Facebook, Viber, Tango o via SMS.

Anche nell'Italia del sud i social media hanno espanso le occasioni di comunicazione per le donne. Nonostante siano meno visibili online, le donne tendono a usare i social media come WhatsApp e i commenti su Facebook con maggiore intensità degli uomini, specialmente nelle famiglie più a basso reddito. Ancora una volta, sono le donne con opportunità più limitate offline per le ragioni di rispettabilità, a fare maggiormente uso dei social media in quanto importante strumento di comunicazione con un esteso network di altre persone. Gli uomini hanno più occasioni di conversare e di partecipare a eventi sociali offline, spesso incontri nei bar, nelle strade e in piazza. Di contro, le donne raramente si fermano a parlare in strada per timore di sembrare indolenti. Come abbiamo visto nella parte precedente, questa comunicazione così estesa viene bilanciata dal modo in cui queste donne sviluppano in parallelo strategie a difesa della loro rispettabilità come madri e mogli.

Nella Cina rurale, come nella Turchia sudorientale, i social media hanno aperto nuove opportunità d'interazione fra donne e uomini. Nella cultura cinese c'è stata una lunga tradizione di "interiorità femminile", con le donne storicamente confinate entro la sfera domestica. Benché gli ultimi decenni abbiano portato grandi aumenti di libertà e di partecipazione nel lavoro per le donne, nondimeno esse restano fortemente associate alla sfera domestica; la mobilità ha a che fare con gli uomini. Per fare un esempio estremo, è tipico che le donne siano confinate in casa durante il periodo di "sitting the month" immediatamente successivo alla nascita di un figlio. Di fatto oggi molte donne usano i social media per mantenere regolarmente i contatti con

gli amici condividendo online foto del bambino.

Nello stesso tempo, i social media hanno anche allargato i network sociali degli uomini: il loro accesso più facile alle auto, per esempio, significa che possono viaggiare con molta più facilità delle donne. Molti uomini viaggiano spesso e alcuni usano servizi per la ricerca localizzata tipo Momo o “People Close by” di WeChat per parlare con estranei, di solito di sesso opposto. Alcuni uomini hanno detto a McDonald che tramite questo canale avevano organizzato tresche con donne residenti in grandi aree urbane; e anche se probabilmente si trattava di numeri piccoli, era stato sufficiente per provocare nella popolazione locale un timore diffuso sull’impatto dei social media sul matrimonio. Le attività maschili sui social media erano in parte legittimate anche dall’aspettativa della maggiore “espansività sociale” degli uomini rispetto alle donne, e dal fatto che essi coltivavano connessioni sociali con altri uomini. In questo senso, gli uomini tendono a essere utenti più pesanti delle applicazioni dei social, il che aiuta a ottenere “coperture” per attività vietate.

In India del sud la situazione è per alcuni aspetti simile. È relativamente comune trovare giovani donne di casta alta e giovani uomini che usano i social media per flirtare, nonostante le significative differenze di classe sociale e di casta. Il principale effetto dei social media è stato consentire alle persone di incontrarsi al di là dei confini delle loro reti sociali tradizionali, espandendo i contatti oltre il posto di lavoro e le istituzioni formative. Venkatraman mostra come, nel suo sito, giovani uomini facciano amicizia con donne di altri stati indiani, o anche di paesi stranieri come il Brasile o gli Stati Uniti.

L’idea generale è che quando gli uomini usano Facebook potrebbero fare amicizia con donne di tutto il mondo, con le quali potrebbero arrivare a flirtare online o potenzialmente arrivare ad avere relazioni d’amore offline. Per riuscirci, in genere mentono sul loro status sociale, affermando di frequentare una prestigiosa università o di essere impiegati presso una nota azienda, sperando che queste affermazioni possano accrescere il loro appeal. Nel sito indiano, come in quello della Turchia sudorientale e della Cina rurale, questo desiderio di provare nuove relazioni intime e di amicizia spinge sia le donne sia gli uomini all’interno di un ampio network di persone. In questi tre diversi siti, i social media hanno aperto canali di comunicazione privati nuovi, cambiando la nozione di amore e ridefinendo le nozioni locali di maschile e femminile. Le reti sociali delle donne si sono allargate e in alcuni casi quelle degli uomini ancora di più.

Nel sito in Brasile, i social media sembrano aver contribuito a una maggiore uguaglianza di genere in riferimento a numerosi ambiti della vita sociale. In conseguenza dell'espansione della tecnologia della comunicazione, della crescita dell'industria del turismo e dell'espansione della Chiesa Protestante, le donne hanno ora più accesso alle opportunità di lavoro e più visibilità pubblica. Spyer suggerisce che i social media hanno contribuito a un movimento generale verso la visibilità di nuove identità femminili e maschili alternative, che riguardano nello stesso tempo sia il mondo online sia quello offline. I profili Facebook, per esempio, si usano per condividere immagini che mostrano il proprio orgoglio per l'autonomia guadagnata grazie a un lavoro regolare. Il lavoro è diventato l'alternativa alla subordinazione nei confronti all'uomo, al punto che gli imprenditori dell'area preferiscono assumere donne, considerate più produttive e responsabili. Le giovani donne nel complesso non considerano la famiglia come il solo o il principale obiettivo nella loro vita; avere una carriera e guadagnare denaro è ugualmente importante.

Una rottura significativa con i modelli normativi di femminilità e maschilità si è verificata nella Cina industriale. Mentre nella Cina rurale i social media più pubblici vengono usati per rafforzare le nozioni normative di amore e famiglia, nella Cina industriale, tra gli operai, sia donne sia uomini si mettono in scena pubblicamente in modi non convenzionali. Nella Cina industriale i social media sono uno spazio dove le persone possono sperimentare ciò che non possono nelle loro vite offline, e funzionano in parte come uno scudo contro i vincoli che pesano sulle persone offline. Nel sito della Cina industriale, le costrizioni sociali che governano il comportamento pubblico sono meno forti e rigide che altrove. Qui i social media permettono alle persone di mettere un mondo di fantasia desiderato. Gli uomini appaiono mostrare una maggiore variazione fra la loro vita online e offline rispetto alle donne. Nella loro quotidianità devono rispettare norme di maschilità chiare che non includono romantiche, dolcezza e sensibilità; devono essere duri emotivamente e decisi, e nei luoghi offline della socialità, come a tavola durante la cena, parlano di politica e raccontano barzellette sconce. All'opposto, sui social media si sentono liberi di esprimere il loro lato romantico e condividono gli stessi post sull'amore delle donne. Rappresentano se stessi come giovani donne, e esprimono ideali nettamente amaschili. Facendo così, si oppongono alle aspettative sociali, anche se avrebbero paura di perdere la faccia se esprimessero offline tali sentimenti.

Parlando delle donne, Wang descrive come “*sajiao*” (“agire come un bambino viziato”) una strategia comune usata dalle donne giovani per ottenere l'affetto degli uomini nelle situazioni offline. Oltretutto, è socialmente accettabile che le donne si rappresentino come dipendenti e vulnerabili, enfatizzando la loro debolezza e il bisogno di aiuto per ricevere attenzione, cura o favori da parte di altri. Ciò che è cambiato è che online postare *sajiao* visivi è popolare sia per i lavoratori migranti maschi sia per le femmine. Gli operai cinesi maschi tendenzialmente vivono in condizioni molto dure; in questo contesto i social media diventano uno spazio molto importante dove sono in grado di ritagliare vite alternative entro un mondo più desiderabile. Di contro, fra il mondo online e quello offline per le donne c'è maggiore coerenza, per quanto essere pubblicamente rispettosi della morale e rispettabili resta una priorità in entrambi gli ambiti.

Sessualità non-eteronormative

Non sorprende che i social media abbiano influenzato anche la popolazione LGBT. Nelle aree urbane più cosmopolite i media digitali sono stati usati dagli attivisti LGBT per impegnarsi nella politica organizzata, facendo sì che l'identità gay acquistasse maggiore visibilità. Nel sito in Brasile, i social media hanno contribuito a un processo di generale aumento di visibilità della popolazione LGBT, parte di un più ampio processo favorito dai social che ha reso le peculiarità individuali e collettive più evidenti. Nel contesto di una cittadina come Mardin, invece, i social media hanno semplicemente facilitato la capacità di incontrarsi. In posti come la Turchia sud orientale dove essere dichiaratamente gay è socialmente inaccettabile, i social media hanno creato più occasioni tra gli uomini di interazioni segrete. Le identità gay non sono divenute più visibili e pubbliche, ma gli incontri omosessuali possono ora essere organizzati in modo riservato con più facilità.

Nel Cile del nord, dove le pratiche sessuali non normative sono in qualche modo più accettate, i social media a volte si usano per rivelare queste identità, per esempio su Instagram con selfie etichettati come #instagay o #instalesbian. Grindr è una app diffusa anche fra uomini in cerca di un partner dello stesso sesso (sia per incontri romantici sia solo sessuali), benché lo sia per lo più fra gli uomini più ricchi nella città più grande di Iquique. La presenza di gay e lesbiche sui social media pare accettata finché essi si mettono in scena

secondo modalità di genere normate, per esempio restando in stretto contatto con la famiglia d'origine e facendo lavori considerati adatti al loro genere; in questi casi raccontano di aver subito poche discriminazioni. Coloro che invece agiscono fuori dalle norme di genere subiscono disapprovazione. Pertanto, gli individui che si rappresentano come drag costruiscono profili falsi sui social media a tale scopo, "per non far preoccupare la mamma", come racconta uno di loro.

Ovviamente, come è evidente negli esempi della Turchia sudorientale e del Cile del nord, la visibilità dei post influenza il tipo di informazioni che possono essere rivelate. Così, nel sito inglese, un gay, un uomo di mezza età posta continuamente immagini esplicitamente sessuali e a volte deliberatamente oltraggiose sul suo Facebook; e, ancora, una giovane lesbica non si riferisce mai esplicitamente alla sfera sessuale, ma la sua relazione con le donne può essere dedotta dalle sue fotografie. In questi casi, la disinvoltura con cui gli uomini rappresentano pubblicamente la sessualità e la relativamente meno esplicita rappresentazione delle donne continuano a seguire le norme di genere. Non solo ciò illustra l'ambito di visibilità rispetto a cui persone diverse sono a loro agio, ma mostra anche i modi in cui i ruoli di genere più tradizionali continuano a influenzare l'uso dei social media di uomini e di donne, anche quando essi si identificano come LGBT¹⁴.

Conclusioni

In questo capitolo abbiamo visto quando e dove i social media hanno rafforzato, distrutto o solo modificato sistemi di relazioni di genere e norme di genere. Gli esempi dimostrano che internet, e le tecnologie digitali più in generale, non sono in se stessi innovativi o conservativi. Al contrario, essi esistono solo dentro pratiche sociali variabili. Se, come si sostiene in questo libro, il mondo ha cambiato i social media, allora ne è esempio il modo in cui nei social media si sono inscritte relazioni di genere diverse, e idee diverse di cosa significhi essere uomo o donna. Le aspettative culturali relative agli uomini e alle donne in Turchia e a Trinidad difficilmente potevano essere più diverse tra loro. A Trinidad, ci sono occasioni, come il periodo che precede il Carnevale, durante le quali le donne cercano di esibire quanta più carne possibile nell'ambito di una sessualità roboante, accanto alla iper-maschilità nello stile "gangsta" degli uomini. All'opposto, le donne religiose nel sudest

della Turchia si preoccupano moltissimo di evitare la visibilità della carne, persino di un solo capello. In ciascun caso c'è una notevole variazione interna. Lo stesso sito includeva un'ampia gamma di preoccupazioni diverse riguardo alla rispettabilità, dal momento che entrambi i siti includono anche laici, individui etnicamente diversi e un ampio spettro di religiosità, per esempio, a Trinidad, il Pentecostalismo. In altri posti, come i nostri siti in Italia del sud o nella Cina rurale, le principali differenze emergono nel corso degli eventi della vita, con le donne che cambiano radicalmente le loro rappresentazioni online in seguito al matrimonio o alla maternità.

Non abbiamo tuttavia limitato la nostra analisi all'osservazione del modo in cui i social media riproducono le relazioni di genere. L'opportunità unica di comparare nove diversi siti ci ha permesso di identificare e sottolineare configurazioni comuni e di fare generalizzazioni antropologiche. Abbiamo scoperto che in quasi tutti i nostri siti (eccetto la Cina industriale e in una certa misura il Brasile), i social media più pubblici hanno rafforzato la normatività di genere e sono spesso più tradizionalisti della socialità di genere offline. Al contrario, mentre nei contesti offline le donne e gli uomini hanno la tendenza a mettere in scena pratiche e ruoli più vari, a volte incorporando aspetti sia maschili sia femminili, sui social media tendono ad aderire strettamente alle aspettative della società riguardo a come ci si dovrebbe comportare. Spazi social più pubblici, come Facebook o QZone, hanno creato spazi estremamente conservativi dove le donne e gli uomini si fanno particolarmente attenti agli ideali di genere. A questo riguardo le parti pubbliche dei social media emergono come l'antitesi dell'uso di internet precedente allo sviluppo di queste piattaforme, quando venne salutato come uno spazio di liberazione da parte delle teoriche del femminismo. Anche se "online" può riferirsi sia a internet di prima sia agli attuali spazi social, le conseguenze sul genere sono state davvero diverse.

E ancora, dato che i social media sono una configurazione di forme diverse di socialità modulabile, essi includono anche gruppi più piccoli e più privati dove donne e uomini sono meno preoccupati di seguire i comportamenti appropriati. Ciò riguarda piattaforme come WhatsApp o altra messaggistica privata. Uomini e donne trovano inoltre il modo di interagire nell'anonimato. Sono proprio queste opportunità a creare nuove e inusuali relazioni sociali che hanno portato alla disgregazione delle relazioni di genere esistenti e dei ruoli di genere. Una delle conseguenze più significative dei social media potrebbe consistere nel fatto che le donne che vivono in condizioni di

massima costrizione possono ora, per la prima volta, trovare modi per creare relazioni online personali con persone che prima non avrebbero mai potuto incontrare. Per questo motivo, in conclusione, è importante capire i modi in cui i social media possono simultaneamente essere sia più conservativi sia più liberatori rispetto alla vita offline.

