



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento Di Filosofia, Sociologia, Pedagogia E Psicologia Applicata

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE

Social media e giovani LGBT+: Un nuovo modo per rappresentarsi.

Relatore:

Prof: Cosimo Marco Scarcelli

Laureanda:

Patella Giulia

Matricola n. 1225140

ANNO ACCADEMICO 2021- 2022

*A Chi,
come me,
è cresciut* su internet*

Indice

Introduzione	1
1- Le cornici teoriche	3
1.1 Un paio di definizioni: Social Media e Social Network Sites	3
1.2 Spazi fisici e digitali: sono realmente separati?	5
1.3 Uno sguardo alla teoria drammaturgica di E. Goffman	6
1.4 Il modello identitario di Cass	7
1.5 L'autorappresentazione sui social e le sue insidie	8
1.5.1 Imagined audience e context collapse	8
1.5.2 Il concetto di affordance	9
1.5.3 È davvero possibile controllare la propria auto-rappresentazione?	10
1.6 Gestire la stigmatizzazione e il coming out nell'era dei social	11
1.6.1 Lo stigma	11
1.6.2 Il coming out	12
1.6.3 Gestire affordance e imagined audience da membro LGBT+	13
1.7 Nuove teorie: La comunità LGBT+ online	14
2- Il Metodo	17
2.1 La domanda di ricerca	17
2.1.1 Obiettivi e scopi	17
2.2. La popolazione di riferimento	17
2.2.1 Il campionamento, il coinvolgimento dei soggetti, l'accesso al campo	18
2.3 L'intervista discorsiva	20
2.3.1 Lo svolgimento delle interviste	22
2.4 Il metodo di analisi delle interviste	23
2.5. Etica della ricerca	23
3- Risultati della ricerca	25
3.1 I Social più utilizzati	25
3.1.1 Il primo approccio	25
3.1.2 I social del momento	26
3.2 Scoperta e accettazione della propria identità	29
3.3 Coming out Mediati	34
3.3.1 Coming out faccia a faccia	34
3.3.2 Coming out sui social	36

3.3.3 Il caso Twitter	40
3.4 I social sono un posto sicuro per la comunità LGBT+?	43
3.5 L'importanza di conoscere altr* membr* della comunità LGBT+	45
Conclusione	49
Bibliografia	52
Sitografia	53

Introduzione

Il discorso LGBT+ negli ultimi anni ha risuonato sulla bocca di tutt*, dalla televisione, alla politica, alle piazze e immancabilmente, anche nei social. La lotta per i diritti delle persone queer si è amplificata e i social hanno funzionato da cassa di risonanza, portando gli individui a sentirsi sempre più liber* di esprimere la propria identità di genere o orientamento sessuale.

Dall'avvento di Youtube nei primi anni 2000 si è assistito a un vero boom di coming out da parte di *influencer* o persone famose, che hanno avuto un grande impatto su* loro seguaci. Il fenomeno si è esteso sugli altri social network, nei quali è diffuso trovare intere pagine dedicate all'argomento e personaggi del web che dedicano la loro attività a questo tema.

La parte che personalmente trovo più interessante è la conseguente reazione delle “persone comuni” e come queste si muovano all'interno di queste piattaforme. La lampadina mi si è accesa nel momento in cui ho notato come una persona di mia conoscenza avesse i pronomi femminili (she/her) su Instagram e i pronomi neutri (they/them) su Twitter, deducendo che si sentisse più liber* su una piattaforma piuttosto che sull'altra.

Da questo presupposto, nasce la curiosità di indagare come queste piattaforme hanno influenzato la scoperta, l'accettazione e l'esternazione della propria identità sessuale o di genere nella vita di coloro che fanno parte della comunità. La ricerca si pone quindi come fine, quello di comprendere come le persone appartenenti a questa minoranza vivano la loro rappresentazione sui social. Fondamentalmente mi sono chiesta: “Come si rappresentano i soggetti appartenenti alla comunità LGBT+ sui social media in Italia?”

Per rispondere alla mia domanda di ricerca ho avviato una ricerca qualitativa, composta da interviste in profondità su un campione di 18 persone appartenenti alla generazione Z e provenienti da tutta Italia, con diversi orientamenti sessuali e/o identità di genere.

Prima di stendere la traccia dell'intervista, ho tenuto a mente le nozioni precedentemente apprese sulla diffusione e sul funzionamento dei social network sites, ma sono stati particolarmente utili i concetti di *context collapse*, *imagined audience*,

affordance. Inoltre, come esposto nel capitolo teorico, è stato fondamentale studiare come gli individui si comportano durante le interazioni e il concetto di *facciata* teorizzato da Goffman. Un tema centrale della tesi è quello del *coming out*, ma per analizzare i dati raccolti nelle interviste è stato essenziale abbracciare la definizione di *strategic outness* di Orne (2011).

Come viene illustrato nel capitolo di analisi, nel 2022 i social network sites giocano oramai un ruolo fondamentale per la comunità LGBT+, in quanto fondamentale per stare a contatto con altri membri, esprimersi o quantomeno rimanere informati su ciò che accade in merito.

La comunità LGBT+ si forma di uno spettro molto ampio di sessualità e identità di genere, che negli anni sono state scoperte e riconosciute, prescindendo dalle classiche etichette di Gay, Lesbica, Bisessuale e Transgender. Per dare piena rappresentazione della comunità si è deciso di indagare anche la rappresentazione delle persone non binarie, che non si riconoscono né nel genere femminile né in quello maschile. Per portar loro rispetto ho preso la decisione di redigere l'intera tesi con un linguaggio neutro. La lingua italiana, purtroppo, è ancora soggetta a un forte binarismo di genere che non permette a coloro che si identificano come *non binary* di essere inclus* nel canonico linguaggio. Le strategie per modificare le desinenze in maniera tale da renderle inclusive sono diverse, vanno dall'asterisco a fine parola, alla schwa “ə”, fino alla x come desinenza. La diffusione di queste pratiche si è incredibilmente diffusa e si possono trovare manifesti, post, conversazioni online nei quali vengono usati. In linguistica il dibattito è ancora aperto e in Italia a occuparsene è soprattutto Vera Gheno la quale sottolinea che “sperimentare con la lingua non è vietato”.

Quale sia l'opzione migliore tra le tante ancora non è stato universalmente deciso, nel mentre che il dibattito pubblico scorre, io ho personalmente scelto di adottare l'asterisco a fine parola, in quanto credo sia il più semplice da comprendere anche da coloro che non conoscono il tema in oggetto.

1- Le cornici teoriche

“Le scienze sociali spiegano che l’identità di ciascuno si trova in un rapporto dialettico continuo con la società. Un tempo essa era affidata alla classe di appartenenza, al gruppo religioso o al gruppo sociale di riferimento. Oggi i suoi confini, anche grazie alle nuove tecnologie digitali si allargano” (Stella et al, 2018, p.87).

L’avvento dei nuovi media ha portato un grande cambiamento nel ruolo de* frutor* dei media, essi da passiv* consumatori*, sono diventat* soggetto della comunicazione, tramite strumenti che hanno permesso una forte individualizzazione, personalizzazione e connessione con l* altr* utent*. (Stella et al, 2018).

Con questo capitolo si vogliono delineare le cornici teoriche e lo stato dell’arte che hanno guidato la ricerca. Questo sarà possibile andando in primis ad illustrare gli studi eseguiti sui *Social Media* e in particolare sui *Social Network Sites*, per poi analizzare come questi possano diventare luoghi fondamentali dove costruire e testare la propria identità. Infine, si illustrerà come le dinamiche di costruzione del proprio self all’interno degli SNS si complicano per gli individui soggetti alla stigmatizzazione, come nel caso de* membri della comunità LGBT+.

Sul tema in questione sono presenti alcuni studi recenti, soprattutto in ambito psicologico e sociologico. Si tratta però principalmente di ricerche a livello internazionale, presentando una mancanza dello studio dell’argomento in Italia.

1.1 Un paio di definizioni: Social Media e Social Network Sites

I nuovi media che sono entrati in circolo in primis tra i giovani e successivamente anche nelle fasce più adulte, sono i cosiddetti Social Media.

“Con il termine social media si sottolinea più la componente comunicativa delle nuove piattaforme, enfatizzando il loro ruolo nella mediazione piuttosto che in quello di tecnologie informatiche dedite alla mera gestione delle informazioni” (Stella et al, 2018, p.101).

I social media comprendono diversi tipi di piattaforme, tra cui blog e forum, ma all’interno di questa ricerca ci focalizzeremo sui Social Network Sites. Questi possono

essere molto differenti sia nello scopo, che nella loro organizzazione, ma presentano comunque delle caratteristiche comuni tra ognuno.

S'intendono, quindi, tutte quelle piattaforme che permettono agli individui di avere un proprio profilo utente che può essere personalizzato a partire dalla foto e dalla descrizione e in cui si possono condividere pensieri, opinioni oppure contenuti multimediali come foto e video. (Stella et al, 2018)

I *social network sites* hanno avuto il loro boom nei primi anni 2000 e da allora si sono succedute diverse piattaforme: agli albori Myspace e Netlog erano i social che governavano la scena, ma sono presto stati sostituiti con l'arrivo di Facebook. I dati Hootsuite di febbraio 2022 dichiarano che in Italia le piattaforme social più utilizzate ad oggi sono: Instagram, Facebook, TikTok e Twitter (escludendo le app di messaggistica come Whatsapp e Telegram).

Ogni piattaforma ha la propria funzione e la propria struttura interna, alcune sono più generaliste come Facebook e Instagram, altre sono più specifiche per una singola funzione, come LinkedIn che viene utilizzata per scopi lavorativi. Inoltre, ogni social ha un pubblico al quale si riferisce, ma ciò non vieta che i pubblici possano sovrapporsi. Fino a qualche anno fa Facebook era molto utilizzato sia dai giovani, che dai brand per svolgere azioni di market targettizzate. Ad oggi, il suo posto è stato preso da Instagram, il quale attraverso la pubblicazione di contenuti prettamente multimediali permette sia a giovani e adult* di rappresentarsi e raccontare esperienze di vita quotidiana, ma allo stesso tempo è un ottimo trampolino di lancio per nuove aziende o un mezzo per diffondere e mantenere la propria brand identity per brand già consolidati. Questo è dimostrato anche dall'analisi di We Are Social, all'interno della quale si sottolinea come la "brand discovery" sia sempre più aiutata da pubblicità sui social e di come il ruolo di *influencer* e *brand ambassador* stia acquisendo sempre più rilevanza. Anche quando trattiamo di *brand research online*, dove i motori di ricerca hanno un vantaggio più ampio, comunque un* italian* su tre si affida ai social networks per ottenere informazioni in merito a brand di suo interesse

A proposito di marketing, è importante sottolineare che sebbene all'apparenza i social network sembrino gratuiti, in realtà essi devono il loro successo al meccanismo di profilazione, secondo cui raccolgono le informazioni personali de* utenti e le utilizzano

per suggerire pubblicità sempre più affini con gli attuali gusti e interessi dell'utente, indirizzandone così gli acquisti (Stella et al, 2018).

La natura dei social network è per lo più di tipo relazionale, ciò significa che questi vengono utilizzati da* utenti* per mantenersi in contatto con altri* utenti*. I social svolgono un ruolo fondamentale soprattutto con quegli affetti offline con cui non si è più in stretto contatto, a questo punto si cerca la corrispondenza online per ricordarsi e farsi ricordare (Stella et al, 2018).

1.2 Spazi fisici e digitali: sono realmente separati?

I media da sempre hanno da sempre avuto un ruolo rilevante nelle dinamiche identitarie, fornendo spesso la possibilità di entrare in contatto con sfere esperienziali e modelli di riferimento non direttamente accessibili nella vita quotidiana.

Con la crescita della popolarità e della diffusione dei social media, gli individui iniziano un processo di auto-rappresentazione, che Boccia Artieri definisce “farsi media” (2006). Questo significa che l* utente* imparano ad utilizzare le diverse *affordance* fornite dai media, si appropriano dei loro linguaggi e canoni estetici, per esprimere esperienze che partono dalla vita quotidiana di ognuno.

Proprio per questo, è importante sottolineare che la realtà virtuale e la realtà reale non appartengono a due mondi completamente separati. I primi studi in merito sostenevano il contrario, tra questi Roversi (2004) affermava che attraverso la rete è impossibile distinguere chi sta dall'altro lato dello schermo, dal momento che la presentazione del self risulta svincolata dai ruoli che occupano la nostra realtà, superando addirittura la fisicità. I nuovi studi accordano invece, che gli spazi fisici e quelli digitali vanno pertanto a fondersi in un continuum che perde l'accezione reale/virtuale, online/offline per definirsi in toto semplicemente come esperienza e interazione, che essa sia mediata o meno (Stella et al, 2018). Per entrare nel vivo del tema della ricerca, la questione viene resa chiara nel momento in cui, ad esempio, una persona fa coming out su un social media pubblico. Questo gesto avrà ripercussioni anche sulla sua vita reale, potrebbe sfociare in bullismo, reazioni da parte di famiglia e amici o addirittura svalutazione a livello lavorativo.

1.3 Uno sguardo alla teoria drammaturgica di E. Goffman

Proprio a causa della stretta relazione che intercorre tra vita online e vita reale, non tutt* si sentono liber* di esprimere interamente il proprio self sui social media. In questo caso, può esserci d'aiuto la teoria drammaturgica di Goffman (1969). Goffman associa le interazioni sociali alla recitazione di uno spettacolo teatrale sul palco, in cui esiste una ribalta e un retroscena. La ribalta è dove il soggetto mette in scena la sua rappresentazione in pubblico nel corso di un'interazione, cercando di farsi un'impressione dell'interlocutor* e soprattutto di darla di sé. Qui si idealizza il proprio ruolo, si fa vedere la parte migliore di sé. Il retroscena invece è il luogo in cui ci si prepara alla rappresentazione in pubblico, dove l'individuo può togliersi la maschera (Croteau & Hoynes, 2018).

È molto importante per la nostra analisi anche il concetto di definizione della situazione, il quale comprende il farsi un'impressione de* altr* participant* all'interazione cercando di capire le loro intenzioni e cercare di governare e influenzare l'impressione che a propria volta si produce nei riguardi degli altri (Croteau & Hoynes, 2018). Di conseguenza,

“noi non vediamo soggetti che agiscono, ma copioni che vengono recitati: ciò che ci sembra reale, è solo un effetto drammaturgico.” (Santambrogio, 2008, p. 198).

L'espressione, invece, è definita come la capacità dell'individuo di fare impressione su terzi. È formata in primo luogo da una comunicazione volontaria, ovvero tutti quei simboli verbali che l'individuo usa per comunicare informazione e successivamente dall'informazione lasciata trasparire, ovvero una gamma di azioni accidentali dell'attore (Croteau & Hoynes, 2018).

Infine, un concetto da tenere a mente è quello di facciata. La facciata è molto importante, è parte della rappresentazione dell'individuo che di regola funziona in maniera fissa e generalizzata. La facciata personale è il modo in cui ci facciamo vedere agli altri. In gioco non c'è solo la bravura del soggetto a rispettare il suo ruolo, ma la sua identità, la sua rispettabilità, la sua faccia (Croteau & Hoynes, 2018).

Goffman studiava le interazioni faccia a faccia, ma le sue teorie possono essere applicate anche alle interazioni online che avvengono all'interno dei Social Network Sites.

1.4 Il modello identitario di Cass

Abbiamo a lungo parlato di identità durante il capitolo, ma per comprendere a fondo il tema è necessario entrare nel vivo della questione e descrivere le varie fasi che un* membr* della comunità LGBTQ+ attraversa per prendere consapevolezza e infine accettare la propria identità di genere o orientamento sessuale all'interno di una società eterocis-normativa che non ne facilita il processo.

Per comprendere questo sviluppo ci affidiamo alla teoria di Vivienne Cass (1979), la quale descrive sei fasi nelle quali l'identità LGBTQ+ si sviluppa. Queste fasi sono progressive, ma può succedere nella vita di ognuno di rivisitarne alcune perché si acquisiscono nuove consapevolezze.

La prima fase secondo Cass è quello dell'*identity confusion*, quindi della confusione. In questa fase l'individuo si pone le prime domande e ha i primi dubbi riguardo l'essere gay, lesbica, bisessuale, transgender oppure no. Le risposte a livello psicologico possono essere varie e differiscono dall'accettazione fino alla repulsione. Nel secondo stadio chiamato *Identity comparison*, l'individuo compara la sua vita attuale con la vita che avrebbe se fosse davvero queer e prende in considerazione le conseguenze e i cambiamenti che avverrebbero a livello sociale. In questa fase è molto importante trovare risorse e materiali affidabili che possano aiutare nella propria scoperta e accettazione.

La terza fase è quella della *Identity tolerance* in cui finalmente l'individuo riconosce la propria identità e sperimenta cercando altr* membr* della comunità con cui relazionarsi e confrontarsi per cercare rassicurazione esterna. Questo risulta molto facile nei luoghi e nelle associazioni create appositamente per essere spazi sicuri per le persone facenti parte della comunità LGBTQ+.

La quarta fase è quella della *Identity acceptance*, in cui l'individuo accetta completamente la propria identità ed è più a proprio agio ad essere visto in ambienti LGBTQ+.

La quinta fase si identifica nell'*Identity pride*, in cui l'individuo vede il mondo diviso tra cis-eterosessuali e non. Questa è la fase che solitamente corrisponde al coming out, dato che la persona raggiunge il suo massimo comfort con la sua identità, ci tiene a mostrarlo alla società e farsi riconoscere come parte della comunità. Solitamente in questa

fase le persone sono estremamente immerse negli ambienti queer e il loro orientamento sessuale o di genere è considerato come grande parte della loro identità.

Lo stadio finale è chiamato “Identity synthesis” ed è quel momento in cui la persona assimila il proprio essere queer, facendo di questo fattore soltanto una parte della propria identità e non la maggioranza.

1.5 L’auto-rappresentazione sui social e le sue insidie

L’auto-rappresentazione è diventato un processo estremamente complicato con l’introduzione dei social media e dei loro algoritmi. Dal momento che le piattaforme non rendono chiaro al pubblico il modo in cui esse funzionano, diventa difficile identificare in maniera specifica chi siano i* ver* destinatari* dei messaggi.

1.5.1 Imagined audience e context collapse

Per non “perdere la faccia” in senso goffmaniano gli individui creano nella loro mente degli *imagined audience* (Litt & Hargittai, 2016), ovvero un prototipo del pubblico che riceverà il messaggio. A causa del *context collapse* (Marwick & boyd, 2011) un fenomeno secondo cui i diversi contesti di vita di un individuo collassano in unico luogo, è altamente improbabile avere un’idea accurata di chi leggerà un post, vedrà una foto o visualizzerà un video. Questo perché “la mancanza di limiti spaziali, sociali e temporali rende difficile mantenere separati i contesti” (boyd, 2011, p.49). Dal momento che le piattaforme online sono formate da profili personali, connessioni pubbliche e diverse varietà di User-Generated Content (Ellison; boyd, 2013), gli SNS uniscono diverse persone permettendo a* utenti* di creare vasti *online networks*. Queste connessioni che intercorrono tra i* utenti* attraverso la tecnologia formano i *networked publics*, ovvero i pubblici connessi (boyd, 2008). boyd dà questa etichetta per sottolineare come questi* membri* delle reti che si creano online, non abbiano un rapporto stretto come quello di una comunità, questo è dato a causa della facilità con cui la rete ci connette a persone che non hanno necessariamente gli stessi interessi o affetti. Di conseguenza, i rapporti dei membri dei *networked publics* sono molto labili, effimeri e deboli. Questi rapporti vengono enfatizzati dalle caratteristiche degli User Generated Content che sono: la persistenza, la replicabilità, la scalabilità e la ricercabilità (Stella et al, 2018).

Riprendendo i concetti di Goffman (1969), la struttura dei Social Network Sites è in grado di distruggere i confini tra ribalta e retroscena, aumentando la porosità dei contesti. Partendo dal presupposto che adattiamo la nostra facciata in base al ruolo che interpretiamo in quel dato momento e dato contesto in cui siamo, il *context collapse* può creare problemi. Con i SNS genitori, amici, colleghi, titolari di lavoro possono vedere la nostra stessa versione del self, che per alcuni può essere opportuna e per altri meno. L'individuo, prima di postare su un qualsiasi social network, tiene bene in mente questi fattori e calibra ogni sua pubblicazione o interazione sulla base di questo.

Queste sono le conseguenze del meccanismo della desiderabilità sociale che porta gli individui alla costruzione della propria facciata e all'interno degli SNS essi "cercano di non sembrare inadeguat* alle norme che considerano accettabili, se non altro in relazione al gruppo di riferimento a cui pensano di rivolgere il flusso comunicativo" (Stella et al, 2018, p.92)

Le tattiche per prevenire il context collapse sui social network sono diverse e variano in base alle caratteristiche degli individui, ad esempio l* adolescent* utilizzano la *steganografia sociale*, un metodo secondo cui in cui si inviano messaggi pubblici che possono essere capiti soltanto da alcune audience in particolare (boyd and Marwick, 2011). L* adult* invece applicano misure molto più dure, per esempio evitano di accettare nei loro profili privati l* propr* colleg* , creando delle pagine professionali apposite (Vitak, 2012), in modo che possano essere vist* soltanto mentre recitano quella parte. A livello generale, quando l* utent* accumulano diverse audience che si sovrappongono e si sentono particolarmente soggetti alla sorveglianza, applicano ulteriori limitazioni su loro stessi (Brandtzæg, 2010). Questo ha poi come risultato che l* utent* mostrino la "performance più benigna possibile, accettabile dal comune denominatore più basso del loro network" (Duguay, 2016, p.894).

1.5.2 Il concetto di affordance

I social network sites forniscono a* utent* degli strumenti per indirizzare al meglio i loro contenuti ai loro diversi pubblici, questi vengono anche chiamati "*affordance*". Il concetto di "*affordance*" proviene dalla psicologia cognitiva e indica le azioni possibili o il modo in cui si utilizza un determinato oggetto (Gibson, 1979/2015). Successivamente

il termine è stato utilizzato anche dagli studiosi dei media digitali per analizzare la comunicazione online.

Innanzitutto, gli algoritmi di queste piattaforme hanno la caratteristica di raccogliere dati sulle preferenze de* utent* e indirizzare loro video, immagini, post con contenuti simili. In secondo luogo, molti SNS danno la possibilità di oscurare de* specific* utent* da ciò che si posta, oppure addirittura di bloccarl*. Questa tipologia di strumento può essere particolarmente utile nel momento in cui si vuole pubblicare qualcosa e destinarlo soltanto ad uno specifico pubblico con delle determinate caratteristiche. A tal proposito Instagram, il social network più usato al mondo secondo il report Hootsuite, nel 2020 ha inserito la funzione degli “*amici stretti*”, ovvero la possibilità di creare una cerchia di persone a cui mostrare le proprie storie, escludendo gran parte dell’ordinario pubblico. Riprendendo i concetti di Goffman sopraccitati, si possono considerare le storie pubbliche come una ribalta e le storie per “*amici stretti*” come un retroscena. Facebook utilizza un meccanismo simile per cui nel momento in cui si pubblica un post, si può scegliere individualmente a qual* soggett* mostrarlo. Su Twitter, invece, l’intera audience può essere immaginata, di conseguenza questo fattore può portare l* utent* a inserire soltanto le informazioni personali necessarie per dare un sentore di autenticità che permette di mantenere il proprio network di followers (Marwick and boyd, 2011).

1.5.3 È davvero possibile controllare la propria auto-rappresentazione?

Mentre l* utent* impiegano notevoli sforzi cognitivi per immaginare al meglio i loro audience e indirizzare i contenuti giusti al momento giusto, dall’altro lato il modo in cui vengono percepit* non è direttamente controllabile e le audience possono reagire al contenuto in maniera differente rispetto a come l’utente aveva immaginato (Litt & Hargittai, 2016).

Ogni sfera delle audience può avere reazioni diverse al contenuto: amic*, parenti o colleg* di lavoro possono avere pareri diversi su cosa sia appropriato pubblicare sui social network. Un lavoro sbagliato di analisi dell’audience può avere delle conseguenze nella vita reale e andare a modificare il rapporto tra i soggetti.

La maggior parte degli individui, soprattutto coloro che vengono definit* come giovani adult*, utilizza più di un social. Ciò sta a significare che devono tenere in

considerazione le audience e gli strumenti di ogni singola piattaforma (Litt & Hargittai, 2016).

1.6 Gestire la stigmatizzazione e il coming out nell'era dei social

Come abbiamo potuto notare nei precedenti paragrafi, auto-rappresentarsi sui social presenta numerose insidie e un grande sforzo da parte degli utenti per indirizzare correttamente i loro contenuti. La difficoltà si aggrava se gli utenti presi in causa sono soggetti da stigmatizzazione sociale e di conseguenza devono prestare ulteriore attenzione a come presentano il proprio self.

In particolare, ripercorreremo quelle teorie che hanno analizzato come gli individui appartenenti alla comunità LGBT+ vivono la propria auto-rappresentazione sui social. Quest*, consapevoli dello stigma sociale che si portano dietro, utilizzano i concetti di imagined audience e di affordance in maniera ancora più calibrata rispetto alle persone cisgender e eterosessuali.

1.6.1 Lo stigma

Lo stigma è stato oggetto di studio di diversi sociologi, in particolar modo se n'è occupato Goffman (1969) e di conseguenza possiamo definire lo stigma come:

“un attributo che determina le differenze dagli altri creando una discrepanza tra le aspettative normative sugli individui e le loro vere identità” (Duguay, 2016, p.894)

Goffman individua diversi soggetti che vengono considerati deviant*, tra cui anche gli omosessuali. Questi soggetti non vivono le interazioni come tutt* l* altr*, ma vengono vist* soltanto per la caratteristica che li rende oggetto di stigma, assumono una maschera che diventa tutto il loro sé (Santambrogio, 2008). Successivamente, sono stati condotti ulteriori studi sulle differenze sessuali e il conseguente stigma, tra cui quelli di Foucault (1979), i quali individuano dei pattern all'interno della società occidentale che hanno portato alla stigmatizzazione di alcuni comportamenti sessuali. Di conseguenza, gli individui con identità sessuali diverse da ciò che viene considerato ordinario, vengono considerati immorali e malati, dal momento che non raggiungono le aspettative sociali di genere e sessualità (Duguay, 2016, p.4).

L'esposizione alla società del proprio stigma non è una mossa semplice, dal momento che cambia la lettura della situazione e può causare reazioni imprevedibili da parte dei presenti. Nella comunità LGBT+ questa esposizione viene solitamente indicata con il termine *coming out*, ovvero uscire allo scoperto.

1.6.2 Il coming out

Possiamo definire il *coming out* come quell'atto attraverso il quale si annuncia alle proprie conoscenze o a un più ampio pubblico il proprio orientamento sessuale o la propria identità di genere. Il termine viene spesso confuso con "l'outing", il quale indica invece il momento in cui terzi rivelano l'identità sessuale o di genere di un individuo, senza il suo consenso.

Il coming out è stato a lungo studiato in sociologia e in psicologia, contrapponendo diverse teorie e non arrivando mai a un'univoca definizione. I primi studi in merito raccontavano il coming out come un unico e grande evento, che avviene quando l'individuo ha preso coscienza della propria sessualità e identità di genere e di conseguenza lo condivide con il pubblico (Cass, 1979), oppure un processo a fasi (Troiden, 1989) che però presuppone sempre un punto d'arrivo finale in cui si è allo scoperto con chiunque (Orne, 2011).

La recente teoria di Orne (2011) dimostra invece come il coming out sia un processo continuo, che chiama *strategic outness*. Orne vede il coming out come un sistema di gestione della propria identità, più che un processo di sviluppo. Partendo dal presupposto che, esclusi i personaggi noti, è praticamente impossibile che tutti sappiano l'identità di genere o l'orientamento sessuale di qualcuno, la teoria della *strategic outness* definisce il modo in cui le persone gestiscono le proprie interazioni essendo sia *out* che non. Sostanzialmente, le persone LGBT+ utilizzano quotidianamente dei metodi e delle strategie per avere controllo non solo su chi è a conoscenza della loro identità, ma anche sul come e sul perché.

Orne (2011) sostiene che la *strategic outness* si componga di 4 sotto-strategie: la modalità diretta, gli indizi impliciti, gli occultamenti e le speculazioni. Con "modalità diretta" intende ciò che nell'immaginario comune viene descritto come "coming out", quindi andare da un genitore, amic* o conoscente e esplicitamente annunciare "sono gay" o "sono transgender". In secondo luogo, il coming out può essere implicito, ad esempio

facendo riferimento al fatto di avere un partner o di far parte di qualche associazione LGBT+ o di essere particolarmente attiv* e informat* riguardo al tema. Questi indizi permettono a* altr* di intuire il proprio orientamento sessuale o identità di genere, senza dover necessariamente affrontare l'argomento come se fosse un grande evento. Successivamente, Orne nota come gli individui LGBT+ in contesti in cui non si sentono sicuri, possono gestire le informazioni in modo da occultarle. In questi casi i facenti parte della comunità possono anche cambiare atteggiamento e omettere informazioni, in modo da evitare che in quella specifica situazione esca fuori l'argomento. Infine, Orne individua la strategia delle speculazioni, che si ripropone quando un individuo lascia che l* altr* speculino sulla propria identità, senza attivamente confermare o smentire. Si differenzia dall'occultazione perché con questa strategia gli individui sono disponibili a chiarimenti qualora qualcuno ponesse loro delle domande esplicite, ma non praticano agency nel manifestarlo per primi.

1.6.3 Gestire affordance e imagined audience da membro LGBT+

Come abbiamo visto precedentemente, chi fa parte della comunità LGBT+ ragiona molto le loro decisioni in merito all'esposizione, ma la procedura si complica all'interno degli SNS che hanno audience e algoritmi non sempre definibili.

La ricerca di Duguay (2016) su come i membri LGBT+ si rappresentano su Facebook, dimostra come rimanere "chiusi nell'armadio" porterebbe al precludersi la conoscenza di altr* membr* della comunità online, che possibilmente potrebbero entrare a far parte della quotidianità anche offline. Di conseguenza, vengono messe in atto una serie di accortezze per gestire la propria identità online. Questo avviene anche per prevenire una serie di pericoli come il cyberbullismo o l'outing.

Duguay (2016) ha classificato queste strategie, che possiamo ricondurre agli studi sopracitati e applicare anche ad altri social network.

In primo luogo, sottolinea che non tutt* l* membr* cercano di nascondersi sui social, dato che alcuni dichiarano esplicitamente la propria identità sessuale o di genere per facilitare le interazioni sia online che offline. Questo perché se i propr* conoscent* già lo sanno e lo danno per scontato, è più facile evitare imbarazzanti situazioni o forzati coming out. Davis and Jurgenson (2014) chiamano questa azione volontaria di far

collassare i contesti come “*context collusion*”, mentre quando si tratta di un collasso involontario ci si riferisce al “*context collision*”.

In altri casi invece, gli individui preferiscono attuare la “strategic outness” di Orne (2011) e di conseguenza lasciare indizi sul proprio profilo comprensibili solo da altri membri LGBT+, che abbiamo anche chiamato *steganografia sociale* (boyd and Marwick, 2011). In alternativa, utilizzano le affordance offerte dalle varie piattaforme per decidere a chi mostrare la propria identità sessuale o di genere, quando e come. Queste possono comprendere il creare una lista per sol* amic*, togliere il tag da alcune foto in modo che non compaiano nel proprio profilo oppure creare secondi profili in cui esprimersi. Di conseguenza, avendo coscienza degli imagined audience, viene effettuata una separazione su misura, con il consueto intento di evitare il collasso dei contesti.

È stato rilevato che spesso gli individui infastiditi dai complicati algoritmi delle piattaforme che non permettono il pieno controllo, suddividono parte della loro identità su più social, in modo da trovare la propria nicchia confortevole e potersi esprimere senza dover prestare attenzione a visitor* indesiderat*. I social più gettonati in base alla ricerca di Duguay sono stati Twitter, in quanto è un social più politico e in cui è anche permesso l’anonimato e anche Tumblr, da sempre un punto di riferimento per la comunità LGBT+.

1.7 Nuove teorie: La comunità LGBT+ online

“I nuovi media sono sempre più utilizzati da giovani lesbiche, gay, bisessuali, transgender e queer (LGBTQ), ciononostante si sa ancora poco sui modi in cui questi influenzano lo sviluppo della loro identità” (Craig & McInroy, 2014, p.2)

Recenti studi hanno analizzato come i giovani usino i nuovi media per esplorare nuovi lati della propria identità, comportamenti, e stili di vita che magari non esprimono al di fuori dei social. Tra le categorie di persone che più si rifugiano nei social network per testare nuovi ruoli e identità, troviamo proprio la comunità LGBT+ (Hillier & Harrison, 2007; Pascoe, 2011). Ess* utilizzano i social per esprimere la loro sessualità o identità di genere online, dal momento che il contesto sociale offline è spesso eterocis-normativo e di conseguenza richiede agli individui di presentarsi come cisgender e eterosessuali. Proprio per questo, la partecipazione online per la comunità LGBT+ potrebbe essere fondamentale per scoprirsi ed accettarsi.

Molte persone LGBT utilizzano i nuovi media in maniera produttiva in modo da prepararsi a vivere il loro orientamento sessuale anche nel mondo reale (Hillier & Harrison, 2007, p. 95). Inoltre, le persone appartenenti alla comunità, a causa della cisetero-normatività, delle esperienze negative e del contesto personale, possono avere difficoltà ad accedere a risorse riguardanti gli orientamenti sessuali e a vivere le classiche esperienze sessuali e relazionali che i pari eterocis-sessuali vivono solitamente durante l'adolescenza (Pascoe, 2011).

La ricerca di Shelley L. Craig e Lauren McInroy (2014) individua 5 elementi che identificano l'influenza della partecipazione online da parte d* membr* della comunità LGBT+: l'accesso alle risorse, l'esplorazione della propria identità, il trovare persone simili, fare coming out online e l'espansione la propria identità offline.

In primis, la ricerca dimostra quindi che l'accesso alle risorse è una parte fondamentale dell'esperienza LGBT+ online, proprio perché nella vita reale possono esserci diversi fattori all'interno del contesto sociale, come lo stigma, che impediscono di accedere a queste risorse. Al contrario, i nuovi media offrono un'abbondante varietà di informazioni che provengono direttamente dai compagni LGBT+. Le informazioni trovate online, essendo per l'appunto create da altr* membr* della comunità, danno la possibilità di etichettare i propri sentimenti e successivamente di sviluppare la propria identità. (Bond, 2009).

Il secondo fattore rilevato dalla ricerca è quello dell'esplorazione della propria identità. I social media possono infatti essere utilizzati per esercitarsi e fare le prove e infine sviluppare la loro nuova identità. Questo è possibile soprattutto grazie all'anonimato che alcuni social offrono rispetto ad altri. Soprattutto, la ricerca enfatizza come l* participant* hanno dichiarato di poter vivere la loro identità senza la pressione della loro vita offline.

Il terzo fattore riguarda la possibilità di trovare persone simili online. La ricerca sottolinea come l* participant* sono stati in grado di contrastare il senso di diversità che provavano durante la loro vita quotidiana, grazie al supporto delle persone simili a loro che hanno trovato online. Inoltre, queste persone hanno iniziato a sentirsi più a loro agio con la propria identità dopo aver visto il percorso di altre persone online, che hanno funzionato come "role model".

Il quarto fattore individuato dalla ricerca è quello del fare coming out online. La ricerca sostiene che i social media stanno rivoluzionando il modo di fare coming out. È stato dichiarato infatti, di credere fermamente nel fatto che i social media siano un ottimo posto per fare coming out, dal momento che si è esenti dai fattori sociali negativi e dai rischi che riscontrano nella vita di tutti i giorni. Il coming out online serve come prova per prepararsi al futuro coming out offline e acquisire sicurezza con il supporto dei propri pari.

Infine, l'ultimo pattern individuato nella ricerca è la possibilità di espandere l'identità sperimentata e accettata online, al mondo offline. Questo può includere fare coming out con famiglia e amici.

2- Il Metodo

2.1 La domanda di ricerca

La crescente popolarità dei social media tra i giovani ha spesso amplificato la voce di diverse minoranze. Tra queste, la comunità LGBT+ è sempre stata al centro del dibattito sui social. Da questo presupposto, la domanda di ricerca della tesi è “Come si rappresentano i soggetti appartenenti alla comunità LGBT+ sui social media in Italia?”

2.1.1 Obiettivi e scopi

Per rispondere alla domanda di ricerca, sono stati posti una serie di sotto-obiettivi con la funzione di approfondire al meglio il tema.

In primis, la ricerca si pone il fine di indagare sulle possibili differenze tra il rappresentarsi nella vita quotidiana e nella vita virtuale, andando a individuare se ess* hanno già fatto coming out in entrambe le realtà, se i social sono stati d’aiuto in questo e eventualmente in che modo.

In secondo luogo, la ricerca si focalizzerà sulle piattaforme e su come esse possano essere o non possano essere d’aiuto nella fase di auto-rappresentazione e di legame con altr* utenti LGBT+. La ricerca parte dall’ipotesi che alcuni social sono destinati a un uso privato e in cui è più semplice esprimersi in merito a questo tema, mentre altri essendo accessibili a un ampio pubblico possono diventare più limitanti. Sarà interessante anche individuare come i soggetti utilizzino gli strumenti offerti dalle specifiche piattaforme per creare degli spazi sicuri all’interno delle stesse.

Infine, la ricerca si pone il sotto-obiettivo di individuare le differenze tra le esperienze vissute all’interno della comunità LGBT+. Partendo dal presupposto che l’etichetta “LGBT+” comprende tante identità di genere e tanti orientamenti sessuali, sicuramente l’esperienza di ciascuna categoria non sarà del tutto uguale alle altre.

2.2. La popolazione di riferimento

La popolazione di riferimento della ricerca comprende persone dai 18 ai 26 anni appartenenti alla comunità LGBT+ in Italia.

In termini generazionali, la fascia d’età identificata rientra a far parte della Generazione Z, la prima ad essersi sviluppata potendo godere dell’accesso a Internet sin dall’infanzia.

Di conseguenza, si presume che ess* siano avvezz* all'utilizzo dei social media e che questi abbiano influito nel loro processo di socializzazione. Come requisito fondamentale, la popolazione di riferimento appartiene alla comunità LGBT+, alla quale fanno parte tutti coloro che non si identificano come eterosessuali e/o cisgender.

Dalla popolazione di riferimento sono stat* esclus* tutt* coloro che utilizzano i social per scopi di attivismo in riferimento alle discriminazioni subite dalla comunità LGBT+. Questo perché l'essere activist* comporta un'esposizione e un'utilizzo dei social diversa dai comuni utenti, infatti quest* soggett* per praticare le loro attività già esplicitano il loro orientamento sessuale o l'identità di genere pubblicamente. Inoltre, il loro scopo è quello di crearsi un proprio pubblico con il quale confrontarsi e affrontare il tema, le interazioni hanno una matrice completamente diversa rispetto alle normali discussioni tra pari, si crea quindi un dislivello nel rapporto tra attivista e normale utente. Proprio per questi motivi, l* utent* activist* non porterebbero a risultati utili per la ricerca.

Infine, si è deciso di non focalizzarsi su una singola regione, ma di estendere la ricerca a tutta Italia. La scelta deriva in primis per poter notare le differenze tra un luogo e l'altro e in secondo luogo perché il campionamento è in gran parte avvenuto contattando persone direttamente online, senza sapere da che parte d'Italia venissero.

2.2.1 Il campionamento, il coinvolgimento dei soggetti, l'accesso al campo

Per la ricerca sono state coinvolte nello specifico 18 persone. La scelta del campionamento è stata ragionata, con il fine di riuscire a rappresentare la comunità LGBT+ il più possibile nella sua interezza. Come spiega Cardano (2011) la scelta del campione viene definito attraverso un processo di tipicizzazione, in cui si rendono ben chiare le caratteristiche che i soggetti della ricerca devono avere, per poi ricercarli in individui con nome e cognome. Per fare ciò, ci si serve di informazioni che possono essere pubblicamente accessibili oppure si utilizzano dei mediatori.

Si è deciso quindi in primo luogo di dividere per genere: Uomo, Donna, Non Binary¹ e in due fasce d'età: dai 18 ai 22 e dai 23 ai 26.

Tabella 1: Tabella di campionamento per genere e età.

Genere/Età	18-22	23-26
Donne	3	3
Uomini	3	3
Non binary	3	3
<u>Totale</u>		<u>18</u>

Successivamente, nella fase di coinvolgimento de* soggett* intervistat* si è cercato di includere anche donne e uomini transgender e individui con diversi orientamenti sessuali, in modo da avere uno spettro della comunità LGBTQ+ il più completo possibile e poter poi fare paragoni tra le diverse esperienze.

Tabella 2: Tabella con suddivisione per identità di genere, orientamento sessuale e regione di provenienza

	18-22	23-26
Donne	Cisgender Bisessuale - Piemonte	Cisgender Bisessuale - Veneto
	Transgender Bisessuale - Veneto	Cisgender Pansessuale - Veneto
	Cisgender Lesbica - Lombardia	Cisgender Lesbica – Veneto
Uomini	Cisgender Gay - Veneto	Cisgender Gay – Veneto
	Cisgender Bisessuale - Liguria	Cisgender Gay – Lazio
	Transgender Bisessuale - Veneto	Cisgender Bisessuale - Veneto
Non Binary	Non binary Lesbica - Veneto	Non binary Bisessuale - Veneto
	Non binary Bisessuale - Veneto	Non binary Bisessuale - Piemonte
	Non binary Bisessuale - Friuli Venezia Giulia	Non binary Lesbica - Veneto

Quando sarà necessario citare l* intervistat*, ess* verranno individuati* proprio in base alla loro identità di genere, orientamento sessuale, regione di provenienza ed età. Questo sarà possibile attraverso un codice che verrà posto alla fine di ogni citazione.

Tabella 3: Legenda codice di identificazione

Identità di Genere	Uomo Cisgender: Uc Uomo Transgender: Ut Donna Cisgender: Dc Donna Transgender: Dt Non Binary: NB
Orientamento Sessuale	Omosessuale: O Bisessuale: B Pansessuale: P
Provenienza	Nome della regione
Età	Numero corrispondente all'età

L* intervistat* sono stat* coinvolt* in diverse maniere: in primo luogo sono stat* contattat* i miei personali amici e conoscenti che potevano rientrare nella popolazione di riferimento, in secondo luogo queste persone hanno fatto da “mediator*” per ottenere nuovi contatti da intervistare.

Infine, la maggior parte delle persone sono state contattate direttamente attraverso i social media, cercando di ricavare il loro orientamento sessuale o identità di genere dai contenuti che postano sui loro profili, in particolare su Twitter e Instagram.

Il contatto è avvenuto con un breve messaggio in cui ho spiegato il tema centrale della ricerca, come si sarebbe svolta, il tempo necessario e l’assicurazione dell’anonimato. Tutto questo viene definito da Cardano (2011, p.179) come “l’antefatto dell’intervista”, il quale contribuisce a delimitare il frame cognitivo tra intervistatore e intervistato, in modo che quest’ultimo arrivi già al giorno dell’intervista con un’idea abbastanza accurata di ciò che gli aspetta.

2.3 L’intervista discorsiva

La metodologia scelta per condurre questa ricerca è quella dell’intervista qualitativa, anche chiamata intervista discorsiva.

“L’intervista discorsiva è una conversazione provocata dall’intervistatore, rivolta a soggetti scelti sulla base di un piano di rilevazione e in numero consistente, avente finalità conoscitive, guidata dall’intervistatore, sulla base di uno schema flessibile e non standardizzato.” (Corbetta, 1999, p. 405)

Ho scelto di utilizzare questo metodo per poter analizzare a fondo il fenomeno, facendoselo raccontare direttamente da chi lo vive. L'intervista discorsiva, infatti, presenta diversi vantaggi (Bernardi, 2005): in primo luogo essendo per l'appunto un dialogo, riproduce una forma di interazione molto vicina a quella di vita quotidiana, che dunque tutt* sanno intraprendere. In secondo luogo, si caratterizza per la sua flessibilità, infatti nonostante l'intervista sia basata su una traccia progettata ex-ante, è compito del ricercatore saperla adattare ad ogni singolo colloquio per ottenere le informazioni necessarie. Proprio per questo motivo, il coinvolgimento del* ricercator* è un ulteriore vantaggio e punto fondamentale, anche se presenta delle insidie.

Come sostiene Cardano (2011) la conduzione di un'intervista discorsiva è soprattutto ascolto, accettazione e sostegno dei discorsi. Di conseguenza, questo non è un compito semplice e richiede una grande concentrazione affinché il colloquio sia il più fluido possibile. Per mettere a proprio agio l'intervistat* è importante farlo sentire ascoltato e dare dei feedback, che possono essere dei segnali corporei, oppure i cosiddetti "continuator" ovvero gli "mhh", "ahh" che invitano l'interlocutor* a proseguire.

L'intervistator* deve soprattutto aiutare l'intervistat* a costruire liberamente il suo discorso, osservando in modo critico il proprio sé e in secondo luogo deve cercare di raccogliere soprattutto esperienze e non mere opinioni.

Se da una parte l'intervistator* riceve le informazioni e la conoscenza, dall'altro lato l'intervistat* può osservare la propria vita con occhio critico, proprio grazie agli spunti della ricerca e scoprire qualcosa di nuovo su sé stess*. Uno degli intervistat* ha infatti confessato che per lui l'intervista è stata utile per riflettere su sé stesso:

“vorrei dire che per me è stato davvero importante ed è anche stato il motivo per cui alla fine ho accettato di fare l'intervista, oltre che per aiutarti, ma anche perché effettivamente quando mi hai spiegato il tema mi sono accorto che per me i social sono stati davvero molto molto importanti” (UcO, Lazio, 23)

Come già citato in precedenza, l'intervista discorsiva può essere guidata, di conseguenza si redige una traccia prima di eseguire le interviste, in modo da avere in chiaro i temi che dovranno essere affrontati, l'ordine in cui verranno posti e infine quanto in profondità si vogliono approfondire.

A partire dalla domanda di ricerca si devono identificare dei concetti chiave, su cui poi verteranno le domande o gli stimoli principali della traccia. Inoltre, una traccia

accurata presenta anche delle domande di *probing*, ovvero delle domande secondarie, o dei suggerimenti che devono essere sottoposti all'intervistat* solo nel caso in cui non ne parli spontaneamente. Le domande *probes* servono anche all'intervistator* per mantenere il controllo sull'intervista e non perdere di vista informazioni importanti che devono essere rilevate.

Le interviste vengono tendenzialmente registrate, in modo che in un secondo momento si possa procedere alla trascrizione. La trascrizione deve essere accurata, sottolineando l'intervallo tra domande e risposte e tenendo conto di tutti quegli elementi che possono essere utili all'analisi. In particolare, è importante tener conto non solo del livello linguistico, ma anche di quello paralinguistico che comprende tono di voce, timbro, intensità e il livello extralinguistico, come il linguaggio del corpo.

2.3.1 Lo svolgimento delle interviste

Per svolgere la ricerca sono state effettuate 18 interviste, 11 delle quali si sono svolte in videochiamata su Zoom, mentre le altre 7 si sono svolte dal vivo.

Dal momento che la mia ricerca ha sempre voluto essere sul piano nazionale, ho dovuto necessariamente effettuare dei colloqui in maniera telematica. Sebbene ne risenta la fluidità della discussione e lo scambio dei turni di parola, le interviste online sono state comunque di facile rilevazione grazie alle videocamere, che mi hanno permesso di captare comportamenti e linguaggio del corpo.

Durante il loro svolgimento, le interviste sono state registrate con il consenso de* intervistat* e successivamente sono state trascritte integralmente. Dal momento che la ricerca tratta un tema che per alcun* potrebbe essere di tipo sensibile, è stata per me una priorità ricercare la più assoluta privacy durante l'esecuzione dell'intervista. Mi sono sempre assicurata che l* mie* intervistat* su Zoom fossero in un luogo isolato in cui si sentissero al sicuro per rispondere liberamente alle mie domande.

Per quanto riguarda le interviste dal vivo, ho cercato sempre di far sentire l* intervistat* a proprio agio portandol* in bar poco affollati, parchi o angoli appartati dell'Università, in modo da rendere favorevole la discussione e annullare la paura di essere ascoltati*.

2.4 Il metodo di analisi delle interviste

Una volta effettuate tutte le interviste e costruita l'intera documentazione empirica, si può passare alla fase di analisi.

In particolare, per questa ricerca verrà seguita l'analisi tematica di Braun e Clarke (2006), la quale consiste in una guida in 6 fasi per analizzare in modo completo i dati raccolti.

La prima fase è quella di familiarizzazione, essa consiste nel prendere confidenza con i dati. Questo può avvenire riascoltando le registrazioni oppure rileggendo tutte le trascrizioni e appuntando le proprie impressioni iniziali.

La seconda fase consiste nel codificare i propri dati, ciò significa dare delle etichette specifiche ad ogni tratto che si ritiene significativo per la propria domanda di ricerca.

La terza fase consiste nell'individuare i temi presenti nei dati, per tema intendiamo un grande pattern che si ripete all'interno delle interviste e che viene successivamente individuato dal* ricercator*. Un tema può essere formato da diversi codici messi insieme.

La quarta fase consiste nel recensire i temi, quindi controllare che effettivamente siano utili per la ricerca, renderli più definiti e verificare la relazione che intercorre tra essi.

Ad esempio, alcuni temi possono risultare troppo forzati dal* ricercator* e quindi vanno eliminati, altri si possono unire e altri ancora si possono dividere in temi differenti.

La quinta fase consiste nel definire i temi, in questo momento ad essi viene dato un nome e l* ricercator* deve scrivere un'analisi dettagliata di ciò in cui il tema consiste.

Nella sesta ed ultima fase l* ricercator* deve scrivere un report che riassume il lavoro svolto, presentando a* lettore* un documento che spieghi la ricerca tematica, contestualizzandola con la letteratura già esistente.

2.5. Etica della ricerca

La ricerca è stata svolta con la massima serietà nel rispettare la privacy e la riservatezza de* intervistat*. Sin dal primo contatto sono state messe in chiaro le modalità dell'intervista e il completo anonimato. Inoltre, la richiesta di partecipazione è stata fatta in maniera amichevole, non forzando mai persone che non si sentissero a proprio agio nel

svolgere il colloquio e rassicurando e chiarendo i dubbi di coloro che si dimostrassero titubanti.

Prima di ogni intervista ho fatto firmare il consenso informato, un documento che esplicita le modalità e i fini della ricerca. All'inizio di ogni intervista ho sempre chiarito che i soggetti potevano astenersi dal rispondere a domande per loro scomode. Inoltre, ho cercato di captare tramite il linguaggio del corpo e alcune risposte fuggitive, qualora alcuni temi fossero più ostili di altri

3- Risultati della ricerca

Come riportato nel capitolo metodologico, dopo il conseguimento dei dati, questi sono stati analizzati secondo il metodo di Braun e Clarke (2006). Attraverso le domande che hanno costituito la traccia dell'intervista, si è cercato di capire quali sono i social network più usati dal target di riferimento e in che modo questi hanno contribuito alla loro scoperta, accettazione, informazione. I risultati ottenuti non sono univoci, ma presentano delle differenze in base a età, genere, orientamento sessuale, luogo di provenienza e anche in base ai social utilizzati.

3.1 I Social più utilizzati

Nel capitolo teorico abbiamo definito i Social Network Sites, le prime domande della traccia hanno l'obiettivo di mettere in luce quali sono le piattaforme più utilizzate dal target di riferimento al fine di capire quale sia stato il percorso e il cambiamento negli anni nell'uso e nella scelta dei social network. Le diverse piattaforme, infatti, avendo algoritmi e modalità d'uso differente, permettono agli individui di mostrarsi in maniera altrettanto differente. Questa prima analisi di utilizzo e differenziazione tra i diversi Social Network Sites è utile per creare una cornice d'inquadramento che permetterà in seguito di comprendere il modo in cui le differenze tra social hanno portato a diversi modi di autorappresentarsi, in quanto membri della comunità LGBT+.

3.1.1 Il primo approccio

A livello generale, è possibile affermare che l* intervistat* hanno iniziato ad utilizzare i social in pre-adolescenza, ad eccezione di qualche caso particolare. La maggior parte delle persone interpellate dice di essersi iscritta perché spinta dalla popolarità di questi tra l* loro coetane* o familiari più grandi.

“Allora avevo iniziato su Facebook ed era agli albori, quindi sarà stato verso il periodo delle medie, sarà stata la novità, ce lo avevano tutti e quindi “che bello facebook” e poi da lì li ho scoperti tutti, c'è stata la mia adolescenza in cui ce li avevo letteralmente tutti, ero iscritt* a qualsiasi cosa” (NB, O, 23, Veneto)

“Allora se non sbaglio il primo social che mi sono scaricato è stato Facebook e se non sbaglio più o meno verso i 12 anni e si fondamentalmente me lo sono fatto perché vedevo che mia sorella che era più grande di 5 anni lo aveva e quindi lo vedevo come una cosa figa, anche perché ai tempi su Facebook c'erano anche i giochi quindi non è che mi interessava tanto il lato social, mi interessavano queste cazzatine qua” (UC, B, 23, Veneto)

I primi approcci ai social network del target di riferimento sono avvenuti attraverso Facebook, social più in voga intorno al 2008-2010. L* intervistat* appartenent* alla fascia d'età maggiore o che hanno avuto fratelli più grandi, ricordano l'utilizzo di MSN, seppur breve.

Per la maggior parte, l'utilizzo di Facebook appartiene al passato, dal momento che viene categorizzato come obsoleto e riletto semplicemente ai gruppi universitari o per trovare casa.

“Intervistatrice: Okay, e come mai non utilizzi più facebook? Anche se lo immagino...

Intervistata: Perché è un po' datato, mi sono tolta proprio il profilo per 2/3 anni e poi l'ho scaricato solo per i gruppi universitari per quando avevo bisogno degli appunti ecc..., ma non lo apro mai, non c'è nulla che mi attiri su Facebook.” (DC, O, 22, Lombardia)

“Facebook lo uso molto poco perché lo vedo molto da boomer adesso, cioè lo uso solo per cose serie, tipo alcuni gruppi che mi interessano e basta.” (NB, O, 23, Veneto)

In seguito al primo approccio su Facebook, l*intervistat* hanno iniziato a esplorare i nuovi Social Network del periodo, tra cui Instagram in primis e successivamente anche Twitter, Tumblr, Ask. Tumblr e Ask hanno però costituito delle fasi passeggero nella vita del* intervistat*, i quali sono stati brevemente menzionati dato il quasi nullo utilizzo nella vita odierna.

3.1.2 I social del momento

A Twitter viene data una sostanziosa rilevanza in molte delle testimonianze d* intervistat*. Twitter è un sito di micro-blogging creato per far sì che l* utenti potessero postare brevi testi di inizialmente 140 caratteri e successivamente 280. Questo si differenzia dagli altri social, in quanto fonda la sua popolarità su brevi composizioni

scritte, senza necessariamente fare uso di supporto multimediale. L* intervistat* sottolineano spesso come a primo impatto non riuscissero a familiarizzare con il social, il quale sono stati in grado di capire solo con il passare del tempo. I primi approcci riguardavano l'essere parte di fandom di serie tv, cantanti, attori e la voglia di comunicare con loro e gli altri fan.

“Però vabbè questo account (*il primo*) non lo usavo neanche troppo, l'avevo fatto solo un po' per scoprire il social, ma nulla di che. Poi appunto me lo sono rifatto e ho iniziato ad utilizzarlo in maniera più seria, forse anche creando un altro account, nel novembre 2020, quando ho conosciuto un mio amico all'università e parlava molto di Twitter e quindi ero tipo “okay adesso devo riiniziare a utilizzarlo”, perché comunque ci potevano essere delle cose che mi interessavano e in più avevo iniziato a seguire un artista che mi interessava e lui usava molto Twitter.” (NB, B, 20, Veneto)

Twitter viene utilizzato in modo particolare e non ci sono le stesse aspettative che si creano sugli altri social, in quanto si può seguire chi si vuole, non necessariamente basandosi sulle proprie conoscenze e senza aspettarsi la reciprocità.

L'*imagined audience* di Twitter è particolare e spesso non immaginabile, dato che il sito permette di leggere i tweet di ogni account pubblico anche solamente da browser, senza avere né l'app, né un proprio profilo. (Marwick & Boyd, 2010) I tweet possono essere “retwittati”, quindi condivisi e diventare estremamente virali, fino a essere repostati in altri social quali Instagram o Facebook. La questione può diventare problematica per tutt* coloro che utilizzano Twitter come una sorta di diario segreto e non vogliono essere raggiunt* da chi conoscono nella vita reale. Questo può comportare la perdita della facciata e lo smascheramento di un ruolo che prima non era agli occhi di tutt*, ma solo di alcun*.

“In generale se trovo persone che conosco nella vita reale dico “mh, ti blocco”” (DT, 21, B, Veneto)

“Su Twitter nel profilo pubblico cerco di mantenere l'anonimato semplicemente perché magari non mi va che persone della vita reale possano leggere e non mi va di mettere il privato.” (NB, B, 20, Veneto)

Poi ci sono le persone che screennano i tweet di Twitter, che magari fanno ridere e li repostano su Instagram. Però magari quella persona non pensava di andare virale e invece si ritrova su Instagram, che è un social diverso, si usa in modo diverso e ci

sono persone diverse. E magari quel tweet lo vedono persone che seguono quella pagina, con cui magari non è out o cose del genere. (NB, O, 22, Veneto)

Instagram, come ci ricorda la ricerca quantitativa di We Are Social (2022), è il social più utilizzato al momento, e tutti l* intervistat* hanno un profilo su questa piattaforma.

A differenza delle altre piattaforme, l* intervistat* utilizzano Instagram principalmente per pubblicare contenuti multimediali che possono essere organizzati mediante l'uso di *hashtag* o attraverso la propria posizione. L* utenti spesso cercando di far rientrare i propri contenuti in specifiche caratteristiche per fare in modo che essi siano appaganti a livello estetico (Harris and Bardey, 2019).

"Sì, Instagram è sempre stato il social che mi è piaciuto di più, perché mi piace fare le foto e postarle. Prima non c'erano le foto, non c'era niente e quindi mettevo i post, parecchi anche post. Mi piaceva usare i filtri, modificare le foto, mi piaceva fare foto belle e mi piaceva che le persone pensassero che io facevo le mie foto belle" (DC, P, 26, Veneto)

Oltre che per autorappresentarsi, Instagram è sin dall'inizio stato utilizzato per connettersi con le persone che già si conoscevano nella vita offline. I post e le *story* vengono calibrate in base all'audience che è spesso costituito da familiari, amic* e colleg* di lavoro e di conseguenza, l* utenti pongono maggiore attenzione nel mantenere la propria facciata.

"Instagram è un po' il social in cui faccio un po' più vedere quello che voglio che le persone vedano della mia esistenza" (NB, B, 23, Veneto)

La consapevolezza delle audience spesso porta ad avere più profili, o a utilizzare gli "*amici stretti*".

"Intervistatrice: Su Instagram hai solo il profilo principale o hai anche altri profili?

Intervistata: Oddio, ne ho tipo 7 ahaha per vari motivi. Ho il principale, poi ho il privato, poi ho il terzo profilo che usavo come backup del principale che c'è stato un periodo che mi andava male e che adesso ho trasformato in account per spiare, poi ne ho un altro che è nato proprio per spiare e un altro di backup per quello di spiare e quello del cane (DT, B, 22, Veneto)

Il social più recente menzionato dal* intervistat* è Tiktok, lanciato nel 2016 e spopolato soprattutto nell'ultimo paio d'anni. Tiktok funziona in maniera differente

rispetto agli altri social, questo perché si basa su dei brevi video che vengono pubblicati dal* utenti e visualizzati da altr*.

La maggior parte del* intervistat* che afferma di usarlo, sostiene di essere più un *lurker* (Stella et al, 2018, p.87), di conseguenza essi utilizzano il social più per intrattenersi con i video del* altr*, che per connettere con altr* utenti e pubblicare a propria volta.

“Poi ho iniziato anche a usare TikTok, però quello lo uso più che altro per guardare che per pubblicare video io stesso.” (UC, O, 21, Veneto)

“Ultimamente sto utilizzando TikTok, ma solamente per guardare, non ho mai pubblicato un tiktok” (UC, B, 23, Veneto)

Le adesioni al social Tiktok provengono in maggior parte nella fascia 18-22, ma non manca la curiosità anche nella fascia 23-26.

“No in realtà non uso tiktok ma ci sto pensando, perché sono partita molto prevenuta nei confronti di tiktok, ma perché ho conosciuto un sacco di gente che faceva i balletti e no...non più l'età ho pensato. Però complice anche del fatto di alcune cose che abbiamo fatto all'università, complice varie altre cose, in realtà è divertente ed è anche utile per capire anche un po' come gira il mondo. Magari ci sono diversi trend che mi perdo stando solo su Instagram, tutti partono da tiktok ormai, però si non lo so sono un po' combattuta.” (DC, P, 26, Veneto)

Questo excursus iniziale di presentazione dei social utilizzati, ci servirà per la prossima parte dell'analisi che entrerà nel vivo della ricerca, ovvero come l* intervistat* gestiscono le *affordance* dei diversi social per mostrare o non mostrare la propria identità LGBT+.

3.2 Scoperta e accettazione della propria identità

Come abbiamo potuto vedere con il modello identitario di Cass (1979), la scoperta e la piena accettazione del proprio orientamento sessuale o della propria identità di genere affrontano diverse fasi. Parte della ricerca vuole focalizzarsi a comprendere che ruolo i social media hanno giocato in queste fasi.

Per quanto riguarda l'orientamento sessuale, è stato risposto in maniera frequente che le riflessioni sono partite da esperienze di vita quotidiana, che hanno fatto scaturire

dei dubbi. Successivamente, però, i social media hanno aiutato con l'accettazione e con il confronto con altr* individui della comunità LGBT+.

“Alla scoperta forse no...già in realtà io mi ero posta delle domande dal primo anno delle superiori, quindi già si era avviato il meccanismo di “cosa sono? Cosa mi piace?” ...però sull'accettazione ha avuto un peso non indifferente perché mi ricordo che nel momento in cui ho realizzato di all'epoca di essere bisessuale, l'ho detto alla mia migliore amica e poi l'ho scritto subito su Twitter e un sacco di persone, di miei *mutual*, mi avevano scritto “che bella cosa”, “sono super felice per te” e questa cosa mi aveva aiutato tantissimo. (DC, O, 22, Lombardia)

“Io ho capito di essere gay perché ha iniziato a piacermi un ragazzo e poi ho parlato con una mia amica che si definiva lesbica e quindi ha aiutato la mia consapevolezza, ma effettivamente con Instagram c'è stata una svolta, quando io non ero ancora del tutto dichiarato e un ragazzo del mio comune, mi ha scritto e abbiamo iniziato a sentirci e tra una cosa e l'altra è uscito il fatto che fossi gay e infatti ero confuso su come l'avesse capito però vabbè insomma...gay radar *ride*. Effettivamente mi faceva strano perché probabilmente non l'avevo ancora accettato ancora io a pieno però conoscendo questo ragazzo e avendo modo di confrontarmi ho avuto modo anche di scoprirmi meglio e poi vabbè siamo solo rimasti amici. Però insomma la conoscenza di questo ragazzo mi ha aiutato con il percorso di accettazione.” (UC, O, 21, Veneto)

“Non so se abbia proprio aiutato in sé nella scoperta e nell'accettazione della sessualità, ma sicuramente avere anche un ambiente social molto inclusivo, ha sicuramente aiutato anche nel modo di esprimermi. Non so se abbia influenzato direttamente, ma credo che comunque avere persone attorno per cui il coming out è normalità, è già stato fatto, si ha sicuramente aiutato.” (UC, B, 21, Liguria)

“Cioè alla fine non è che uno è coglione un po' di dubbi ce li ha anche prima, ma comunque sono tutti dubbi che dici “no ma in realtà non è vero, no ma va la sei etero, no ma questo no ma quello” e poi alla fine del 2019 c'è stata una cosa che mi aveva fatto mettere in dubbio la mia convinzione di essere etero, cioè era questa mia amica che letteralmente mi diceva di essere bisessuale e questa mia amica è una bellissima ragazza e lì ho avuto un attimo un *gay panic* bruttissimo e lì ho detto “senti...se ti senti attratt* da questa persona, forse forse, etero non sei, buongiorno!” e più o meno nello stesso momento ho scaricato tiktok che da subito ha iniziato a propormi un sacco, un sacco di content gay, più ragazze o comunque non uomini in generale, quindi niente praticamente lì ho iniziato a vedere sempre più persone da cui ero attratt* che non erano uomini” (NB, B, 23, Veneto)

“sicuramente non alla scoperta, perché già lo avevo capito da solo, però all’accettazione sì. Perché come ti dicevo prima, ho iniziato da piccolo a usare Twitter e lì è facile incontrare tante persone gay e quindi vedendo loro parlarne apertamente, poi son riuscito anche io a farlo.” (UC, O, 23, Veneto)

Analizzando la scoperta e l’accettazione dell’identità di genere del* intervistat*, possiamo notare come i social media abbiano giocato un ruolo fondamentale sin dall’inizio. Per quanto riguarda le persone transgender, sebbene i dubbi riguardanti l’essere trans si fossero già manifestati nell’infanzia e nella preadolescenza, sono stati compresi e accettati solo nel momento in cui hanno avuto modo di confrontare la propria esperienza con quella di personaggi pubblici, come youtuber o instagrammer, oppure con dei pari.

“è complicato per il genere, perché comunque l’ho sempre saputo. Però non ho avuto mai coscienza esplicita della cosa, però per esempio ricordo che la prima volta che ho usato il femminile involontariamente è stato che avevo 11 anni. Però per dire c’è già un video di me a 3 anni che ballo con una maglia a mo’ di vestito, quindi c’è stata una conoscenza, ma non consapevolezza. Dopo il trasferimento è iniziato un po’ il periodo più critico e ho iniziato a seguire qualche creator su Youtube e ho capito...capito meglio...comunque quelle youtuber lì le seguivo anche su Instagram e quindi vedevo i loro contenuti anche lì” (DT, 21, B, Veneto)

“Per l’essere trans invece diciamo che mi ha aperto un mondo, mi son fatto Instagram e mi ricordo che proprio la prima cosa che ho visto è stato un post LGBTQ+, capito? Però, già in prima superiore non sapevo nemmeno dell’esistenza delle persone FtM, delle persone trans, quindi sapevo delle donne trans, ma non sapevo che esistesse anche il contrario. Cioè avevo le idee davvero confuse, sapevo che le donne trans fossero tipo le drag queen oppure tipo i classici stereotipi che ci sono a riguardo, invece poi ho scoperto che esiste anche il contrario. Cosa che mi ha fatto scattare qualcosa in testa. All’epoca andavo già da una psicologa per aiutarmi con casini in famiglia tali morte di mio padre e altre cose e appunto le avevo chiesto, le ho proprio detto “ho trovato questa cosa su Instagram” e le ho un po’ chiesto a riguardo, dopo essermi informato un pochino su Google. E in quel momento ho realizzato che molte di quelle cose erano simili a ciò che provavo io, quindi mi hanno decisamente aiutato i social.” (UT, B, 20, Veneto)

Per le persone che si identificano come non binary, i social hanno avuto una funzione essenziale. Prima di iscriversi ad una piattaforma, tutti i rispondenti non binari, indipendentemente dalla fascia d'età, non sapevano di potersi identificare in qualcosa che prescindesse il binomio uomo-donna. Ascoltando le testimonianze altrui, attraverso pagine e gruppi LGBT+, *influencer* o altr* utenti, hanno avuto modo di riconoscersi in quei racconti e identificarsi.

“per l'identità di genere, ho sempre vissuto un po' in ambienti molto conservatrici, di certe cose a Pordenone non se ne parla perché comunque è un posto piccolo e quindi anche la questione delle persone trans era molto binaria, sempre e quindi letteralmente io non avevo idea che ci fosse la possibilità di essere qualcosa di al di fuori del binarismo uomo/donna e tiktok mi ha permesso di scoprire l'esistenza di questa cosa e da quando ne ho scoperto l'esistenza sempre di più, informandomi, poi su questo ha giocato anche molto Twitter, perché anche su Twitter c'è l'esperienza di moltissime persone sia dal punto di vista dell'orientamento sessuale, che dal punto di vista dell'identità di genere e quindi insieme diciamo Tiktok e Twitter mi hanno aiutato a realizzare cose che già c'erano dentro di me, erano latenti, erano lì presenti, ma non le avevo mai tirate fuori. Soprattutto la questione dell'identità di genere è una questione che io non sapevo esistesse, quindi non mi ero mai post* il problema perché io non mi sono mai sentit* donna, non mi sono mai sentit* uomo e quindi siccome ero nat* e assegnat* femmina alla nascita, semplicemente nella mia testa così era e così doveva essere.” (NB, B, 23, Veneto)

“Sì, perché per esempio la prima volta che ho sentito parlare di identità di genere era in una serie tv...però appunto sapevo di questa serie perché avevo visto le foto su Tumblr, e io poi l'ho iniziata e poi penso mi fossero spuntati dei corti su Youtube tipo “shorthair” o corti di persone che si “bindavano” il petto o robe del genere e ho detto “okay” e da qui poi è iniziato a spuntarmi il video di Richard Tunder (*youtuber e attivista trans*)...E quindi ho iniziato a guardare i suoi video però io ero molto sciall* quindi non pensavo fosse qualcosa che riguardasse me. Comunque si stava dicendo, che la prima volta che ho sentito parlare di identità di genere era in una serie tv vista dai social e poi ne ho sempre sentito parlare solo e soltanto nei social, attorno non avevo persone queer, avevo solo persone cishetero abbastanza bigotte quindi questi argomenti neanche li trattavamo, quindi ne sentivo parlare soltanto online e in modo passivo, cioè non avevo neanche un confronto con le altre persone, ne sentivo parlare e basta.” (NB, O, 22, Veneto)

“Per l'identità di genere mi sono serviti un sacco, perché vabbè a parte che ancora mi sto scoprendo, quindi vabbè sono ancora in fase di domande, però proprio perché sono

in fase di domande, il vedere su Instagram, soprattutto su Instagram, persone che avevano già vissuto qualcosa di simile a quello che stavo vivendo io era molto d'aiuto e quindi sì, seguo un sacco di persone trans, non binary, per vedere un po' la loro esperienza e sentirmi meno sol*, in poche parole.” (NB, O, 22, Veneto)

“all'inizio non avendo twitter essenzialmente, perché Instagram non era troppo utile, pensavo di essere cis e che i pronomi neutri potessero andarmi bene, poi con Twitter ho iniziato ad esplorare un po' di più cosa fosse effettivamente la disforia, i vari discorsi e i vari drama del “Queer Twitter” son stati abbastanza fondamentali per questo e quindi da marzo dell'anno scorso ho iniziato a pensare abbastanza a come definirmi. Prima mi consideravo agender oppure demi-girl, però poi ho deciso di non troppo focalizzarmi su cosa effettivamente fossi, ma semplicemente utilizzare una cosa più ampia e quindi mi definisco “Non Binary”. (NB, B, 20, Veneto)

“per l'identità sì perché, non riuscivo proprio a concepirla, ma proprio perché non ne ero a conoscenza. Sono cresciut* tipo con le parole “persone normali” e “travestiti”, quindi non esisteva altro. Quindi scoprire che ci sono persone che vivono normalmente anche se effettivamente non si riconoscono né nel genere femminile né in quello maschile, mi aiutato tanto a capire qualcosa di me” (NB, B, 18, Friuli Venezia Giulia)

Infine, 1* rispondent* che hanno dichiarato che i social non sono stati particolarmente influenti per la scoperta del proprio orientamento e/o identità di genere, comunque sostengono che essi siano stati utili nella scoperta delle varie etichette che compongono la comunità LGBT+, soprattutto per quelle meno note alla collettività e che hanno iniziato a diffondersi negli ultimi anni, ad esempio la definizione di persona non binary o asessuale. Inoltre, sui social si possono trovare varie pagine di divulgazione dedicate al tema, che oltre a definire i vari orientamenti sessuali e identità di genere, parlano della storia della comunità per rendere le persone più informate.

“Diciamo che quando ho iniziato a utilizzare i social avevo già un'identità sessuale abbastanza definita, di conseguenza l'ho completata con le esperienze che ho avuto nella vita quotidiana, quindi non tramite i social. Ovviamente poi con i social sono venuta a scoprire pride, cose, manifestazioni, parità dei diritti, qualsiasi cosa...per esempio su Instagram ci sono un sacco di profili che ti spiegano la storia LGBT+, com'è nato il movimento dei pride, cenni storici ecc...” (DC, O, 23, Veneto)

“mi hanno aiutata a conoscere il mondo LGBT+, perché comunque io non ho mai avuto frequentazioni di questo genere, nel senso che io ho sempre avuto amici

tradizionali ecco...soprattutto su Instagram...so che è brutto dirlo, ma tutto è nato con Freeda penso, che è una pagina del cazzo però non lo so, mi piaceva all'inizio." (DC, B, 21, Piemonte)

"Si perché bene o male io non sapevo niente riguardo le persone non binarie, le persone genderfluid ecc.. e sui social ho scoperto anche questa parte della società e mi sono fatta un po' di domande su me stessa, alle quali però non ho ancora risposto definitivamente quindi in generale magari vedevo un tweet che parlava di qualcosa e poi andavo ad approfondire" (DC, B, 23, Veneto)

3.3 Coming out Mediati

Mantenendo il frame della *strategic outness* di Orne (2011), analizziamo nello specifico come è avvenuto il processo di coming out del* intervistat*, per poi approfondire il ruolo che hanno avuto i social in esso.

Come abbiamo visto, l* intervistat* hanno avuto processi di scoperta e accettazione differenti. Questo influisce sullo stato del loro coming out che, come abbiamo sottolineato nel capitolo precedente, è fluido e continuo e può essere gestito strategicamente per mostrarsi o nascondersi ad altr*.

"Il mio primo coming out è stato con la mia migliore amica, ed è stato l'inizio di un percorso di presa di coscienza. Perché fin quando non lo dici a qualcuno è come se non fosse davvero reale, quando invece lo dici agli altri e ne parli è lì che inizi ad accettarlo davvero. Quindi sì, prima con la mia migliore amica, poi dopo due giorni con mia mamma che inizialmente non l'aveva presa troppo bene però vabbè *ride* e poi un po' alla volta con altri miei amici. Ma è stata una cosa molto lunga che è durata anni e che tutt'ora non si è conclusa perché non lo sanno tutti." (UC, O, 21, Veneto)

3.3.1 Coming out faccia a faccia

Proprio perché il coming out è un processo che non si conclude mai davvero, l* intervistat* hanno avuto modo di svolgerne diversi e secondo diverse modalità.

Riprendendo la classificazione della *strategic outness* di Orne (2011), alcun* hanno preferito utilizzare la modalità diretta, quindi esordire con il proprio orientamento sessuale o identità di genere in maniera molto chiara.

"Si allora ho fatto coming out con tutta la mia cerchia di amici una sera, in cui boh avevo tipo 13 anni e ero stata molto male perché una ragazza mi aveva

paccato...avevo detto a tutti eh ragazzi guardate che sono lesbica è successo questo con questa ragazza, ma non mi caga.” (DC, O, 23, Veneto)

“Ai miei genitori gliel’ho detto alla vigilia di Natale, tu immagina noi a mezzanotte che stavamo spacchettando i regali sotto l’albero e a una certa me ne esco con “vostro figlio si sta frequentando con una persona, ma questa persona è un ragazzo, sono bisex, buonanotte”. ” (UC, B, 23, Veneto)

Altr*, hanno preferito fare riferimenti a relazioni passate o a situazioni specifiche che hanno vissuto per comunicarlo ad amici e parenti, quindi utilizzando una modalità indiretta.

“Per quanto riguarda magari i colleghi di università, magari si diceva qualcosa di non proprio appropriato e quindi dicevo “hey ma non mi piace ciò che dici perché anche io sono così...” e allora la gente ha fatto “ah okay”, oppure se si parlava gioiosamente di questa cosa ho detto “senti guarda di te mi fido abbastanza, te lo dico”. (UT, B, 20, Veneto)

“Ho solo preso queste 3 persone che sono strette e gli ho detto che in Erasmus ho baciato un ragazzo, non gli ho manco detto “io sono...”, questo ho detto e fine.” (UC, O, 23, Lazio)

Molto spesso, viene usata quella che Orne (2011) chiama “strategia delle speculazioni”, l* intervistat* sostengono che soprattutto dopo i primi annunci importanti a famiglia e amic* strett*, lasciano che l* altr* specolino e suppongano la loro identità senza specificarlo, ma si rendono apert* e disponibili al chiarimento qualora questo venga esplicitamente chiesto.

“Diciamo che del mio orientamento non parlo in maniera molto aperta, anzi tendo a tenerlo per me perché lo ritengo una parte molto intima della mia personalità per cui la racconto solo ai miei amici più stretti ed intimi...non è la prima cosa che racconto di me se devo presentarmi ecco. Ripeto, poi se me lo dovessero chiedere vabbè non avrei problemi a nascondere. Per esempio, io faccio atletica da 9 anni e i miei compagni di atletica non lo sanno, io non l’ho mai detto, magari lo hanno capito da soli, ma io non mi sono mai espresso a riguardo.” (UC, O, 21, Veneto)

“Non lo nascondo, però non ne parlo direttamente nel senso che non sono quasi mai io che inizio la conversazione. Però se qualcuno me lo chiede non lo nascondo. Non ne parlo non perché voglio nascondere o che, ma è una cosa di me che è così e

basta e non sento il bisogno di parlarne o ostentarlo o qualsiasi altra cosa.” (DC, B, 23, Veneto)

Infine, per alcuni ambienti specifici, quali il lavoro, la ricerca di case, o ambienti che possono mostrarsi come meno aperti, l* intervistat* preferiscono praticare delle occultazioni, quindi evitare completamente l’argomento in modo che questo non possa influire nei rapporti con l* altr*.

“Neanche a lavoro ne parlo perché ho paura che possano non prendermi seriamente o che pensino che io non sia in grado di raggiungere certi traguardi o che alla peggio mi licenzino” (UC, O, 23, Veneto)

È importante sottolineare come la risposta a questo quesito risulti più semplice per chi fa parte della comunità LGBTQ+ a causa del proprio orientamento sessuale, rispetto a chi ha un’identità di genere diversa da quella cisgender. Nonostante non sempre l’espressione di genere combaci con la propria identità di genere, spesso le persone transgender o non binarie non possono coprire la loro identità perché il loro aspetto fisico può far insorgere domande o reazioni da parte di terzi e quindi sono costrett* a parlarne e a fare coming out anche in situazioni dove non vorrebbero.

Una ragazza transgender alla domanda “c’è qualcuno a cui lo nascondi?” ha risposto:

“non posso nasconderlo, si vede, al massimo non l’ho detto ai miei vicini di casa che ogni tanto mi fissano e hanno visto il cambiamento senza chiedermi niente” (DT, B, 21, Veneto)

Al contrario, un ragazzo transgender in terapia ormonale che ha già avuto dei cambiamenti sostanziali nel suo aspetto fisico, sostiene che non vuole più dirlo a nessuno, perché finalmente viene visto come uomo e quindi non ha più bisogno di specificarlo.

“Non mi fido molto di persone che conosco a prima vista e in più ora avendo iniziato la transizione, c’è sempre meno necessità di dirlo, cosa che è fantastica ed è appunto dove volevo arrivare, ovvero “finalmente la gente mi vede come maschio”.” (UT, B, 20, Veneto)

3.3.2 Coming out sui social

Con la diffusione dei social network la situazione si complica. A complicare la situazione è proprio il *context collapse*, dal momento in cui è impossibile avere pieno

controllo su chi visualizza certi contenuti sui profili social. Questi ultimi potrebbero finire tra le mani di persone omo-transfobiche che hanno un'influenza all'interno della vita reale degli individui, come genitori, parenti, dator* di lavoro. L* utenti devono quindi decidere se mostrare o meno questa parte di loro.

Alla domanda “parli apertamente del tuo orientamento sessuale o della tua identità di genere sui social?” le risposte sono state molto contrastanti. Possiamo riconoscere una categoria di persone che sui social lascia che il proprio orientamento sessuale venga presupposto, senza alcun tipo di segnale esplicito e senza aver fatto un coming out in precedenza. Tra quest* individui troviamo i poli opposti della scala di accettazione, da una parte coloro che hanno maggiormente accettato la propria identità e conseguentemente non la vedono come una sfera a sé della propria personalità e non trovano motivo nel renderla esplicita. Dall'altro lato abbiamo chi ancora non si sente al sicuro nel rendere pubblica questa parte di sé, dal momento che temono le reazioni altrui.

Pertanto, coloro che appartengono alla prima categoria affermano:

“Non sono magari il ragazzo che nella sua descrizione scrive “bisex” con la bandierina, ma perché non mi piace, non perché mi vergogno di questa cosa. Anche perché ormai buona parte dei miei amici lo sanno, i miei genitori lo sanno, quindi non è una cosa che sto tenendo nascosta, semplicemente non vedo il motivo di scrivere sotto al mio nome, sono bisex.” (UC, B, 23, Veneto)

“Non ne parlo perché uhm...allora...in primis per me la mia sessualità è una cosa abbastanza normale e che io rendo al pari dell'eterosessualità, quindi per me non è importante parlarne sui social perché la vedo come una cosa tranquilla e basilare. Se qualcuno è interessato alla mia sessualità, essendo un elemento comunque della mia privacy inerente alla mia persona, semplicemente me lo chiede. Quindi preferisco questo che non spammarlo.” (DC, O, 23, Veneto)

Coloro che appartengono alla seconda categoria invece affermano:

“Non ne parlo in modo diretto, perché ho un po' paura che possa vedere la mia famiglia o i miei colleghi di lavoro. Magari ri-condivido sulle storie qualche post che supporta la comunità LGBT, ma non lo dico in modo esplicito.” (UC, O, 23, Veneto)

Tra i più insicur* troviamo anche chi utilizza escamotage offerte dalla piattaforma per suddividere le audience e avere più controllo su coloro a cui mostrano la propria identità.

“Su Instagram no, perché non sono out con diverse persone che mi seguono e quindi quando magari parlo di determinate tematiche blocco loro le storie in modo che non me le vedano e poi magari le risblocco quando passa il tempo della storia. Comunque sì su Instagram non sono out anche se magari sembra, perché ho i pronomi e condivido determinate cose però in realtà no.” (NB, O, 22, Veneto)

“Su instagram, solamente tra gli amici stretti, quindi solo le persone che lo sanno, per il resto no.” (NB, B, 23, Veneto)

“Mentre sugli amici stretti tendo anche magari un po’ a dire cose tipo “boh raga forse sono omoromantic*” oppure “okay raga da ora in poi userò i pronomi anche neutri” in maniera abbastanza tranquilla e senza problemi.” (NB, B, 20, Veneto)

“Ho bloccato qualcuno, in passato che erano degli amici di famiglia e delle persone interne al calcio, quindi persone interne alla società. E credo che tutt’ora siano bloccati perché non li ho più sbloccati per far vedere le mie storie.” (DC, B, 23, Veneto)

“Penso solo a volte a quando dovrò cercare lavoro, lì...ecco tipo mentre tipo stavo cercando una casa a Bologna mi ricordo di aver cambiato il mio nome su Facebook e ho messo il mio secondo nome, perché visto che cercavano tutte donne, con il mio aspetto potevo ingannarli, con il mio secondo nome poche persone sanno che è un nome maschile e quindi l’ho fatto più che altro per quello, anche perché di trovarmi in una casa con omofobi, transfobici ecc...non avevo proprio voglia e vabbè ho fatto questo poi...per la ricerca di lavoro adesso vediamo cosa succede” (NB, B, 25, Piemonte)

Un meccanismo interessante che è emerso dalle interviste, è quello di restringere l’audience (attraverso le funzioni della piattaforma) a persone con cui si vorrebbe fare coming out, ma si ha timore o vergogna nel farlo. Terzi vengono inseriti all’interno degli “amici stretti” o accettat* all’interno di profili privati in modo da poter mostrare loro questa nuova facciata e far sì che traggano le proprie conclusioni da sol* e agiscano di conseguenza, dandolo per scontato anche nella vita reale, senza che ci siano scambi espliciti a riguardo.

“Però gli amici più stretti sì, li uso molto...pubblico battute sulle persone non binarie e cose del genere, tipo l’altro giorno ho messo un meme sull’uso dei pronomi e cose così e lì ci sono solo le persone che sanno o che comunque vorrei sapessero e quindi cerco di portare alla conoscenza in questo modo.” (NB, O, 23, Veneto)

“Anzi a volte (il profilo privato) ...è stato utile per mostrarlo a delle persone a cui non dico che non avessi coraggio, però con cui magari non trovavo il contesto giusto per dire “guarda puoi usare anche i pronomi neutri.” (NB, B, 20, Veneto)

Tra l* intervistat*, c'è chi sente il bisogno di fare coming out sui social, in modo da arrivare a più persone possibili. Talvolta parte da una necessità personale di potersi esprimere liberamente, altre volte dal mettere a tacere speculazioni.

“L'anno scorso il giorno del pride mi sono fatta una foto e ho scritto come caption “bona e bisessuale” ahah e quindi da lì in poi è come se avessi fatto coming out, anche se in generale le persone che mi stavano attorno lo sapevano, anche i miei compagni di università ecc... però non avevo mai chiarito, non ero mai stata chiara. Quindi è avvenuto un po' recentemente su Instagram. E poi da lì me la sono vissuta molto meglio, quindi se mettevo una foto in cui mi baciavo con una delle mie ragazze, non mi facevo pare “ah forse questa non la metto, oppure questa la metto tra gli amici stretti” ormai tutto era alla luce del sole, ero molto più tranquilla” (DC, O, 22, Lombardia)

“Su Instagram probabilmente l'ho esplicitato inizialmente facendo un coming out. Ho fatto delle storie prendendo delle scene di una serie tv in cui c'era un coming out scrivendoci sopra e esplicitando il fatto che anche io in quel momento mi sentissi come la protagonista che in quel momento stava raccontando di essere innamorata di una ragazza... comunque anche prima che facessi coming out sono stata spinta a farlo su Instagram anche perché la gente parlava in ogni caso, perché sono stata sempre una ragazza molto maschile nell'abbigliamento, nello stile, in tutto e quindi, anzi ancora prima che io iniziassi a capire che mi piacevano le ragazze, la gente lo dava per scontato, quindi mi son sentita a un certo punto in dovere di farlo perché ho detto “okay se dovete parlarne, ne parlate perché io ho detto che va bene, io ho detto che è così e quindi potete parlarne” (DC, B, 23, Veneto)

Fare coming out sui social apertamente o anche solo restringendo l'audience è un chiaro esempio di come funzioni il *context collapse* (Marwick & boyd, 2011), perché azioni che avvengono interamente online hanno delle conseguenze che si riversano anche nella vita offline, facendo sentire gli individui più liberi di esprimersi davanti a determinate persone. Essi hanno modo di testare la loro identità sui social e di vedere reazioni e conseguenze, senza dover affrontare la cosa dal vivo.

La risposta più gettonata, è di coloro che lasciano intendere, come abbiamo già visto con il coming out faccia a faccia. Spesso ciò avviene attraverso quella che abbiamo chiamato *steganografia sociale*, ovvero dei simboli che si fanno capire da chi è in grado di capirli, in maniera subdola e non esplicita per chiunque (boyd and Marwick, 2011).

“Posto spesso foto con la mia ragazza che quindi esplicitano oppure re-posto spesso cose di supporto alla comunità LGBTQ+, però in altro direi che non lo esplicito. Cioè è esplicito secondo me se entri in contatto con il mio profilo Instagram, soprattutto perché sto in contatto con una ragazza e lo faccio vedere e poi per il resto a parole, non lo dico.” (DC, B, 23, Veneto)

“su instagram ho tolto i pronomi, perché mettere she/her non mi andava bene, non è realistico e non è quello giusto, però al contempo non voglio fare coming out con tutto il mondo e per questo li ho tolti e poi ho messo il mio nome con la schwa perché è sempre il discorso “chi vuole intendere intende, chi vuole capire capisce e chi non vuole capire...meglio” (NB, B, 23, Veneto)

“Cioè penso che dal mio Instagram si capisca, però non l’ho mai scritto apertamente. Non ho mai detto “oggi esco con la mia ragazza” oppure non ho mai postato la foto di un bacio.” (DC, P, 26, Veneto)

Al contrario di tutti gli esempi visti precedentemente, troviamo chi sui social condivide il proprio percorso di scoperta, accettazione e cambiamento.

“Sì, sissì e vabbè ho i pronomi ovunque, vabbè su Instagram ho proprio storie in evidenza in cui ci sono le storie dell’operazione, la top surgery, e sì storie sull’intervento. Su Twitter uguale, su Twitter parlo di più di cosa sia per me essere non binario, cosa voglia dire essere parte della comunità.” (NB, B, 25, Piemonte)

3.3.3 Il caso Twitter

Tra l* intervistat* c’è un gruppo di persone che tra i social più utilizzati ha menzionato Twitter, il quale durante le interviste si è rivelato particolarmente rilevante per la comunità LGBTQ+. Infatti, alla domanda riportata precedentemente, la risposta più gettonata è stata per l’appunto che riuscivano a parlare apertamente della propria identità di genere o sessuale principalmente su Twitter, complice del fatto che su Twitter spesso ci sia una audience diversa rispetto agli altri social. Si mantiene una sorta di anonimato e si è lontani da amic* della vita reale, partenti e datori di lavoro e si interagisce con sconosciuti.

“Intervistata: su Twitter sì ad esempio, su Instagram mica tanto...e su Facebook invece ho creato mesi fa un nuovo account, quindi più o meno stessa cosa, non lo nascondo ma non ne parlo direttamente.

Intervistatrice: E come mai su Instagram no e su Twitter si?

Intervistata: Beh perché su Instagram ho persone che mi conoscono nella vita reale, anche parenti e robe varie, persone molto del passato no? Quindi sì, mettiamola così. C'è più libertà su Twitter, anche perché mi piace di più come format, puoi parlare liberamente invece di dover postare qualcosa tipo foto.” (DT, B, 21, Veneto)

“Twitter...è il social su cui uso di più il neutro, mi sento più safe, su Instagram cerco di non usare la schwa e neanche il femminile, cerco di parlare in generale, scrivo tipo “persona”. Invece su Twitter uso la schwa perché non mi interessa più di tanto.” (NB, O, 23, Veneto)

Questo perché, come detto precedentemente, permette una sorta di anonimato che diventa confortevole e grazie al modo in cui funziona riesce a formare delle piccole sotto-comunità in cui gli individui che si seguono sono sempre gli stessi e si conoscono tra loro perché hanno una qualche caratteristica in comune.

Spesso infatti è stato nominato il “Queer Twitter” o “Gay Twitter”, come se non si parlasse del social in sé in generale, ma di un gruppo più ristretto e privato.

“...poi sai come funziona, ovvero inizi a seguire qualcuno e finisci nel circolo dove tutti si seguono a vicenda, e io all’inizio ero finito in un gruppo in cui seguivo e venivo seguito da un sacco di ragazzi trans, non so perché, però loro seguivano me e io seguivo loro, quindi i miei primi 50 follower erano tutti così, e poi da lì ho iniziato a seguire gente della comunità in generale, sono entrato ufficialmente nel “Gay Twitter” e quindi ho iniziato a usarlo per quello. Diciamo che nell’epoca in cui ho iniziato a usare Twitter ancora non ero sicuro di essere queer, è stata una scoperta recente, quindi qui Twitter è stato anche molto utile sotto quel punto di vista.” (UC, O, 23, Lazio)

Le esperienze all’interno del social da parte delle varie categorie della comunità LGBT+ sono differenti tra loro. Possiamo notare come per le persone con orientamento sessuale diverso da quello eterosessuale, abbia portato numerosi benefici alla propria accettazione. Questo è stato possibile grazie alla condivisione e il confronto con altr* utenti con lo stesso orientamento sessuale, che hanno permesso di normalizzare il proprio. Twitter in questo caso è stato un luogo accogliente che ha permesso di vivere un’esperienza positiva, in cui l* utenti si sono sentit* al sicuro.

“Ho iniziato da piccolo a usare Twitter e lì è facile incontrare tante persone gay e quindi vedendo loro parlarne apertamente, poi son riuscito anche io a farlo.” (UC, O, 23, Veneto)

“Perché io avevo scritto un tweet tipo “ho scoperto che mi piacciono anche le ragazze, non so cosa fare sono in panico, mi sembra una cosa brutta e non so come risolvere questa sensazione” ero spaventatissima e non mi sono accettata immediatamente e invece tante persone mi avevano scritto “è capitato anche a me!” “devi fare un bel respiro profondo e poi andrà tutto bene” “sei meravigliosa così” e davvero avevo ricevuto tanto amore e da lì ho iniziato ad accettarmi. Ho iniziato a raccontare sempre di più le mie avventure sull’accettazione, le avventure con altre ragazze e anche il coming out con i miei genitori.” (DC, O, 22, Lombardia)

“...Per me i social sono stati davvero molto molto importanti, sia nel normalizzare, sia adesso che l’ho normalizzato, nell’aver una piattaforma dove sono libero a essere in questo modo e in questo momento della mia vita, sento che Twitter è l’unico posto in cui sono libero di farlo ed è anche per questo che ci passo così tanto tempo.” (UC, O, 23, Lazio)

L’esperienza non è uguale per le persone transgender. Quest* raccontano di aver subito atti di transfobia, come il *misgendering*, e di non sentirsi al sicuro a esprimere totalmente la loro identità di genere per paura di essere attaccat* da persone transfobiche, le quali prontamente vengono bloccate.

“Su twitter, per l’identità di genere non proprio perché mi identifico spesso come ragazzo trans perché sono termini che mi vanno bene, però poche persone sanno che sono non binary. Spesso mi sento a disagio a dire che sono non binary perché ho paura di non essere pres* sul serio e mi è molto più facile, dato che mi avvicino molto alla mascolinità, definirmi come ragazzo trans...anche se comunque non mi interessa perché non ci sono persone che conosco, però ho paura di prendermi tipo delle shitstorm.” (NB, O, 22, Veneto)

“Allora su Twitter essenzialmente ci sono due fazioni principali: le persone queer inclusive o persone inclusive in generale e dall’altro lato le persone che hanno delle ideologie tendenzialmente, che tendono a un’ideologia esclusionaria del femminismo. Quindi le chiameremo “TERF” o “RAD” che sta per radicali che appunto tendono ad escludere dal femminismo per esempio le donne trans perché appunto ritengono che non siano donne biologiche e quindi non vadano bene. Poi, all’interno di questa ideologia ci sono anche dei comportamenti che non sono correlati all’ideologia principale, però sono abbastanza comuni all’interno del gruppo. Per esempio, per

alcuni non esistono le persone non-binary, oppure non esistono le persone transessuali, oppure non si può essere trans o non binary senza disforia e via così. Oppure anche la lingua italiana non può accettare il neutro, perché non è mai stata neutra e varie cose così” (NB, B, 20, Veneto)

“Nel 2020 parlavo molto di veganismo e quando la gente si incazzava arrivavano anche quelli che mi misgenderavano apposta, questo me lo ricordo” (NB, B, 25, Piemonte)

“Si forse (ho ricevuto) qualche attacco da parte di qualche TERF, ma mi importa poco sinceramente. Forse ho attaccato io loro e poi le ho bloccate.” (DT, B, 21, Veneto)

Questa non è però l’esperienza di tutt*, ci sono persone transgender che affermano che Twitter è stato fondamentale per la loro scoperta e accettazione, come abbiamo precedente visto. Di conseguenza, possiamo affermare, citando un intervistat* che “Twitter è un luogo sicuro finché la parte sbagliata non ti trova”. Dal momento in cui si sta nella propria “bolla” e ci si circonda di persone che hanno la stessa opinione, può essere uno spazio sicuro in cui esprimere liberamente il proprio essere, ma nel momento in cui i tweet si diffondono e raggiungono altre bolle o cerchie di persone che tendenzialmente attuano comportamenti trans-esclusionari, questo può diventare un rischio. Questo fenomeno è in realtà tipico dei social e viene chiamato *cyberbalcanizzazione*, in cui gli individui selezionano accuratamente utenti con le stesse opinioni e interessi, mettendosi al riparo da eventuali obiezioni. (Stella et al, 2018)

3.4 I social sono un posto sicuro per la comunità LGBT+?

In seguito a questa riflessione, è stato chiesto al* intervistat* se ritengono i social un luogo sicuro per la comunità LGBT+. Le risposte iniziali sono state contrastanti, c’è chi ha esclamato “sì!” molto felicemente e chi ha esordito con “No” molto secchi. Successivamente a una serie di ragionamenti, entrambe le parti hanno confluìto nell’idea che dipende dall’utilizzo che ne viene fatto e che bisogna essere consapevoli di cosa si mette in rete e di chi legge. I social possono essere un luogo sicuro per la comunità LGBT+, ma è necessario attuare dei procedimenti per proteggere sé stessi e allontanarsi dai potenziali pericoli.

“Penso di sì, dipende un po’ cosa s’intende per sicurezza. Diciamo che principalmente la cosa non sicura che potrebbe avere il mio profilo 1. Qualche persona della vita vera lo scopra e mi faccia outing, che sarebbe un po’ brutto e spero non avvenga e poi ogni

tanto quando postavo delle foto succedeva che retwittassero certi profili che non volevo che retwittassero.

Intervistatrice: Tipo?

Intervistato: Tipo quei profili in cui ci sono tutti peni giganti e poi c'è la tua faccia, e dici perché hai retwittato la mia faccia qua? Ahah, però effettivamente non lo considererei troppo come una cosa non sicura" (UC, O, 23, Lazio)

"Beh...dipende, diciamo che secondo me devi renderlo tu il tuo luogo sicuro. Devi costruirti la tua cerchia, la tua "bolla protetta" diciamo in cui puoi essere te stesso, che per me è twitter oppure gli amici stretti come mi dicevi tu. Anche su twitter puoi mettere il profilo privato per esempio, così solo chi accetti può vedere quello che scrivi. Poi sicuramente ti arriva il troll che ti dice frocio di merda anche su twitter eh, però vabbè devi essere pronto a tutto e riuscire a fregartene." (UC, O, 23, Veneto)

"Sì e no, si soprattutto alcuni social, per esempio facebook non lo considero particolarmente sicuro per il tipo di persona media che c'è, quindi boomer e quindi sono persone che volenti o dolenti hanno una mentalità diversa e quindi è ancora più difficile per loro avere una mentalità un po' più aperta ecc...gli altri social purtroppo è un po' come chiedere se il pride è un posto sicuro per la comunità LGBT...sì certo perché sei in una situazione in cui ci sono tante persone che ti possono sostenere, proteggere ecc...ma il rischio che ci sia la persona omofoba che passa e che ti picchia c'è lo stesso capito, quindi io credo che i social siano un po' la stessa cosa, quindi credo che comunque si possano creare tante situazioni in cui le persone si creano un safe space attorno e ti aiutano se c'è un commento di odio, magari reagiscono, se la prendono con la persona che ti ha fatto il commento, però non sono un safe space dal punto di vista idilliaco in cui le persone stronze e omofobe e transfobiche non ci sono" (NB, B, 23, Veneto)

"Dipende, in generale sui social dipende da come si utilizzano. Non sempre è sicuro, come ho detto prima ad esempio la mia esperienza di Twitter è stata abbastanza tranquilla, nel senso ero una persona che si metteva lì a discutere con queste persone, però secondo me potrebbe molto molto ledere all'identità, soprattutto all'identità di genere perché mentre l'orientamento sessuale può essere meno un taboo. Certo si lo è però un po' meno rispetto all'identità di genere. Da un lato si è utile perché reperisci informazioni che sono importanti, dall'altro possono seriamente mettere in "self-doubt" le persone, come se non fossero valide. È una cosa che mi è successa, è un'arma a doppio taglio. Bisogna essere sicuri di ciò che si fa e essere in grado di capire che se una certa discussione ti lede magari silenziare il thread o uscire dall'app. È l'unica cosa che si può fare" (NB, B, 20, Veneto)

3.5 L'importanza di conoscere altr* membr* della comunità LGBT+

Un ruolo molto importante che svolgono i social per la comunità LGBT+ è quello di unire le persone della comunità e permettere loro di conoscersi e incontrarsi. Incontrare altr* membr* della comunità è stato rilevante per tutti l* intervistat* fondamentale nel loro percorso, grazie a questo hanno avuto modo di confrontarsi e aprirsi con qualcuno che potesse capirli. Alcune di queste conoscenze sono nate online, fino a diventare forti amicizie o addirittura relazioni amorose. Con questa ultima parte dell'intervista ho, quindi, indagato come l* intervistat* interagiscono sui social, se questi hanno permesso di conoscere persone utili al loro percorso e quali sono le differenze con il conoscere persone LGBT+ nella vita offline.

Sui vari social elencati a inizio capitolo, l* intervistat* hanno avuto modo di conoscere altre persone LGBT+, in primis in amicizia.

“Quindi, a me bastavano loro però poi arrivata in università ho sentito il peso di non avere amicizie queer. Avevo solo la mia amica che è anche la mia vicina di casa, ma siamo sempre state solo io e lei, quindi anche andare agli eventi...solo in due, non riuscivamo veramente a creare un gruppo, che era quello che volevamo. Poi da quest'anno ho unito un po' tutte le mie amicizie queer e quindi adesso abbiamo davvero creato un bel gruppo queer e siamo tutte felici di esserci incontrate e di aver creato questo gruppo molto bello...tipo la metà delle persone le ho conosciute online, l'altra metà in università.” (DC, O, 22, Lombardia)

“Sì, nel senso che mi è capitato di avere persone non eterosessuali che iniziassero a seguirmi e che magari mi scrivessero poi in privato e con la scusa di chiedermi ricette o cose del genere allora lì si iniziava a parlare, poi si usciva e si faceva amicizia, o magari sorgeva qualcosa di più. Però ho sempre avuto esperienze positive con persone della comunità lgbt che mi contattavano insomma.” (DC, O, 23, Veneto)

Intervistata: Due delle mie amiche più strette le ho conosciute sui social e siamo migliori amiche da tipo 7 anni

Intervistatrice: Nello specifico dove vi siete conosciute?

Intervistata: Una su Ask e l'altra su Twitter

Intervistatrice: E sono state importanti per il tuo percorso di accettazione?

Intervistata: Sì, una è stata la prima persona con cui ho fatto coming out e l'ho conosciuta su Ask e dopo che io le ho detto “guarda sono bisessuale”, pure lei ha

iniziato ad aprirsi a riguardo e dopo qualche settimana pure lei ha fatto coming out.”

(DC, B, 21, Piemonte)

“Sempre Instagram, semplicemente a una certa mi sono messo a scrivergli tipo “hey disegni proprio bene” e poi anche una persona dall’Inghilterra. Sono cose che sono venute fuori dopo e abbiamo fatto una piccola alleanza, ci facciamo sostegno a vicenda, ricerchiamo le cose nei paesi altrui ecc...” (UT, B, 20, Veneto)

Un meccanismo simile a quello che abbiamo visto precedentemente sul “Gay Twitter” accade anche su Instagram, questo consiste nel cercare altr* utenti queer da seguire in base alle persone che questi seguono, finendo per creare un’ampia cerchia di persone in cui tutt* si conoscono tra di loro. Ad esempio, se si incombe nel profilo di un ragazzo e si hanno diversi seguaci in comune che si sa essere parte della comunità, allora si darà per scontato che anche questo ragazzo lo sia, fino a formare una vera e propria rete.

“Mi è capitato dopo il primo ragazzo di cui ti raccontavo prima, di iniziare a seguire anche altri ragazzi, man mano negli anni si è un po’ accumulata la cosa e adesso dato che seguo abbastanza persone, mi capita per esempio di trovare profili consigliati in cui vedo tra gli amici in comune solo amici appartenenti alla comunità LGBT e se sono più di 3 o 4, sicuramente anche quella persona è queer. Infatti, poi con le persone con cui mi sono scritto non c’è stato bisogno di fare coming out perché tra le righe si sapeva già, quindi si è creata una sorta di comunità in cui tu vai a capire l’orientamento di quella persona dagli amici in comune, anche se magari questa persona non posta niente per farlo capire. Alla fine non si seguono mai persone a caso, vai sempre a partire dagli amici in comune, poi vedi che magari alcune persone lo dicono in maniera diretta, altri meno, incroci un po’ i dati e capisci un po’ l’orientamento, di sicuro non sono etero.” (UC, O, 21, Veneto)

“c’è la solita cosa che se sei parte della comunità LGBT+ sei seguito da un sacco di altri membri della comunità LGBT+, quindi se tipo qualcuno apre il mio profilo e vede che son seguito da altre 60 persone queer credo che quello sarebbe un grandissimo give-away” (UC, B, 21, Liguria)

Oltre a fare amicizia e creare una community e dei punti di riferimento con cui confrontarsi, i social sono risultati utili anche per scopi di dating tra persone LGBT+. Il social più menzionato è stato Twitter, però qualcuno utilizza con questo fine anche Instagram. Il fattore che fa apprezzare il dating sui social è la possibilità di sapere o

scoprire l'orientamento sessuale di una persona ancor prima di interagirci e quindi di sapere in precedenza se ci si può avvicinare o meno.

“Allora la maggior parte delle mie ragazze le ho conosciute su Twitter, perché secondo me è il modo più bello e più romantico...oddio forse romantico no perché ci sono cose molto più romantiche, però siccome non abbiamo la possibilità di non so, incontrarci in una libreria e innamorarci perdutamente perché non so se tu sei etero o bisessuale, quindi non so se posso provarci e avere questo incontro super romantico. Su Twitter, puoi conoscere la persona attraverso i suoi Tweet e prenderti una cotta per questa persona e vederla da fuori e poi sai il suo orientamento ecc...e quindi puoi provarci.” (DC, O, 22, Lombardia)

“Twitter mi ha aiutato molto, ho anche conosciuto mio moroso su Twitter, quindi c'è proprio una comunità lì.” (UC, O, 23, Veneto)

“Sì allora il mio attuale ragazz* è anche l*i non binary e ci siamo letteralmente conosciut* su Twitter, in quarantena e da lì siamo diventat* amic* per tantissimo tempo e poi tipo dopo 5 mesi ci siamo incontrat* e ci siamo mess* insieme, c'è tutta una storia dietro bella.” (NB, B, 18, Friuli Venezia Giulia)

“A me tutto è iniziato quando ho iniziato a postare mie foto e da lì ho capito che effettivamente Twitter veniva usato anche come sito di incontri, perché magari postavo una mia foto e la gente mi commenta “ommioddio sei così carino” ecc... e poi ti magari ti mandava una foto lui, altri volevano andare direttamente al sexting e quello mi metteva un po' a disagio, ma con altri invece era più sottile e quindi ci stava e flirtava un po'.” (UC, O, 23, Lazio)

In generale, l* intervistat* hanno fatto fatica a trovare persone LGBT+ nella vita quotidiana e quindi ritengono che sia più semplice conoscerle online. Talvolta, preferirebbero conoscere persone dal vivo, ma la cosa risulta difficile per le circostanze della vita quotidiana. Non sono state rilevate particolari differenze tra un luogo di residenza e l'altro, ma si è ripresentata frequentemente la dinamica tra il paesino e la città grande. Chi ha avuto modo di vivere in città, è riuscito a conoscere persone della comunità LGBT+ molto più facilmente rispetto a chi vive in periferia. Quest* ultim* infatti, vedono i social come sorgente fondamentale per congiungersi con la propria comunità.

“Sì, ed è molto bello perché poi ci siamo incontrati anche dal vivo e siamo diventati amici dal vivo. Perché comunque abitando in provincia di Treviso non è come a

Milano che esci ed è un attimo trovare qualcuno di gay, quindi Twitter mi ha aiutato molto” (UC, O, 23, Veneto)

“Beh ci sono alcune persone che non ho ancora visto, ci sono alcune persone con cui ho parlato di più, persone a cui ho parlato di meno, però effettivamente mi hanno aiutato* un po’ di più a inserirmi nella comunità LGBT+ perché avendo fatto coming out durante il cazzo di covid, io non conoscevo nessuno, come quando mi dicono “zi vivi da 5 anni a padova e non sei mai stat* all’anima?” io prima del covid credevo di essere etero, ma molto convint*. E due, poi con il covid dove dovevo andare, quindi i social mi hanno aiutato molto, mi ha un po’ aiutato ad uscire dalla comunità etero ahahah, effettivamente mi hanno permesso di uscire di più da quello schema “normale”, quindi una boccata d’aria fresca, persone diverse, con esperienze diverse, quindi si sicuramente.” (NB, B, 23, Veneto)

“Allora io sono uno a cui piacerebbe di più conoscere le persone dal vivo, perché preferisco l’approccio dal vivo, iniziare un’amicizia e poi scoprire quel qualcosa in più, però nella vita reale oggettivamente, forse per noi ragazzi è ancora più difficile perché è più difficile anche l’accettazione. Per le ragazze forse, è brutto da dire, però forse è un po’ più semplice anche accettarsi e poi conoscere altre persone. Invece per noi ragazzi, senza questo strumento social che permette di avere questa rete che ti fa dire “è gay/non è gay” allora non me la sentirei di buttarmi con qualcuno, quindi sicuramente è più facile nei social, purtroppo. Magari nel futuro cambierà, non ci sarà più bisogno di aver paura di dichiararsi con qualcuno.” (UC, O, 21, Veneto)

“Dipende da dove vivi, perché se vivi in un paesino piccolo i social diventano abbastanza importanti per conoscere persona LGBT. Però adesso anche nelle scuole, cioè mi viene in mente che io andavo in una scuola abbastanza piccola e di persone queer ce ne erano veramente poche e se ce ne erano, erano abbastanza “sotto-copertura”, quindi dipende dal tempo. Per la mia esperienza ti dico è più facile online, ma ora come ora secondo me potrebbe essere più semplice e più comune magari nella tua stessa scuola.” (NB, B, 20, Veneto)

Conclusione

Prima di trarre delle conclusioni, è importante sottolineare come queste non possano definirsi universali per le esperienze di ogni singolo individuo LGBTQ+, la particolare storia di ognuno influisce sulla scoperta, accettazione e rappresentazione del proprio orientamento sessuale, talvolta distaccandosi da fattori quali l'età, il genere e la provenienza. Inoltre, durante il campionamento, si è cercato di contattare persone con orientamenti sessuali e identità di genere per avere un'ampia rappresentazione, tuttavia in una ricerca con solo 18 intervistati risulta complicato riprodurre a pieno l'immagine della comunità LGBTQ+.

Innanzitutto, i social che sono stati principalmente oggetto di analisi sono stati Instagram e Twitter, in linea con ciò che è stato comunicato da* intervistat*.

Per quanto riguarda la **scoperta**, gran parte de* intervistat* sottolinea che i social non sono stati rilevanti, in quanto sono approdat* su di essi quando avevano già esperito nella vita quotidiana il loro orientamento o identità di genere. L'unica differenza è stata rilevata nel gruppo delle persone non binary, l* quali affermano di aver imparato cosa significhi essere persone non binarie proprio sui social e essersi successivamente riconosciut* nella definizione.

Per quanto riguarda l'**accettazione**, i social hanno invece svolto un ruolo cardine all'interno delle vite de* intervistat*, dal momento che hanno avuto modo di confrontarsi con altre persone che hanno vissuto le stesse esperienze e hanno avuto accesso a informazioni divulgate attraverso pagine e gruppi nelle quali si sono potut* riconoscere.

Per quanto riguarda l'**esternazione** e l'auto-rappresentazione, come sottolineato nel capitolo di analisi, il concetto di *imagined audience* rimane fondamentale per comprendere le dinamiche di utilizzo dei social da parte della comunità LGBTQ+, l* quali sono consapevoli di chi guarda i loro contenuti ed è per questo che talvolta segmentano le loro audience. Per capire questo meccanismo è utile pensare alla teoria drammaturgica di Goffman, per cui esiste ribalta e retroscena. Per l* intervistat* la ribalta si costituisce di profili pubblici composti da contenuti che non andrebbero in nessun caso a ledere la propria facciata. Il retroscena invece possiamo intenderlo come tutte quelle strategie utilizzate da* intervistat* come: bloccare, farsi secondi profili, utilizzare gli "amici stretti" o utilizzare Twitter come "diario segreto". La mia tesi di conseguenza conferma la teoria della strategic outness di Orne, ovvero il modo in cui le persone gestiscono il

proprio orientamento sessuale o identità di genere essendo un po' allo scoperto e un po' sotto copertura. Queste strategie vengono utilizzate per evitare in primis il *context collapse*, l* intervistat* dichiarano infatti che attuano la divisione delle audience attraverso diversi affordance per evitare di essere scoperti da parenti, datori di lavoro, conoscenti di cui non si fidano. Sostanzialmente, questo lato di loro deve rimanere online e non sfociare anche in altri ambiti della vita reale.

Viene confermata la esistente differenza tra i vari social, l* intervistat* che utilizzano Twitter hanno infatti comunicato di utilizzarlo per la maggior parte per esprimere liberamente la propria identità di genere o orientamento sessuale, cosa che negli altri social non sempre accade.

Nonostante il campione sia stato suddiviso per fasce d'età, 18-22 e 23-26, non sono state notate particolari differenze in merito alla domanda di ricerca, semplicemente coloro che appartengono alla fascia d'età più alta hanno avuto modo di sperimentare con social che sono esistiti in precedenza.

Nemmeno la differenziazione per luogo di provenienza ha portato a grandi differenze nelle risposte ottenute, la situazione si può ritenere analoga in tutta Italia, con il distinguo che nei grandi centri abitati è più semplice incontrare membri LGBTQ+ e di conseguenza l'uso dei social network con questo scopo risulta effimero.

Una distinzione che ha portato rilevanti differenze tra una categoria e l'altra è stata invece quella per orientamento sessuale e identità di genere. Gli individui omosessuali, bisessuali, pansessuali ecc..., raccontano un'esperienza positiva all'interno dei social, dal momento che hanno trovato supporto e aiuto negli altri utenti. Le persone transgender, soprattutto non binary, devono invece spesso affrontare *shitstorm* da parte di coloro che non comprendono la loro identità di genere, che spesso sfocia nel cyberbullismo e può essere dannoso per la salute mentale di quest* individui.

Proprio per questo motivo, durante la ricerca ho cercato di individuare se i social fossero un luogo sicuro per la comunità LGBTQ+ o meno. Dalle interviste non è uscita una risposta univoca, ma dopo svariate riflessioni, sono arrivata alla conclusione che i social possono funzionare come luogo sicuro se si procede con un attento utilizzo delle affordance fornite dai social network e dalla ben calibrata audience immaginata, evitando il contatto coloro che possano recare danni, i cosiddetti *haters*.

Risulta innegabile come i social network siano un punto d'incontro e confronto per persone appartenenti alla comunità, tutt* l* intervistat* hanno conosciuto qualcuno su un social, alcun* sono rimast* conoscent*, altr* amic* e tra alcun* si è addirittura sviluppata una relazione amorosa.

In generale, possiamo assumere, che i social hanno svolto un ruolo utile nel percorso di tutt* l* intervistat*, anche se in misure diverse. Per alcun* sono stati l'illuminazione che li ha portat* a comprendersi, altr* hanno conosciuto persone speciali ed altri ancora hanno semplicemente imparato a conoscere le varie sfaccettature del resto della comunità.

Bibliografia

- Alexander, Rosh, *LGBT Identity and Online New Media*, (2010), Routledge
- Bernardi, *Percorsi di ricerca sociale*, (2005), Carocci editore
- boyd, Marwick, *I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience*, (2010), New Media & Society
- boyd, Marwick, *Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media*, (2014), New Media & Society
- Cardano, *La ricerca qualitativa*, (2011), Il Mulino
- Cass, *Homosexual identity formation: A theoretical model*, (1979), Journal of Homosexuality
- Craig, McInroy, *You Can Form a Part of Yourself Online: The Influence of New Media on Identity Development and Coming Out for LGBTQ Youth*, (2014), Routledge
- De Ridder, Van Bael, *The discursive construction of gay teenagers in times of mediatization: youth's reflections on intimate storytelling, queer shame and realness in popular social media places*, (2015), Routledge
- De Vito, Walker, Birnholtz, *"Too Gay for Facebook": Presenting LGBTQ+ Identity Throughout the Personal Social Media Ecosystem*, (2018), Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction
- Duguay, *"He has a way gayer Facebook than I do"*, (2016) New Media & Society
- Krijnen, Van Bauwel, *Gender and Media*, (2015), Routledge
- Litt, Hagittai, *The Imagined Audience on Social Network Sites*, (2016), New Media & Society
- Lucero, *Safe spaces in online places: social media and LGBTQ youth*, (2017), Routledge
- Orne, *'You will always have to "out" yourself': Reconsidering coming out through strategic outness*, (2011), Sexualities
- Santambrogio, *Introduzione alla sociologia*, (2008), Editori Laterza
- Shaw, Sender, *Queer technologies: affordances, affect, ambivalence*, (2016), Routledge
- Stella, Riva, Scarcelli, Drusian, *Sociologia dei new media*, (2014), Utet Università

Sitografia

We are social report 2022: <https://wearesocial.com/it/blog/2022/02/digital-2022-i-dati-italiani/>