



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA
APPLICATA

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE

PLAYLOVER ACADEMY E L'OGGETTIVAZIONE FEMMINILE

Relatore: Prof. Cosimo Marco Scarcelli

Laureando: Alessia Lazzarin

Matricola n. 1227336

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

INDICE

INTRODUZIONE	3
1. METODOLOGIA DI RICERCA	5
1.1 SCELTA DELLA PIATTAFORMA	5
1.2 PROFILO PLAYLOVER	6
1.3 METODOLOGIA DELLA RACCOLTA DATI.....	7
1.4 ARGOMENTI DI DISCUSSIONE	8
2. APPROFODIMENTI TEORICI	11
2.1 PICK UP ARTIST	11
2.1.1 Comunità online	13
2.1.2 Da Casanova a PlayLover	14
2.2 OGGETTIVAZIONE FEMMINILE	15
2.2.1 Dominanza maschile	17
2.2.2 Rapporti occasionali come espressione di mascolinità	18
2.3 SEDUZIONE	19
2.3.1 Oggettivazione e Pick Up Artist	20
2.3.2 Scala di gradazione	21
3. ANALISI DI RICERCA	25
3.1 TIPOLOGIE DI VIDEO	25
3.1.1 Topics	28
3.1.2 Dati quantitativi	29
3.2 STEVE E CRISTIAN.....	30
3.3 OGGETTIVAZIONE NEI VIDEO.....	31
3.3.1 Interviste ad una donna.....	32
3.3.2 Video consiglio.....	36
3.3.3 Q&a e chiacchierata con un trainer	39
CONCLUSIONI	43
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI.....	45

INTRODUZIONE

Attraverso questa introduzione cercherò di delineare quello che sarà il tema principale della mia domanda di ricerca, ovvero l'oggettivazione femminile all'interno del mondo Pick Up Artist. In particolare, l'attenzione sarà focalizzata su uno dei principali esponenti del settore in Italia: PlayLover Academy.

L'obiettivo di questa accademia viene raggiunto attraverso diverse tipologie di corsi a pagamento, le cui informazioni possono essere reperite nella pagina web ad essa dedicata, ma non solo. I vari contenuti e materiali vengono, inoltre, condivisi attraverso diverse piattaforme social, come Instagram, Facebook e YouTube. È proprio in quest'ultima che l'accademia decide di presentarsi per la prima volta all'interno del mondo dei social, circa 6 anni fa. I protagonisti, ossia i trainer che si occupano di gestire e diffondere queste nozioni sono due ragazzi di poco più di trent'anni: Cristian e Steve. Sono loro, infatti, i volti dell'accademia e che quindi è possibile riscontrare nei vari video pubblicati nei social. Ciò che viene offerto non sono semplici consigli su come conquistare una donna, bensì offrono veri e propri percorsi di miglioramento personale, permettendo a giovani uomini di migliorare non solo in ambito relazionale, ma anche in campo lavorativo e in particolare la sicurezza in sé stessi. Nonostante i presupposti di questi corsi e contenuti appaiono di buon auspicio, ciò che in realtà non dicono è che gli insegnamenti vertono sul come manipolare le donne, affinché gli uomini possano imparare a reagire e affrontare al meglio ogni situazione, in particolare nel caso in cui essa dovesse sfuggire al loro controllo.

La ricerca, dunque, si concentra sul dimostrare come i contenuti offerti da tale accademia contribuiscano alla diffusione di un'idea fuorviata del ruolo femminile, promuovendo l'oggettivazione della donna intesa come forma di deumanizzazione, che riduce la persona ad un oggetto da sfruttare e manipolare, non considerata altro che un obiettivo da raggiungere e un oggetto di desiderio. I contenuti offerti dai due creatori contribuiscono, inoltre, alla diffusione di una visione retrograda e stereotipata della donna, assieme ad una definizione ben definita dei ruoli di entrambi i sessi. Quanto detto verrà dimostrato attraverso l'analisi dei video pubblicati dall'accademia nel corso di un mese all'interno della piattaforma social di Instagram.

Esclusa questa breve introduzione, i capitoli principali di questa tesi saranno tre: quello metodologico, attraverso cui in poche pagine verrà delineata la metodologia utilizzata ai fini della ricerca dei materiali. Il secondo capitolo, invece, verrà dedicato ad una prospettiva teorica, affinché alcuni temi possano essere chiariti e definiti nello specifico secondo lo stato dell'arte attuale del tema da me preso in considerazione. Sono stati riportati solo alcuni degli autori che hanno dedicato la loro ricerca ad un tema simile, permettendo di dare così una prospettiva più ampia ai termini e all'argomento che verrà affrontato in questa ricerca. Il terzo capitolo riguarderà l'analisi dei dati raccolti, accompagnata da esempi particolari allo scopo di avvalorare la tesi secondo la quale l'accademia di PlayLover Academy trasmette contenuti di dubbio valore e fortemente oggettivanti per la donna, oltre che a contribuire alla diffusione dell'immagine sbagliata e screditante dei ruoli di uomo e donna all'interno di un contesto relazionale e non solo.

1. METODOLOGIA DI RICERCA

Nel seguente capitolo verrà delineata la metodologia utilizzata per la raccolta dei dati che verranno poi sottoposti ad analisi. PlayLover Academy si definisce l'accademia leader nel settore della seduzione in Italia, il cui obiettivo è quello di insegnare agli uomini i giusti metodi e le giuste strategie su come conquistare la ragazza dei propri sogni o qualunque altra ragazza. Nata nel 2016 grazie all'iniziativa di due giovani ragazzi, Cristian e Steve, vanta di molti seguaci in diversi social, sono molte infatti le piattaforme sulla quale è possibile imbattersi nella loro pagina. Le varie nozioni e insegnamenti vengono dispensate attraverso delle vere e proprie lezioni a pagamento, sia in presenza che online; è possibile, infatti, trovare i loro consigli sotto forma di video e post in diverse piattaforme social.

Il primo social sulla quale è stata presentata l'accademia è YouTube, per poi raggiungere subito dopo altri canali. Uno di questi è Instagram ed è proprio qui che si è concentrata la ricerca, in particolare sui video e sui reel da loro pubblicati nel corso di un intero mese dell'anno 2022.

1.1 Scelta della piattaforma

La piattaforma social sulla quale è stata concentrata la ricerca è Instagram. Nata nel 2010, e acquistata successivamente da Facebook, è ad oggi una delle applicazioni social maggiormente utilizzate dalla fascia d'età dai 18 ai 35 anni. Sono stati molti i cambiamenti che questa piattaforma ha attraversato; resa disponibile all'inizio con solo la possibilità di pubblicare foto è ad oggi, nel 2022, ciò che si potrebbe definire uno dei social più completi del momento. Una piattaforma che si è adattata velocemente alle richieste del mercato, assimilando le ultime novità, dalle "stories", prima totale esclusiva di SnapChat, ai Reel, conosciuti principalmente attraverso la piattaforma di TikTok. Nonostante siano diversi i social sulla quale è possibile riscontrare una pagina dedicata a PlayLover Academy, i vari contenuti e argomenti vengono spesso ripetuti in tutte le piattaforme. È stato scelto questo canale di comunicazione, in quanto permetteva una ottimizzazione dei tempi di analisi; i video, infatti, hanno una durata massima inferiore

rispetto ad altre piattaforme come YouTube. Permette, inoltre, di avere diverse tipologie di contenuti, come Reel e post, dalla quale è appunto partita la ricerca.

1.2 Profilo PlayLover

Il profilo Instagram di PlayLover Academy presenta, un numero piuttosto elevato di follower, circa 27 mila, ed altrettanto di post, circa 6000 in continuo aumento. L'immagine profilo riprende il nome dell'accademia accompagnata dalla piccola sagoma di 3 persone: un uomo in giacca e cravatta, con ai propri fianchi due donne con i tacchi alti. Nella descrizione del profilo possiamo trovare delle brevi informazioni riguardanti la loro attività, tra cui il nome (PlayLover Academy), ciò che si presume aiutino a fare ("Miglioramento Sentimentale e Sociale") attraverso corsi dal vivo, a distanza e in chat, il numero verde, la specificazione del fatto che il loro è un lavoro a scopo di lucro ("Lavoriamo solo a pagamento in tutta Italia") e infine un link ("Da Baby PlayLover a PlayLover Junior) in cui è possibile trovare tutti i prezzi in riferimento alle varie lezioni o pacchetti di lezioni, compresi di specificazione delle caratteristiche dei vari insegnamenti.

Al di sotto di ciò, possiamo trovare i contenuti in evidenza, ossia delle vecchie Instagram stories che sono state salvate dagli editor affinché rimangano permanentemente sulla pagina profilo, in evidenza appunto. Sono 13 in totale, ognuna delle quali comprende altrettante immagini e video riguardanti diversi temi: dai prezzi dei corsi, ai feedback degli studenti, ai consigli in chat etc. Un contenuto in particolare mostra come i ragazzi siano riusciti a sbarcare persino in tv, trasmettendo una pubblicità nei canali principali Mediaset in cui pubblicizzano i loro corsi e il loro primo libro.

Come tutte le pagine Instagram, anche la suddetta è suddivisa in tre sezioni. La prima, a partire da sinistra, mostra la griglia dei vari contenuti pubblicati dalla pagina, tra cui foto e video. La sezione centrale, invece, riunisce i Reel, ossia dei video di durata media dai 15 ai 90 sec; questa particolare sezione è stata aggiunta ad Instagram solo nel 2020, ma PlayLover Academy ha cominciato fin da subito ad utilizzarla a suo favore, pubblicando diversi tipi di contenuti, spesso riprendendo argomenti della prima sezione. La terza ed ultima sezione, invece, riguarda i post (foto o video) in cui la pagina di PlayLover è stata taggata, in tal caso i contenuti sono molto pochi.

Le sezioni sulla quale è stata posta attenzione sono le prime due, ossia la griglia dei vari post e i reel. Tra questi solo i video sono stati presi in considerazione; i post contenenti le foto riguardavano per lo più informazioni relative ai corsi offerti dai ragazzi ed è perciò stato deciso di tralasciarli in quanto in minoranza e carenti di contenuti rilevanti ai fini della ricerca. Nello specifico, la raccolta dei dati concerne i video pubblicati dal 1° maggio 2022 al 31 maggio dello stesso anno. Il totale dei post pubblicati in questo arco di tempo ammonta a 5351; i follower, invece, registrati fino alla stessa data risultano essere 26,7 mila. La frequenza di pubblicazione è molto alta, vengono all'incirca pubblicati 5 video al giorno, compreso il reel, ognuno per ogni diversa tipologia di contenuto.

1.3 Metodologia della raccolta dati

Affinché l'analisi risultasse maggiormente scorrevole, le informazioni dei vari contenuti sono state scaricate e riunite in un unico file Excel. Da qui è stato, dunque, più semplice reperire informazioni come il link del video, data di pubblicazione, il numero di like, di commenti, visualizzazioni e descrizione. Queste informazioni sono state poi riunite in un ulteriore file Excel, comprendente di altri dati, tra cui un breve riassunto dell'argomento dei video, il format, il topic e la descrizione visuale dei ragazzi inquadrati. I video in questione presentano formati diversi, in particolare quelli della prima sezione.

I suddetti sono stati suddivisi in 3 tipologie:

Video consiglio

Sono brevi video (4 o 5) consequenziali riuniti in un unico post, vengono infatti definiti post a scorrimento. L'argomento del video viene sempre presentato solo da uno dei due creator, Steve o Cristian, il quale guarda dritto verso la telecamera, come a voler enfatizzare che ciò che viene detto è rivolto a tutti i ragazzi al di là dello schermo. A fare da sfondo al creator è sempre un contesto domestico, anche se variabile.

Q&a

In questo caso si tratta di un format differente. Pubblicato come un singolo video, viene impostato sotto forma di intervista della durata variabile di 3 o 4 minuti. Ad essere intervistati sono i trainer stessi, sempre singolarmente, da un altro ragazzo. Le interviste

hanno l'obiettivo di rispondere alle domande che gli studenti o i follower pongono attraverso i social ai trainer dell'accademia. Sono molti gli argomenti affrontati, ma è sempre una la domanda che viene posta nel corso del video. Le interviste vengono sempre svolte in una stanza nella quale i due ragazzi sono seduti su due poltrone poste diagonalmente alla telecamera su sfondo neutro.

Intervista ad una donna

A differenza del q&a, in questo caso l'intervista viene condotta da uno dei due trainer nei confronti di una ragazza. Il post comprende un video singolo di una durata variabile dai 4 agli 8 minuti. In ogni intervista viene affrontato uno specifico tema, riguardo al quale la ragazza è invitata ad esprimere la propria opinione. Entrambi si trovano seduti su degli sgabelli posti uno di fianco all'altro, diagonalmente alla telecamera. Anche in questo caso l'intervista viene condotta in una stanza con parete neutra.

Chiacchierata con un trainer

Consiste in una videochiamata tra un creator e un suo collega trainer, la cui registrazione viene successivamente pubblicata nella pagina social. I video variano di durata, dai 4 ai 9 minuti circa. Anche in questo caso viene presentato uno specifico argomento sulla quale il trainer dovrà esporre la propria tesi.

Reel

A differenza degli altri post, i reel sono contenuti video in modalità ritratto che occupano la sezione di mezzo di una pagina o profilo Instagram. I reel in questione riprendono alcune delle modalità prima elencate; è infatti possibile trovare tutte le varie tipologie fuorché le chiacchierate con i trainer. Molto spesso, inoltre, vengono ripresi gli stessi argomenti che è possibile trovare nella sezione principale dei post.

1.4 Argomenti di discussione

Oltre alle informazioni già precedentemente elencate, si è cercato di creare delle categorie allo scopo di semplificare la moltitudine di argomenti affrontati. Sono due le macrocategorie riscontrate, ognuna delle quali presenta le proprie sottocategorie:

- Lifestyle, la quale comprende: filosofia PlayLover, rapporti di coppia e chat.
- Dating, che comprende: dating in chat, ciò che piace alle donne, cose da non fare, donne da evitare, fasi della conoscenza, metodi di approccio e come migliorare a letto.

Le suddette categorie e argomenti verranno meglio affrontate e approfondite nei capitoli successivi.

2. APPROFODIMENTI TEORICI

Saranno diversi gli argomenti che verranno affrontati nel seguente capitolo: si partirà cercando di dare una definizione del concetto di Pick Up Artist, analizzato dal punto di vista di alcuni autori. Successivamente l'attenzione verrà focalizzata sul tema dell'oggettivazione femminile, partendo da una concezione generale del tema fino ad arrivare a introdurre il concetto all'interno del contesto degli artisti del rimorchio.

L'oggettivazione della donna è un tema implicitamente ricorrente negli insegnamenti distribuiti da Cristian e Steve, i due ragazzi fondatori di quella che oggi conosciamo essere una delle accademie di seduzione più conosciute in Italia, ossia PlayLover Academy. Nonostante siano piuttosto chiare le intenzioni dei due trainer, ciò di cui non sembrano rendersi conto è proprio del messaggio fallocentrico e sessista che trasmettono attraverso i loro contenuti. A partire da un'immagine della donna del tutto fuorviante rispetto alla realtà, fino ad arrivare ad una completa oggettivazione del loro corpo, inteso come forma di deumanizzazione, che riduce la persona ad un oggetto da sfruttare e manipolare.

Come affermato precedentemente PlayLover Academy si definisce l'accademia leader nel settore della seduzione in Italia. Gli insegnamenti da loro distribuiti, però, non sono solo una prerogativa italiana. "L'arte" del Pick Up è una disciplina praticata in tutto il mondo, sono infatti molti gli autori che vi hanno dedicato più di un libro o saggio a riguardo e sarà proprio su alcuni di loro che verrà posta l'attenzione in questo capitolo. Una cura particolare verrà, inoltre, data al contributo in questo campo della scrittrice Rachel O'Neill sul suo libro intitolato *Seduction*.

2.1 Pick Up Artist

Il concetto di Pick Up Artist non è un concetto recente, sono infatti molti i riscontri passati che è possibile trovare del tema. Per ciò che concerne il nostro secolo, però, un libro in particolare ha posto l'attenzione sull'arte del rimorchio; stiamo parlando di *The Game: Penetrating the Secret Society of Pick Up Artist* di Neil Strauss. Pubblicato nel 2005 è presto diventato un Best Seller a livello mondiale. Si tratta di un racconto autobiografico attraverso il quale Neil ripercorre i propri passi fino a diventare un vero e proprio artista del rimorchio. Il libro stesso è diventato materiale d'interesse di molte

comunità Pick Up Artist, considerato un'ispirazione per tutti coloro che ambiscono a diventare seduttori esperti. La stessa Rachel O'Neill, di cui parleremo successivamente, ha potuto osservare l'importanza attribuita a questo libro da parte dei vari uomini da lei intervistati nel corso delle sue ricerche. Lei stessa, infatti, afferma che the Game *“fornisce una forma di riconoscimento sociale agli uomini eterosessuali che sentono di non avere il controllo e l'autorità nella loro vita intima”* (O'Neill 2018). Allo stesso tempo, però, contribuisce a diffondere l'idea che l'uomo debba esercitare un certo tipo di controllo nelle loro relazioni con le donne e le conoscenze per poterlo fare sono contenute nel volume stesso. Il concetto di Pick Up Artist, dunque, è stato affrontato sotto diversi punti di vista, uno dei quali è stato espresso da Oliver Hambling-Jones ed Andrew John Merrison nel saggio Disuguaglianza nella Ricerca dell'Intimità, in cui danno una definizione di quelli che per loro possono essere definiti Pick Up Artist. Essi, infatti, definiscono tali tutti quelli uomini il cui obiettivo è quello di conquistare, o meglio rimorchiare le donne. Ciò che affermano essere una prerogativa importante degli artisti del rimorchio è che lo strumento di seduzione non risiede nell'attrattiva fisica, nello status sociale o nella ricchezza, bensì nell'interazione. Uno degli obiettivi dei corsi di seduzione, infatti, risale proprio nel cercare di perfezionare le capacità relazionale dei soggetti. Secondo quanto affermano i due autori, ciò avviene in 3 modi; innanzitutto, i vari ragazzi interessati a queste pratiche si impegnano a procurarsi materiali e a prestare attenzione a quanto detto da parte di altri PUA (Pick Up Artist), sono molti infatti i corsi e seminari organizzati proprio a questo scopo. Secondo, un'altra parte fondamentale della preparazione di un potenziale seduttore consiste nella pratica “sul campo”, ossia cercano di applicare alla realtà le nozioni imparate fino ad allora dai loro coach. Il terzo punto, invece, consiste nel portare un resoconto dell'esperienza sul campo ai propri trainer, al fine di comprendere ciò che si è sbagliato per poi perfezionarlo in secondo momento.

Come ho potuto riscontrare in molti articoli e saggi a riguardo, la prospettiva dei due autori viene spesso ripresa da altri; si potrebbe, dunque, affermare che vi è una sorta di comunanza di idee per ciò che concerne il mondo Pick Up Artist. Di seguito, verrà ripreso in considerazione il concetto legandolo a quello di comunità di seduzione.

2.1.1 Comunità online

Sono due le autrici di cui verranno ripercorsi alcuni passi, ossia Daria Dayter e Sofia Rüdiger, le quali si sono concentrate sull'esperienza dei Pick Up Artist all'interno delle comunità online. In un'epoca in cui ogni aspetto della nostra vita è stato digitalizzato, anche gli artisti del rimorchio hanno trovato il loro spazio nel mondo online; sono, infatti, molti i corsi che si possono facilmente reperire attraverso siti web e social media, permettendo così alle varie comunità di espandersi e di raggiungere maggiori utenti. Come affermato dalle due autrici, la nascita di queste comunità è nata in seguito alla necessità degli uomini di volersi scambiare opinioni e consigli con altri uomini, che condividessero gli stessi interessi e punti di vista, protetti dall'anonimato di internet.

Ciò che accomuna i membri di una comunità PUA sono l'apprendimento delle varie abilità necessarie a mettere in pratica le tecniche di seduzione e il desiderio di voler condividere e fare un resoconto dei risultati ottenuti con altri uomini interessati alle stesse attività. Come hanno potuto osservare le autrici dalle loro ricerche in merito alle comunità PUA, i titoli dei vari gruppi online trovati invitano i vari uomini a condividere i propri successi, in particolare le tecniche di seduzione, affinché altri possano giovarne. Un ulteriore accento di attenzione è stato posto sulla terminologia utilizzata dai partecipanti delle comunità, la quale permette di distinguere con chiarezza quello che è il resoconto di un'attività sul campo, quest'ultima infatti spesso si conclude con una richiesta di consigli o la condivisione di una tecnica di successo. I vari commenti di risposta alla condivisione di tali contenuti sono spesso riconoscibili in diverse accezioni, tra cui la lode, la gelosia bonaria o la compassione, nel caso in cui il racconto concerni un tentativo fallito di rimorchio. Le critiche, invece, nonostante siano presenti in minor misura, non sono tra i formati di replica preferiti; questo perché ciò che una comunità PUA dovrebbe fare è quello di far sentire il seduttore a suo agio e libero di raccontare le proprie esperienze, nella speranza di ottenere così un consiglio da parte di altri, considerando una potenziale interazione fallita come un momento di apprendimento. Nella concezione PUA, infatti, la tecnica e la strategia sono qualcosa che, al contrario delle emozioni e della simpatia, può essere allenata e migliorata attraverso la pratica.

Un fattore importante nelle relazioni sul campo PUA sono le aspettative, la cui esistenza la si può notare nel momento esatto in cui queste vengono infrante. Le aspettative in questione vengono rese note attraverso dei marcatori, i quali indicano un

conflitto tra ciò che il parlante si aspettava e ciò che invece accade davvero. Un esempio particolare di marcatore sulla quale Dayter e Rüdiger hanno posto la loro attenzione è quello del “ma” all’interno dei vari resoconti, il quale viene utilizzato principalmente per quanto riguarda il comportamento degli obiettivi o le azioni del narratore. In relazione al comportamento delle donne il “ma” viene utilizzato per indicare che esso si è discostato dalle aspettative del seduttore. In un altro contesto invece lo stesso marcatore può riguardare un caso in cui il comportamento del seduttore si è discostato dal comportamento previsto per un artista del rimorchio. Ciò va a sottolineare la conoscenza del narratore in merito a quella che avrebbe dovuto essere la tecnica corretta da eseguire. Nel caso invece di situazioni di successo il “ma” è stato utilizzato per fare affermazioni di carattere generale in merito alle tecniche PUA, presupponendo dunque un tentativo da parte del narratore nel cercare di condividere le proprie conoscenze. Inoltre, un accento particolare è stato posto al concetto di cornice, la quale la si può notare fin da subito attraverso l’impaginazione e il lessico stesso dei resoconti. Oltre che ad inquadrare l’esperienza vissuta all’interno della categoria dei successi o dei fallimenti; successi che in questo contesto non necessariamente implicano il raggiungimento dell’obiettivo (sesso, bacio e numero di telefono), bensì una qualsiasi reazione positiva della ragazza.

2.1.2 Da Casanova a PlayLover

Questo paragrafo sarà dedicato ad una ricerca svolta da Jitse Schuurmans e Lee F. Monaghan all’Università di Amsterdam. I due ricercatori partono dal presupposto che vi sia familiarità tra il concetto di Comunità di Seduzione e quello di Casanova; i cosiddetti seduttori, infatti, agirebbero nel tentativo di emulare il mito di Casanova.

Tale mito viene definito come “eterosessualità maschile urbana avventurosa” (Robertson, 2012), esso infatti dà maggior importanza alla ricerca di rapporti eterosessuali con donne convenzionalmente belle, all’interno di una cultura mediatica che spesso porta all’oggettivazione dei corpi e alla loro classificazione gerarchica.

Per Comunità di Seduzione i due autori intendono un gruppo composto da uomini che cercano di migliorare la propria vita sentimentale, all’interno del quale i vari membri si scambiano esperienze e consigli. Come detto in precedenza le varie comunità possono essere organizzate in presenza oppure attraverso i diversi social disponibili oggi. Ciò che però le accomuna è la speranza dei vari membri di riuscire, attraverso i consigli di un Pick

Up Artist esperto, ad aumentare le proprie opportunità sessuali, oltre allo sviluppare l'idea generale di uomo come iniziatore del corteggiamento. L'obiettivo sessuale però non era l'unico perseguito, molti consideravano la partecipazione a queste comunità e l'acquisizione di queste capacità come una sorta di sviluppo personale. Attraverso la loro ricerca all'interno delle comunità hanno potuto constatare come molti dei partecipanti abbiano iniziato ad interessarsi all'arte del Pick Up in seguito al libro di Strauss "*The Game*". Come affermato precedentemente anche in questo caso si è riscontrato l'entusiasmo dei ragazzi nell'affermare come tale libro sia stato una rivelazione e gli abbia permesso di comprendere con maggiore consapevolezza cosa stessero sbagliando. L'idea di base che però le Comunità di Seduzione promuovono è quella che gli uomini debbano "rimorchiare" le belle donne e incarnare l'ideale di Casanova. Questo ideale è mutato nel tempo fino a raggiungere l'idea di PUA odierno, incarnato alla perfezione nei trainer e negli studenti dell'accademia di PlayLover.

Ciò che gli autori hanno inoltre ricavato dalla loro ricerca è il collegamento delle Comunità di Seduzione con problemi di vario tipo, quali la nascita e diffusione di un sessismo oggettivante, oltre al promuovere quelli che per gli uomini potrebbero essere degli ideali irraggiungibili. Il mito di Casanova viene, infatti spesso commercializzato da esperti Pick Up Artist come il modello idea da raggiungere, considerando poi le varie conquiste come una prova di superiorità nei confronti di altri uomini. La mascolinità che si sviluppa all'interno delle Comunità si concentra in particolare sullo status, che si perfeziona e cresce a seconda delle conquiste ottenute. In conclusione, ciò che si potrebbe affermare in merito alle Comunità di Seduzione è che costituiscono una sorta di promessa di gestione della propria intimità e costruzione di mascolinità; utilizzando la figura di Casanova come esempio di perfetta vita sessuale, in cui è lui ad avere il controllo sulla scelta delle donne.

2.2 Oggettivazione femminile

"L'oggettivazione attraverso la strumentalità comporta la percezione, la definizione e la valutazione di una persona in base alla sua utilità per gli obiettivi dell'osservatore." (Edward Orehek – Casey G. Weaverling, 2017). È così che viene definita l'oggettivazione secondo Edward Orehek e Casey G. Weaverling nel loro saggio in merito alla natura dell'oggettivazione. L'oggettivazione, dunque, consiste nel considerare una persona

come un mezzo attraverso il quale è possibile raggiungere uno specifico obiettivo, un qualcosa che possa essere sfruttato e manipolato. La rappresentazione più nota di oggettivazione è quella caratterizzata dal trattamento sessuale della donna, la quale non viene più considerata come persona nella sua interiorità, ossia come un soggetto avente propri pensieri, desideri e sentimenti, bensì come un corpo o un agglomerato di parti separate dalla persona stessa. Viene ridotta ad un qualsiasi altro oggetto intercambiabile a seconda delle caratteristiche fisiche, non percepita dunque come essere unico.

Come affermano i due ricercatori, però, i vari mezzi al raggiungimento degli obiettivi non sono un qualcosa di assoluto, essi possono perdere o acquisire interesse da parte del soggetto a secondo dell'obiettivo che si vuole raggiungere in un certo momento. Ed è stato osservato come i mezzi utilizzati per raggiungere un determinato obiettivo vengano valutati positivamente se le persone si sentono meglio quando li utilizzano, anche se ciò implica l'impiego di persone. Queste, infatti, vengono spesso considerate in base all'utilità che possono apportare alla causa. Secondo le valutazioni delle ricerche svolte dai due autori i soggetti considerati strumentali vengono percepiti più positivamente rispetto a coloro che invece non contribuiscono al raggiungimento del proprio obiettivo. È stato possibile riscontrare questo risultato in particolare grazie a degli studi condotti in ambito accademico tra studenti. Infatti, la vicinanza al raggiungimento del proprio obiettivo e la percezione di strumentalità dell'altra persona vanno ad influenzare il livello di gratitudine nei confronti del soggetto aiutante. In generale questa ricerca ha dimostrato come un qualsiasi soggetto nel perseguire il proprio obiettivo, valuti gli altri a seconda della loro strumentalità nel raggiungere un certo tipo di scopo.

Si è posta poi particolare attenzione alle conseguenze, in tal caso negative, dell'oggettivazione nei confronti del soggetto oggettivato. Infatti, la consapevolezza delle donne nell'essere oggettivate fisicamente ha spesso causato una auto-oggettivazione, la quale viene spesso manifestata come un'eccessiva preoccupazione per il proprio aspetto. Sono infatti molti gli studiosi che attribuiscono al concetto di oggettivazione quello di immoralità, tra cui Kant, il quale nella sua opera fondamentale della *Metafisica della morale*, attribuisce alle persone un valore intrinseco, in quanto insostituibili, affermando poi che il valore della persona non risiede nella sua strumentalità, bensì nelle sue intenzioni.

Altri autori, invece, pongono un accento diverso al concetto di oggettivazione, ritenendolo come un qualcosa di inevitabile. Secondo le teorie psicologiche, infatti, non vi sarebbe alcun tipo di distinzione nella rappresentazione mentale tra oggetti e persone. Per esempio, secondo le teorie sulla coerenza cognitiva (Festinger, 1957, 1962; Heider, 1946,1958) sostengono che le persone e gli oggetti sono rappresentati a livello mentale allo stesso modo, secondo gli stessi principi.

Per quanto riguarda, invece, l'immoralità dell'oggettivazione, i due autori affermano che non sia né morale né immorale, perché si limita semplicemente a descrivere un inevitabile processo psicologico di valutazione. Mettono in relazione il concetto di oggettivazione con quello di valutazione affermando che l'uno esclude l'altro; ritenendo che la moralità dell'oggettivazione dipenda, dunque, dall'obiettivo che ci si aspetta che la persona ci aiuti a raggiungere e dal desiderio della persona di ricoprire il ruolo di strumento.

2.2.1 Dominanza maschile

Altri due autori hanno posto attenzione al tema dell'oggettivazione femminile, tra cui Orly Bareket e Nurit Shnabel, i quali parlano di oggettivazione del corpo in termini di merce per il raggiungimento del piacere degli uomini. Le donne, infatti, secondo il loro punto di vista, verrebbero rappresentate e giudicate sulla base delle loro parti del corpo e delle funzioni sessuali ad esse attribuite, ignorando altre caratteristiche quali il carattere e la personalità della persona. Una delle conseguenze dell'oggettivazione delle donne è un atteggiamento di sottomissione da parte delle stesse e di dominanza da parte degli uomini. Non sempre ciò avviene in maniera esplicita, sono infatti molte le occasioni in cui gli uomini esprimono questa dominanza in modo mascherato, allo scopo di ristabilire l'ordine a loro favore nella gerarchia uomo-donna.

Un altro spunto interessante da loro affermato concerne l'impossibilità delle donne di svolgere il processo contrario, ossia dove per gli uomini diventa fattibile oggettivare il corpo femminile, per le donne invece ciò non rientra nelle loro possibilità, o meglio non assume lo stesso valore dispregiativo. Gli uomini che infatti vengono oggettivati sessualmente dalle donne non presentano risposte negative allo stesso modo delle donne. Inoltre, il livello di dominanza che può avere una donna è nettamente diverso da quello di un uomo. Infatti, il fine ultimo dell'uomo è quello di rafforzare il proprio dominio sulla

donna e agisce di conseguenza per raggiungere tale obiettivo, il dominio da parte della donna invece si manifesta accettando gli assetti esistenti cercando prestazioni e potere da parte di uomini potenti.

2.2.2 Rapporti occasionali come espressione di mascolinità

Il concetto di mascolinità è stato affrontato in particolare da due autrici, Stephanie Cosma e Maria Gurevich, le quali si sono particolarmente concentrate sul modo in cui gli uomini sviluppano tale concetto allo scopo di ottenere sesso dalle donne. Le autrici in questione hanno svolto uno studio che va ad esaminare i consigli sessuali degli uomini per il raggiungimento dell'obiettivo sopra elencato. I cosiddetti consigli vengono spesso ricercati all'interno delle comunità Pick Up Artist, in particolare da esperti nel settore che grazie alla loro esperienza sono riusciti a creare una vera e propria attività lucrativa, attraverso pubblicazioni di libri e seminari. Sono propri questi testi a incoraggiare la mascolinità egemonica, la quale mette a confronto il numero dei partner sessuali con il potere e la conquista. Al contrario di quanto detto nel paragrafo precedente, in questo studio vi è la convinzione che l'obiettivo degli uomini non sia tanto la dominanza del sesso femminile, bensì il concetto di conquista viene considerato tale in base all'entusiasmo del consenso della donna. L'analisi, infatti, si concentra nel cercare di capire come il sesso occasionale con le donne comporti l'espressione della mascolinità da parte degli uomini. Si è potuto riscontrare che, al confronto con le donne, gli uomini tendono ad aumentare il numero di partner sessuali femminili e a ritenere il sesso occasionale un'esperienza più positiva rispetto alle donne. Ciò che inoltre si può notare in questa cultura del rimorchio è un certo livello di convergenza dei ruoli di genere, finendo spesso per ritenere la parte maschile come la vincitrice del rimorchio, al contrario invece di quella femminile. La ricerca femminista si è spesso concentrata sulla cultura PUA, in particolare sulla loro attività di produzione di consigli scritti da uomini per uomini su come ottenere il giusto profitto dall'essere un uomo. Il profitto in questione è il sesso, in particolare quello occasionale, tema sulla quale è stato posto un particolare accento a seconda delle diverse posizioni di genere. Con il termine genere viene indicato un insieme di pratiche culturali caratterizzanti della categoria "uomini", presupponendo dunque una differenziazione dalla categoria "donne". Il concetto di genere maschile deve però essere associato anche a quello di identità, la quale comporta un insieme di pratiche

ben definite, quali gesti, atteggiamenti corporei etc. Ciò che viene definito come l'obiettivo principale di un atto di mascolinità è proprio quello di allontanare da sé tutto ciò che possa essere ricondotto al mondo femminile; l'attività PUA può appunto essere considerata un tipo di attività a riconferma della propria mascolinità.

Attraverso la ricerca e l'analisi di dati derivanti da varie piattaforme e pagine web dedicate agli artisti Pick Up e alla mascolinità, le due ricercatrici sono riuscite a identificare ciò che loro definiscono come tre repertori interpretativi: *mascolinità combattuta*: il termine combattivo viene in questo contesto utilizzato come sorta di esortazione per gli uomini a difendere il proprio privilegio maschile, perseguendo il loro obiettivo sessuale. *Merci femminili per costruire la mascolinità*: in tal caso il termine merce viene legato alla parola donna per sottolineare la loro oggettivazione come oggetto di successo in caso di raggiungimento della mascolinità. Infine, *l'inseguimento pressato e consenso come controllo*: gli uomini vengono considerati come gli unici a prendere l'iniziativa sessuale, applicando tecniche di vario tipo per ottenere il consenso femminile.

2.3 Seduzione

Il seguente paragrafo verrà dedicato ad un'autrice in particolare e al suo libro. La scrittrice in questione è Rachel O'Neill, la quale attraverso una prospettiva femminista ed una ricerca etnografica cerca di analizzare e spiegare il mondo del Pick Up Artist e tutto ciò che ne consegue. Il tutto è stato racchiuso nel suo libro intitolato *Seduction*, pubblicato nel 2018.

L'industria della seduzione offre indicazioni e consigli agli uomini etero che desiderano avere più scelta e controllo nella loro vita privata. Sebbene la pratica della seduzione non sia una novità, l'industria sta sviluppando una competenza unica. La sua premessa organizzativa centrale è che le interazioni tra uomini e donne sono regolate da alcuni principi fondamentali che, una volta compresi, possono essere facilmente manipolati.

Come affermato precedentemente, i partecipanti di questa industria assumono il termine di Pick Up Artist. Lo stesso addestramento alla seduzione si presenta in molte forme, dai manuali di istruzioni ai video tutorial, dai seminari serali ai seminari del fine settimana. L'accento è posto sull'apprendimento esperienziale, cioè sull'imparare facendo.

Quasi tutti i programmi di formazione includono un segmento "sul campo", in cui i formatori osservano gli studenti che interagiscono con le donne e valutano le loro prestazioni. Da un iniziale "inizio" ad una "fine", le interazioni sono programmate secondo un copione flessibile ma predeterminato. Indaga gli investimenti psicologici, i modelli relazionali e le realtà materiali che attirano gli uomini sul campo, senza dare per scontato che le loro motivazioni siano in alcun modo ovvie. Lo studio era uno studio etnografico condotto a Londra e includeva analisi dei media, osservazione dei partecipanti e interviste.

2.3.1 Oggettivazione e Pick Up Artist

Nel corso delle varie ricerche l'autrice si è spesso soffermata nel chiedere agli uomini presenti quale fosse il tipo di donna con la quale avrebbero voluto avere una relazione e nel rispondere davano spesso per scontato che il fattore di primaria importanza in questa decisione fosse l'aspetto fisico, ritenendo allo stesso tempo che le donne fossero invece meno interessate a fisico rispetto agli uomini. Per quest'ultimi, infatti, sono chiare le idee in merito alle caratteristiche che la donna ideale dovrebbe incarnare, a partire dall'età, altezza, forma del corpo fino ad arrivare all'etnia e alla nazionalità. Mentre i singoli uomini spesso descrivevano le loro preferenze come uniche e idiosincratiche, la coerenza generale di queste descrizioni era sorprendente, poiché i partecipanti quasi senza eccezione descrivevano una situazione che era molto diversa dagli ideali delle donne celebrate nella pubblicità contemporanea e nella cultura delle celebrità. Ecco qui di seguito riportata la risposta di un ragazzo in merito all'argomento:

“Mi piacciono le gambe lunghe, toniche. Corpo petite e corto. Non mi piacciono le ragazze molto più alte di me, quindi se è della mia stessa altezza o più bassa, è quello che mi piace. Mi piace un bel ventre piatto. Per me è molto, molto sexy. E, insomma, un aspetto sano e morbido. I capelli lunghi li trovo molto attraenti. E, come ho detto prima, in questi giorni mi sto orientando verso un look più scandinavo.” (O'Neill, 2018)

La descrizione di questo ragazzo e di come dovrebbe essere il suo partner non riproduce la logica post-femminista secondo la quale l'oggettivazione del corpo femminile è spesso accompagnata da un senso di finta confessione o consapevolezza. Invece, le descrizioni oggettive dei corpi delle donne sono state per lo più fornite

liberamente, senza alcun apparente disagio, e i partecipanti sembravano del tutto a loro agio nel dettare gli standard di bellezza a cui volevano che le donne aderissero.

Le descrizioni degli uomini delle loro partner intimi ideali erano ricche di tipologie etniche e razziali, e i partecipanti spesso citavano le preferenze per le donne di specifici gruppi nazionali o etnici. In particolare, gli uomini bianchi hanno ammesso di essere interessati alle frequentazioni di donne di altre nazionalità solo per soddisfare il desiderio di saggiare la differenza razziale. Ancora una volta non c'è nulla di inquietante in questo modello stesso che suggerisce una "riorganizzazione delle gerarchie di valori" all'interno del neoliberismo che *"cerca di cancellare le 'razze' dalla storia, ma sostiene l'imposizione e consolida i suoi effetti più perniciosi"* (Redclift, 2014). La preferenza citata più di frequente era per le donne bianche, con molti partecipanti che citavano le donne dell'Europa orientale e russe, considerate uniformemente belle e femminili, come i loro ideali assoluti.

L'aspetto di maggior interesse di questi resoconti consiste nella moralità che è possibile riscontrare nelle descrizioni dei partecipanti dei loro partner sessuali ideali. In una società schiavizzata dagli indicatori di mercato, in cui i corpi delle donne sono costantemente esaminati sessualmente, è assolutamente deplorabile e del tutto prevedibile che la logica dello scambio di valore permei così pienamente le relazioni che alcuni maschi eterosessuali hanno con i loro partner intimi, reali o immaginari. Un'attenzione eccessiva al raggiungimento delle cosiddette donne di alto valore - il cui valore è calcolato in base a standard estetici classisti e razziali radicati - suggerisce che l'architettura del desiderio è stata oscurata dalla vita sociale neoliberista rimodellata dall'economia.

2.3.2 Scala di gradazione

All'interno della cosiddetta comunità di seduzione, la capacità di incontrare e attrarre donne è intesa come un'abilità che gli uomini eterosessuali possono sviluppare attraverso la formazione pratica e lo sviluppo personale. Sebbene sia stata oggetto di speculazioni mediatiche per più di un decennio, questa formazione culturale rimane in gran parte sconosciuta. In un primo studio del settore, Rachel O'Neill approfondisce il mondo dei workshop di seduzione, degli eventi di formazione, delle guide didattiche e dei video tutorial. Andando oltre le nozioni consolidate di "artisti di burattini" come patetici, malati

o perversi, cercando invece di esplorare ciò che rende così irresistibili coloro che sono attratti dal campo.

L'autrice afferma più volte nel corso del libro come si sia imbattuta in vari esempi di oggettivazione femminile, rimanendone a volte addirittura sorpresa. Lei stessa, del resto, si è ritrovata ad essere giudicata da vari Pick Up Artist incontrati nel corso della propria ricerca. In particolare, ha notato come gli uomini partecipanti di questi eventi ponessero un'attenzione quasi scrupolosa nell'aspetto della donna, non solo alle caratteristiche fisiche primarie, ma anche all'abbigliamento, alla tipologia di scarpa utilizzata, tutte caratteristiche che poi andavano ad incidere sulla loro scala di gradazione; partendo dall'1, dove una ragazza viene considerata assolutamente non attraente, al 10, che però viene ritenuto inesistente in quanto presumerebbe la perfezione. Nonostante ciò, persiste che vi sia un ideale di perfezione assoluta.

I vari commenti ricevuti dalla stessa autrice in merito a ciò che indossava o non indossava vengono definiti dalla stessa come tentativi di *negging*, ossia una tecnica il cui scopo è quello di minare la fiducia della donna attraverso commenti ambigui e negativi. Ciò che all'inizio aveva interpretato come un modo da parte degli uomini di minare la propria desiderabilità e di ristabilire la propria dominanza in quanto uomini, non era altro che un modo per disciplinare la sua femminilità. La mancanza della giusta attenzione al proprio aspetto, infatti, veniva percepita come un affronto ai loro sforzi.

Tuttavia, nonostante la comunità della seduzione sistematizzi i giudizi di valore sessuale maggiormente rispetto a quanto si possa trovare altrove, il suo ethos di base è coerente con le culture contemporanee dell'eterosessualità più in generale. Sembra, però, che l'impegno nella seduzione rafforzi la convinzione di diritto sessuale degli uomini: alcuni dei ragazzi intervistati dalla O'Neill, infatti, hanno affermato di essere diventati sempre più esigenti a causa del loro coinvolgimento in questa sfera. Esigenti e insoddisfatti, sempre alla ricerca di qualcosa di meglio; ciò dimostra come anziché migliorare il senso di insoddisfazione che porta gli uomini eterosessuali a cercare un corso di seduzione, il loro coinvolgimento in questo ambito può aggravare il senso di distacco che provano. In quanto tale, la seduzione può contribuire a creare insoddisfazione e delusione che vanno a pervadere la sfera intima; infatti, quando la sessualità viene sovradeterminata dalle logiche di mercato, si produce una sorta di libidine circoscritta, del tutto generica nei suoi obiettivi e nelle sue ambizioni. Vi è una carenza del concetto

di soggettivo e di interpersonale, poiché la logica capitalistica del valore va a minacciare e oscurare un apprezzamento più ampio dei valori umani.

3. ANALISI DI RICERCA

Verrà di nuovo brevemente qui descritta di seguito la mia domanda di ricerca, affinché possa essere chiaro il motivo per la quale ho deciso di concentrarmi solo su alcuni materiali, piuttosto che su altri.

Come detto in precedenza la protagonista della mia ricerca è l'accademia di seduzione PlayLover Academy. Conosciuta in gran parte d'Italia, ha come obiettivo quello di insegnare agli uomini come conquistare una donna, ma non solo. Ciò che infatti gli ideatori di questa accademia offrono non sono semplici consigli su come far cadere una donna ai propri piedi, bensì offrono veri e propri percorsi di miglioramento personale, permettendo a giovani uomini di migliorare non solo in ambito relazionale, ma anche in campo lavorativo e in particolare la sicurezza in sé stessi. Nonostante i presupposti di questi corsi e i contenuti appaiono di buon auspicio, ciò che in realtà non dicono è che gli insegnamenti vertono sul come manipolare le donne, affinché gli uomini possano essere in grado di reagire e affrontare al meglio ogni situazione, in particolare quando essa dovesse sfuggire al loro controllo. È proprio su questo che la ricerca si è concentrata: l'oggettivazione della donna, di cui è stato abbondantemente discusso nel capitolo precedente. I vari contenuti offerti dai due creator contribuiscono alla diffusione di una visione retrograda e stereotipata della donna; in questo capitolo saranno riportati solo gli esempi ritenuti di maggiore interesse, riscontrati tra il materiale analizzato.

3.1 Tipologie di video

PlayLover Academy possiede differenti pagine in diversi social, ma è solo su uno di questi sulla quale è stata concentrata la mia attenzione, ossia Instagram. In particolare, sui contenuti da loro pubblicati dal primo maggio 2022 al 31 maggio dello stesso anno. Come affermato nel primo capitolo, sono state diverse le tipologie di contenuti riscontrati, tra cui singoli video, reel e post; ma, come già affermato, sono stati presi in esame unicamente i contenuti video e i reel.

Il totale dei contenuti analizzati corrisponde a 158 video, di cui 61 reel. Il totale, invece, dei post da loro pubblicati fino al 31 maggio corrisponde a 5351, il primo post infatti è stato condiviso nell'anno 2017. Una volta riunite tutte le informazioni dei video

all'interno di una scheda Excel è stato possibile procedere con l'analisi di ciascuno di essi; per ogni video, sono state riportate le seguenti informazioni:

- Data di pubblicazione;
- Tipologia del video;
- Riassunto di quanto detto nel video;
- Format o categoria alla quale appartiene il video;
- Caption del post, presente al di sotto di ogni video, consiste in una breve descrizione di quello che sarà l'argomento discusso;
- Hashtag, anch'essi riportati sotto i video comprendono parole riguardanti l'argomento affrontato;
- Numero di like, commenti e visualizzazioni;
- Argomento di discussione del video;
- Luogo;
- Impostazione visiva.

Si è potuto osservare una certa regolarità nel metodo di pubblicazione da parte dei due creator; circa ogni giorno sono stati pubblicati lo stesso numero di video, differenziati per categoria. Le categorie o *format* di video riscontrate, esclusi i reel, sono quattro, per un totale di quattro video pubblicati al giorno. La pubblicazione dei reel, invece, è in media uno o due al giorno. Le categorie in questione sono stata nominate nel seguente modo:

- Video consiglio.
- q&a;
- Chiacchierata con un trainer;
- Intervista ad una donna;

Ognuna di queste categorie presenta caratteristiche diverse a seconda dell'inquadratura e dell'impostazione visiva scelte durante la registrazione del video stesso.

Esse possono essere a loro volta suddivise in altre due tipologie di video:

- Post a scorrimento, il quale consiste nella pubblicazione di tre o più video consequenziali all'interno di un unico post;
- Video singolo, consiste in un unico video per post;

- Reel, presenta un formato diverso rispetto ad un normale video e vengono riuniti in una sezione particolare della pagina Instagram.

Vediamo qui di seguito ciascuna delle tipologie sopra elencate:

La prima categoria di video, ossia i video consiglio, consiste in contenuti multimediali di durata medio-breve. Sono stati così nominati data la struttura del video stesso, infatti, sono caratterizzati da uno stesso tipo di inquadratura e impostazione visiva. La prima prevede l'inquadratura singola del creator, Steve o Cristian; l'impostazione visiva, invece, consiste nella ripresa frontale del creator su uno sfondo variabile di un contesto domestico.

La seconda categoria di video, i q&a, presentano un altro tipo di format. Anche in questo caso prevedono video singoli di medio-breve durata, dai tre ai quattro minuti, strutturati sotto forma di intervista. Ad essere intervistati sono i trainer stessi, sempre singolarmente, dallo stesso ragazzo, il quale pone una domanda al trainer riguardante un dubbio o una curiosità espressa dai propri studenti e seguaci; sarà poi compito del trainer soddisfare tale quesito nel corso del video. In questo caso le interviste si svolgono in una stanza con sfondo neutro, nella quale i due ragazzi sono seduti su delle poltrone poste diagonalmente l'una all'altra.

La chiacchierata con il trainer è la tipologia di video di durata più lunga fino ad ora riscontrata. Condivisa come la registrazione di una videochiamata tra due ragazzi, consiste nell'affrontare un determinato topic secondo il punto di vista di un trainer diverso da Cristian e Steve. Uno di loro, però, è sempre presente nel corso della videochiamata ed ha, infatti, il compito di presentare quello che sarà l'argomento del video per poi lasciare spazio al suo collega di esprimere la sua opinione a riguardo.

L'ultima categoria di video prevede l'intervista ad una donna. Vengono spesso intervistate ragazze diverse ma è stato possibile riscontrare la stessa in più video. A differenza del q&a, l'intervista in questione viene condotta da uno dei due trainer nei confronti della ragazza. Anche in questo caso i video sono di medio-lunga durata, può variare infatti dai quattro agli otto minuti. Come nelle categorie precedenti viene presentato uno specifico tema, il quale viene affrontato da parte di uno dei due trainer sotto forma di domande, alle quali la ragazza viene invitata a rispondere e ad esprimere ciò che pensa. A differenza del q&a c'è un maggior controllo da parte del trainer nel gestire

l'intervista e un maggior coinvolgimento dello stesso nella discussione. Anche in questo caso l'intervista viene condotta in una stanza con sfondo neutro in cui i due soggetti sono seduti su degli sgabelli posti uno di fianco all'altro e diagonalmente alla telecamera.

I reel, invece, a differenza dei normali video pubblicati, concernano solo due format: i video consiglio, i quali costituiscono la maggioranza, e le interviste alle donne. Quest'ultime riguardano spesso argomenti già discussi, presentati però con un'inquadratura differente dei creator e della ragazza intervistata.

3.1.1 Topics

I topics o argomenti riscontrati nei vari video sono di diversa natura. Nel corso della raccolta dati, infatti, sono stati evidenziate alcune categorie comuni, che hanno permesso di suddividere i vari video a seconda del topic di discussione. Nello specifico sono state individuate due macrocategorie e altrettante sottocategorie. Eccole qui di seguito elencate:

- Dating;
- Lifestyle.

La prima categoria, quella di dating, comprende per l'esattezza tutti quegli argomenti di discussione che hanno a che fare con il mondo degli appuntamenti. Essa, infatti, presenta a sua volta altre 7 sottocategorie:

- Dating in chat, riguarda quella fase della conoscenza che avviene tramite le app di messaggistica o social network.
- Ciò che piace alle donne, vengono dati consigli su ciò che, secondo i trainer, le donne vogliono da un uomo o da una relazione, suggerendo dunque i comportamenti più appropriati da mantenere al fine di raggiungere i risultati desiderati.
- Cose da non fare, al contrario, riguarda i comportamenti e atteggiamenti da evitare con le donne.
- Donne da evitare, consiste in una serie di consigli in merito a quelle tipologie di donne che secondo i trainer è meglio non frequentare.
- Fasi della conoscenza, riguardano consigli su come affrontare le varie tappe di una relazione, dal primo appuntamento al primo rapporto sessuale.

- Metodi di approccio, ossia le varie modalità con la quale con un ragazzo può rimorchiare una ragazza nei vari contesti di vita.
- Come migliorare a letto, riguarda consigli specifici su come agire nel modo corretto con una donna in una situazione di intimità.

La seconda categoria, lifestyle, riguarda, invece, consigli più generali che hanno a che fare con il corretto stile di vita che secondo i due trainer ogni uomo dovrebbe mantenere.

In questo caso le sottocategorie sono 3:

- Filosofia PlayLover, la quale ha a che fare con specifici video riguardarti regole di vita fondamentali che l'accademia cerca di insegnare ai propri studenti.
- Rapporti di coppia, riguarda lo stile di vita più adatto da mantenere all'interno di una relazione, affinché essa possa funzionare come desiderato.
- Chat, considerata un passaggio della conoscenza molto importante dai due trainer, in quanto costituisce spesso un primo approccio con una ragazza; dedicano infatti diversi video a riguardo, offrendo consigli su come rendere una conversazione degna di interesse.

3.1.2 Dati quantitativi

Dal punto di vista quantitativo, il totale dei video analizzati è di 158, di cui 61 reel. Dei suddetti video sono dati riportati diversi dati, tra cui il numero di like, di commenti e di visualizzazioni. La tipologia di contenuti ad avere una maggioranza in tutti e tre gli ambiti sono i reel. Il numero di like varia da un minimo di 7 ad un massimo di 3074; il video ad avere tale numero è, appunto, un reel della categoria lifestyle-chat. Il video post, invece, a detenere il maggior numero di like, ossia 315, appartiene alla categoria di dating.

Il numero di visualizzazione e commenti non corrisponde a quello dei like. Infatti, il video con maggiori visualizzazioni presenta un totale di 14,9 mila e consiste anch'esso in un reel appartenente alla categoria lifestyle. Anche il record di commenti, ossia 158, è detenuto da un reel della categoria dating – donne da evitare. Una possibile spiegazione dell'apparente preferenza da parte dei follower per i contenuti reel è data dalla modalità di fruizione degli stessi. I reel, infatti, a differenza delle altre tipologie di video, possono comparire all'utente in qualsiasi momento nella sezione ad essa dedicata all'interno della piattaforma social. Tale sezione, introdotta in Instagram solo da alcuni anni, permette di

“scrollare” moltitudini di reel in pochi secondi, dando dunque più possibilità ai contenuti di questo tipo di comparire davanti al fruitore, soprattutto se le sue preferenze di visione corrispondono a contenuti simili ai video pubblicati da PlayLover Academy.

Ciò che inoltre si è potuto osservare è una netta discordanza tra il numero di like, commenti e visualizzazioni ottenute dai contenuti video e il numero di follower. Al momento dell’analisi dei video sono, infatti, stati registrati 26,7 mila follower; da un così elevato numero di utenti ci si potrebbe aspettare maggior partecipazione degli stessi nella piattaforma social ma così non è. Il motivo non ci è dato scoprirlo, ciò che si può però supporre è che, data l’abbondante quantità di corsi e seminari offerti dai due trainer, non siano i social il luogo in cui ottengono maggior visibilità e consenso, ma che siano piuttosto un metodo per vendere al meglio il proprio prodotto, ossia i corsi.

3.2 Steve e Cristian

Sono stati fino ad ora definiti con i termini di creator e trainer ma vediamo più nello specifico chi sono i due ideatori di questa accademia di seduzione: Steve Maister e Cristian Pozza. Nonostante nel corso di questa tesi siano stati entrambi definiti gli ideatori di PlayLover Academy è necessario fare una precisazione. L’accademia già esisteva prima che i due ragazzi si conoscessero e iniziassero a lavorare insieme. I due, infatti, affermano di essersi conosciuti all’interno di quella sembrerebbe essere stata una vera e propria comunità di seduzione, definita nel capitolo precedente, sotto forma di un gruppo Facebook creato da quella che oggi conosciamo come PlayLover Academy. Gruppo che è stato definito dai due ragazzi nella loro pagina web come un nulla, rendendolo ciò che è oggi solo grazie ai loro post, articoli e consigli e riuscendo così nel tempo a renderlo celebre. Dato il riscontro del loro successo gli è stato successivamente chiesto da parte della comunità stessa di iniziare una collaborazione e di partecipare a tutti gli effetti alla promozione e condivisione di materiali di seduzione, dando origine al primo seminario sul tema e successivamente ai vari corsi. Ciò che i due ragazzi hanno sempre considerato un punto a loro favore è la diversità che li caratterizza come persone, hanno infatti sempre affermato di essere gli opposti, ma che ciò ha permesso loro di lavorare in sinergia al fine di donare un pacchetto completo di risorse ai loro utenti. Come si è potuto osservare nei vari video sono molte le differenze riscontrate dai due trainer nonostante la loro vicinanza d’età (dai 30 ai 35 anni circa), sia dal punto di vista fisico che comportamentale. Nessuno

dei due, però, presenta l'aspetto che si aspetterebbe un seduttore avesse ed è probabilmente questa una delle chiavi del loro successo. La loro sicurezza e conoscenza della materia gli ha resi degli esperti Pick Up Artist, permettendogli di avere successo con le donne e non solo. L'immagine che danno ai loro studenti è verosimile e di conforto, sono l'incarnazione della speranza, permettono ai ragazzi di tutta Italia di pensare "Se sono riusciti loro ad avere delle ragazze posso riuscirci anche io." Sarebbe, infatti, molto meno credibile se chi tenesse tali tipologie di corsi si presentasse con un viso e un corpo mozzafiato. Nonostante le loro peculiarità fisiche, presentano anche un diverso modo di approcciarsi ai vari temi.

Il linguaggio di Steve, infatti, tende ad essere più aggressivo, fatalista e talvolta scurrile; parla spesso molto velocemente accompagnando le parole con gesti per enfatizzare ciò che sta dicendo. Cristian, invece, risulta essere molto più pacato e conciso, parla in modo lento e chiaro. Entrambi svolgono tutte le tipologie di video sopra elencate, nessuno dei due ha quindi una prerogativa su una categoria particolare.

3.3 Oggettivazione nei video

Nel seguente capitolo verranno presi in considerazione alcuni video riguardanti l'argomento principale della tesi di ricerca, ossia l'oggettivazione femminile, di cui sono stati riscontrati molti casi nel corso dell'analisi. Tali casi sono stati evidenziati in più di una categoria, si può dunque dedurre che la presenza di esempi oggettivanti non è legata ad una modalità specifica di fruizione dei video. Verranno, infatti, riportati esempi significativi da tutte e quattro le categorie riscontrate, ossia i video consiglio, le interviste con le ragazze, i q&a e le chiacchierate con i trainer. Le interviste con le ragazze, a differenza delle altre modalità di fruizione video, permettono di analizzare il comportamento dei due trainer in stretta relazione con una ragazza; è stato perciò interessante in tal caso osservare il linguaggio verbale dei due partecipanti.

È stato più volte sottolineato nelle pagine precedenti come l'accademia di seduzione PlayLover Academy promuova un'immagine retrograda della donna e la conferma di ciò è stata riscontrata in diversi video. La loro mentalità però non viene esposta unicamente dai due trainer bensì dalle ragazze stesse. Non a caso, infatti, le donne intervistate nel format sembrano essere state selezionate attentamente da parte dei due creator, affinché concordino con il loro stereotipo di donna. Un'interessante incoerenza è saltata all'occhio

per quanto riguarda l'età delle ragazze intervistate e l'opinione che uno dei creator ha in merito alle ragazze giovani. In un reel in particolare il trainer Steve cerca di dare dei suggerimenti su come conquistare le ragazze dai 18 ai 22 anni, ritenendole però, testuali parole, delle “zucche vuote” e che la maggior parte di loro “nel cranio non processano niente”; afferma inoltre che pensano solo ai social e a fare Tik Tok. È inoltre ben visibile nel corso del video il disprezzo nel volto di Steve nei confronti di queste ragazze che ritiene evidentemente non degne di interesse; ciò nonostante, cerca comunque di dare qualche consiglio su come conquistarle, per accontentare i suoi studenti. L'incoerenza precedentemente nominata riguarda il fatto che la maggior parte delle donne intervistate appartengono esattamente della fascia d'età tanto disprezzata da Steve. Cristian successivamente ha condotto un'intervista in merito allo stesso tema con una giovane donna chiedendole cosa pensasse fosse necessario per conquistare una ragazza con meno di vent'anni. La risposta di lei, come in concordanza con quella del creator, è stata di curare molto i social e il proprio aspetto e di sfruttare a proprio favore la probabilità che la ragazza in questione non possieda alcun tipo di esperienza in ambito relazionale. Ciò che quindi suggerisce implicitamente è quello di approfittare del fatto che la ragazza possa essere ad una sua prima esperienza con il mondo delle relazioni sentimentali. Il tal caso, nonostante non sia stato riscontrato un'idea chiara di Cristian in merito a tale argomento, i temi successivamente da lui trattati farebbero pensare ad una vicinanza di pensiero con quello di Steve. Sono state riscontrate anche eccezioni di donne con un'età maggiore, ciò nonostante, la fascia d'età appena nominata sembrerebbe costituire la maggioranza delle intervistate. Viene dunque da chiedersi per quale motivo sottopongano a domande che richiedono un certo livello di esperienza amorosa a ragazze che, a detta loro, non dovrebbero possederne alcuna. Una possibile ragione potrebbe semplicemente riguardare le preferenze espresse dal target dei propri studenti.

3.3.1 Interviste ad una donna

Proseguirò qui di seguito a descrivere i casi di maggior interesse riscontrati all'interno della stessa categoria, ossia delle interviste con le donne. Le interviste sono state condotte tutte all'interno della stessa ambientazione, i due soggetti si trovano seduti a degli sgabelli posti diagonalmente alla telecamera, affinché una parte del busto possa essere rivolto all'altra persona; ciò permette all'intervistatore e all'intervistata di guardare l'uno il volto

dell'altro e la telecamera senza troppa difficoltà. Questa tipologia di video viene svolta da entrambi i creator alternativamente; dunque, solo uno è presente al momento dell'intervista. Sia l'abbigliamento dei creator che delle intervistate è per la maggior parte dei casi casual, ci sono però alcune eccezioni in cui le ragazze si mostrano più eleganti o in abbigliamenti più provocanti. L'atteggiamento di Steve e Cristian è sempre molto rilassato, mostrano padronanza della scena e siedono spesso in posture differenti, a seconda della loro comodità. La maggior parte delle ragazze invece, tende a tenere le gambe incrociate, alcune mostrano più sicurezza di altre. Si è potuto notare come la postura di quest'ultime cambi a seconda del livello d'intimità che richiede la risposta ad una specifica domanda.

Un esempio molto lampante è stato riscontrato in un'intervista pubblicata il 9 maggio del 2022, all'interno della categoria *dating*-ciò che non piace alle donne. Il tema del video in questione è il sesso orale, nello specifico gli errori da non fare. L'intervistata è Olga, una donna di 38 anni di origini russe; viene invitata da Steve a esprimere quali sono secondo lei gli errori che un uomo non dovrebbe commettere durante il sesso orale. Tralasciando l'argomento di discussione ciò che risulta essere interessante è l'approccio di Steve nei confronti della donna. Egli, infatti, prima di porre la domanda che andrà ad aprire la discussione sulla quale è concentrato il video, le chiede, testuali parole, se "lei è p*rca a letto?". La reazione di disagio da parte della donna è immediata, gesticola, si sposta sulla sedia e non risponde. Steve, però non demorde e afferma subito dopo che le russe hanno la fama di essere molto fredde, sempre in ambito sessuale, chiedendole subito dopo se lei a letto fosse fredda o "focosa"; in questo caso Olga si limita ad affermare che a lei il sesso piace e non crede di essere fredda. Ciò che Steve sembra fare, consapevolmente o inconsapevolmente, è quello di lasciare implicitamente intendere di essere lui colui che gestisce l'intervista e che quindi ha il potere di poter chiedere le domande che preferisce. Il suo atteggiamento di dominanza, appreso attraverso anni di esperienza nel mondo dei Pick Up Artisti, sembra dunque trasparire in ogni contesto. Come affermato nel capitolo precedente l'interesse nei confronti di donne di altre nazionalità è dato dalla semplice curiosità di sapere come esse siano nei rapporti intimi, vi è dunque la convinzione che vi debba essere una differenziazione a seconda della nazionalità a cui appartengono e non tanto a cause delle caratteristiche intrinseche della persona.

Come detto in precedenza Steve ha la tendenza ad essere più scurrile e sfacciato nei suoi video rispetto a Cristian, ciò però non implica una differenziazione nel modo di pensare di quest'ultimo. Nel caso di un'altra intervista appartenente sempre alla categoria *dating*, infatti, viene espressa molto chiaramente la sua opinione in merito alle donne. Nel video in questione viene infatti chiesto quali sono secondo la ragazza gli indicatori che possono permettere di capire se un uomo vuole una relazione o semplicemente un'esperienza sessuale occasionale. L'intervistata è Elena, alla quale Cristian chiede come secondo lei una donna può distinguere le due categorie di uomini. Per tutta la durata del video Cristian fa trasparire l'idea che solo un uomo possa volere un rapporto occasionale e possa permettersi di usare le donne al solo scopo di soddisfare i propri bisogni sessuali, commenta inoltre in modo sessista i vari esempi riportati dalla ragazza per rispondere alla domanda. Un esempio di ciò si verifica quando la ragazza risponde che un indicatore potrebbe essere l'invito a casa da parte dell'uomo già al primo appuntamento, al che Cristian risponde le suddette parole: "magari ha delle lavatrici da fare", a cui la ragazza risponde "sì, magari ha delle lavatrici da fare e scopare per terra soprattutto." Viene detto chiaramente in ambito scherzoso, ma è ugualmente allarmante come il primo pensiero di una donna invitata a casa vada a quello dello stereotipo di colei che si occupa delle faccende domestiche. Un esempio simile è stato riscontrato in un ulteriore video, pubblicato all'inizio del mese, riguardanti i complimenti più opportuni da fare ad una donna. L'intervista condotta da Steve anche in questo caso comprende esempi involontari di sessismo, a riprova del fatto che le ragazze vengono scelte con criterio da parte dei creator, è lei stessa ad affermare che un ragazzo non dovrebbe limitarsi a complimentarsi per la bellezza ma di farle complimenti per qualcosa che lei fa, per esempio se cucina bene. L'ambiente domestico, dunque, permane legato a quello di donna.

Nel corso dell'analisi dei vari video è dunque molto chiaro come vengano attribuiti all'uomo e alla donna dei ruoli specifici all'interno delle relazioni e nelle varie fasi di conoscenza. L'uomo viene continuamente visto come la figura imponente che deve avere il controllo della situazione e dare un'immagine di protezione e sicurezza, che non può permettersi di mostrarsi troppo debole, sensibile o "verme", utilizzando il linguaggio di Steve. Ecco l'esempio di una ragazza che nel corso di un video afferma: "l'inabilità di

prendere decisioni non trasmette un senso di sicurezza, non trasmette un senso di tranquillità, mette a disagio”.

Il compito dell'uomo, inoltre, è quello di decifrare la scatola nera che è la donna, sensibile, emotiva, esigente, l'unica a possedere il potere di scegliere il proprio partner perché facilitata dalle sue condizioni sociali. Ciò che cercano di fare i due trainer è proprio quello di portare il valore della donna sullo stesso piano di quello di un oggetto, di svalutare la persona affinché non risulti più una minaccia o una missione impossibile per certi uomini, ma che invece faccia percepire ad essi di avere il controllo, trattando le donne come loro decidono di volerle trattare. Le donne, inoltre, sembrerebbero ricoprire la posizione di oggetto attratto da altri oggetti. Un'intervista in particolare sembra confermare quanto appena detto. Appartenente alla categoria *dating*-ciò che piace alle donne e pubblicata il 21 maggio, il video in questione ha come tema i regali costosi da fare alle donne. Ancora una volta l'intervista è Olga, la quale presenta la sua idea in merito alla questione, ritenendo che alle donne e a lei soprattutto piacciono i regali costosi e lussuosi, ritenendo che anche all'uomo piace quando la donna si prepara, si agghinda con bei vestiti e gioielli. La visione di Olga, dunque, è molto estrema in merito alla questione, tanto che Steve stesso la frena affermando che certi regali dovrebbero essere fatti solo in determinate condizioni, in particolare quando la ragazza se lo merita. Il regalo viene dunque considerato come una sorta di premio a seconda della desiderabilità del comportamento della donna. Nonostante ciò, Olga non rappresenta l'idea della maggioranza all'interno dell'accademia. Un'altra ragazza, infatti, intervistata sempre in merito ad un tema molto simile afferma che non le piace l'ostentazione di denaro, dando molta più importanza al carattere e alla persona in sé. È importante sottolineare, inoltre, come quest'ultima ragazza sia stata intervistata solo una volta nel corso del mese, al contrario invece di Olga, la quale è stata possibile riscontrare la sua presenza in più video. Ciò potrebbe essere un chiaro indicatore di come la mentalità di Olga risulti essere molto più affine a quella dei due trainer.

Nel corso di un'intervista in particolare, pubblicata il 13 maggio e appartenente alla categoria *lifestyle*, si può notare un atteggiamento lievemente irrispettoso da parte di Steve nei confronti della ragazza intervistata. Ciò che accade viene considerato un chiaro esempio della capacità del trainer di sfruttare la situazione ricorrente a suo favore, dando una dimostrazione di come i vari consigli da lui distribuiti vengano messi in pratica. Il

tema del video riguardava quali sono i segnali che fanno capire di essere in friendzone; nonostante la ragazza potesse volersi esprimere in merito alla questione, la sensazione che viene trasmessa per dura la durata dell'intervista è quella che non le venga nemmeno data l'opportunità di parlare. Steve, infatti, inizia il video ponendo la domanda alla ragazza, ma ancora prima di lasciarle il tempo di risposta, suggerisce quello che secondo lui è un indicatore di friendzone; viene poi lasciata la parola alla ragazza ma solo per breve tempo, ignorando e non commentando quanto detto da lei, Steve va avanti nell'esprimere la sua opinione; Anche l'ultima domanda infatti risulta più rivolta a sé stesso che alla ragazza, la quale infatti non risponde e si limita dimostrarsi d'accordo con l'auto-risposta di Steve. Questo video, dunque, sembra essere stato fatto al solo scopo di mettere in risalto l'opinione del trainer rispetto a quello della ragazza, come se il suo pensiero fosse decisamente più corretto e importante/rilevante, rendendo del tutto futile ciò che non si potrebbe nemmeno definire un'intervista.

3.3.2 Video consiglio

Introducendo la categoria dei video consiglio, è importante sottolineare come gli insegnamenti PlayLover abbiano tra gli obiettivi quello di far prendere consapevolezza agli uomini del fatto di avere la possibilità di poter scegliere la donna che si vuole, come se avessero a disposizione un catalogo infinito di prodotti dal quale non devono far altro che scegliere ciò che più gli aggrada. Il concetto viene espressamente discusso da Cristian in un video appositamente dedicato all'argomento, pubblicato il 17 maggio. Nel video, o meglio reel, in questione vediamo Cristian introdurre quella che lui definisce Filosofia PlayLover, filosofia che in tal caso consiste nello smettere di accontentarsi delle ragazze che si riescono a conoscere solo in certi contesti e di andare ad approcciare la ragazza che si vuole in ogni contesto di vita, ritenendola un qualcosa di semplice, ma che ancora oggi pochi sono in grado di farlo.

In questa tipologia di video non vi è alcuna intervista, infatti l'unico protagonista è il trainer, a volte rappresentato da Steve e altre da Cristian. Entrambi vengono inquadrati frontalmente e parlano guardando dritti in camera, come ad enfatizzare che le parole dette sono rivolte ai ragazzi che li stanno guardando a cui vogliono dare un consiglio. Questa tipologia non è caratterizzata da una determinata categoria di argomenti, essi infatti sono molti e di vario tipo. Riporterò qui di seguito alcuni esempi di maggiore interesse.

La descrizione di un video ha particolarmente attirato l'attenzione, ossia "l'ipocrisia femminile nel 2022". In particolare, nel suddetto video Cristian sottolinea delle evidenti differenze tra l'uomo e la donna, in particolare in merito alle opportunità di conoscenza di quest'ultima, affermando che nonostante le donne si sentano manipolate e oggettificate dai loro video, si lamentano quando viene pubblicato un contenuto a loro favore, ritenendo gli uomini poco seri e privi di coraggio. Inconsapevolmente oppure no è proprio un esempio di oggettivazione ciò che sta trasmettendo, nel cercare infatti di elencare alcuni di quelli che secondo lui sono esempi di come la donna riuscirebbe a trovare un partner più facilmente, afferma che alle suddette basta pubblicare una foto del fondoschiena o del seno mentre agli uomini servono contenuti di valore e capacità di dialogo. Alla donna basta un "Hei" mentre agli uomini serve una frase di esordio originale e divertente altrimenti le donne non rispondono. Alle donne bastano i monosillabi, agli uomini serve la creatività. Alle donne basta lamentarsi perché devono fare gli uomini, gli uomini invece devono agire e fare l'azione e così via. Vi è dunque una chiara considerazione di irrilevanza del ruolo femminile, ritenuta semplicemente un corpo primo di alcun valore. Termina il video affermando che alle donne è tutto scontato, dovuto, gratis mentre gli uomini si devono sudare gli appuntamenti e che se molte donne fossero uomini sarebbero single.

Un ulteriore video presenta una descrizione simile al precedente, formulata sotto forma di domanda: "Il progresso femminista spaventa l'uomo?". È sempre Cristian ad affrontare l'argomento e ciò che afferma è che nonostante i loro video non vengano apprezzati dalle femministe, ciò che lui vorrebbe è una parità tra uomo e donna del 100%. Non è il primo esempio di incoerenza riscontrata tra le parole dei due creator, ma in tal caso è necessario sottolineare che nonostante quanto detto possa risultare nobile, l'idea di fondo che l'accademia ha di donna non combacia con quella di una possibile parità uomo-donna. In seguito, aggiunge, infatti, che in sua opinione le donne vorrebbero solo la parte bella della parità, ossia i diritti e i benefici, ma quando si tratta di altre incombenze per le donne tutto è dovuto per il semplice fatto di essere donne, in questo caso dunque l'emancipazione femminile non conta. Afferma poi che l'uomo di oggi non vede l'ora di conoscere una donna autonoma e indipendente, capace di scegliere un partner non per mera necessità di sopravvivenza, bensì perché le interessa il suo passato, ne condivide i valori educativi, è allettata dalla sua ambizione di crescita e coinvolta dal suo energico

ottimismo. Ritendo implicitamente che esse non esistano, sostiene che molte donne ripudiano l'idea di andare a lavorare e vedano l'uomo solo come un bancomat. Sottolineando infine che l'uomo davvero desidera la parità e che auspica al progresso della donna.

È evidente l'incoerenza di come venga promossa la parità dei sessi ma allo stesso tempo continuano a pubblicizzare e vendere corsi di insegnamento su come manipolare la donna allo scopo di raggiungere il proprio obiettivo, oggettivandola e prendendola in considerazione solo a patto che presenti certe caratteristiche e determinate abilità.

In un ulteriore video Cristian afferma come ad una donna basti poco per avere tanto, ritenendo come a loro risulti più facile ottenere decine di messaggi dai ragazzi soltanto postando una particolare foto nei propri social, mentre gli uomini devono avere foto belle e di contenuto, con descrizioni accattivanti. Ancora una volta, dunque, la donna viene ritenuta come un guscio vuoto, in grado di far cadere tutti gli uomini a suoi piedi attraverso una foto in bikini. Se però in alcuni video la donna viene oggettivata e ritenuta superficiale, dall'altro lato Steve in un video afferma come per le donne il fisico durante i rapporti sessuali non sia sufficiente, che hanno bisogno di essere attratte mentalmente. In tal caso Steve non tarda nell'offrire diversi consigli su come cercare di manipolare la situazione a proprio favore, facendo in modo che sia lei a corteggiare, a fare la parte dell'uomo. Rendendo dunque implicito il ruolo dominante dell'uomo nella fase di corteggiamento.

Un ultimo video della categoria merita una breve considerazione, in quanto presenta alcuni elementi degni di interesse, non tanto per ciò che concerne il topic del suddetto, ossia il linguaggio verbale, ma per quanto detto da Cristian in merito alle donne e l'idea che traspare dalle sue parole, giustificando il suo pensiero come un qualcosa di naturale e scientifico. Nel corso del video, infatti, Cristian afferma come "gli uomini possono avere la spiacevole sensazione che le donne siano lettrici della mente o semplicemente molto sensitive. Ma l'intuizione delle donne è probabilmente più biologica che mistica" il creator spiega che questo è dovuto al fatto che "nel corso dell'evoluzione le donne potrebbero essere state selezionate per le loro capacità di mantenere in vita giovani esseri umani, le proli, il che implica dedurre ciò di cui un bambino ha effettivamente bisogno". Ritiene, dunque, le donne dotate di un "super intuito femminile" e spiega che questa sensitività negli uomini non è altrettanto sviluppata. Ritenute, dunque, prima degli oggetti e ora

posseditrici di abilità speciali, è evidente come le donne nell'immaginario di PlayLover costituiscano una categoria a parte, totalmente differente dall'uomo, che richiedono di essere trattate con la giusta considerazione. Successivamente comincia a fare un elenco di quelle che secondo lui sono i comportamenti non verbali che la donna mette in atto durante le prime fasi della conoscenza e che consiglia agli uomini di esercitarsi a individuare. Ciò che salta all'occhio in questo video come in altri è la forte generalizzazione fatta dai trainer nei confronti delle donne. Presentano sempre uno stesso prototipo di donna, solitamente lo stesso prototipo riportato nelle interviste stesse.

Dall'analisi dei video è, inoltre, evidente come ritengano che vi sia una forte disparità tra uomo e donna, in particolare ritengono quest'ultima privilegiata in ambito relazionale, come dimostrato dagli esempi soprariportati. Cercando dunque di istruire gli uomini su come invertire i ruoli, come fare in modo che sia la donna a cercare loro e quali specifici strategie adottare per ottenere risultati.

3.3.3 Q&a e chiacchierata con un trainer

Degli ulteriori esempi di oggettivazione femminile e non solo, sono stati riscontrati all'interno della categoria q&a e chiacchierata con il trainer. Il primo dei due, come spiegato in precedenza, consiste in una sorta di intervista composta da un'unica domanda. Il format ha l'obiettivo di chiarire quelli che possono essere i dubbi dei loro studenti e seguaci. È stato spesso ripetuto nel corso di questa tesi come l'accademia di PlayLover possieda un'immagine retrograda del concetto di donna e la prova di ciò è stata possibile riscontrarla in un video in particolare. La domanda che viene posta al trainer Cristian riguarda il tema della galanteria; egli ritiene come le donne a suo dire marcino sul termine galanteria, dando tutto per scontato e considerato tutto dovuto, le accusa di strumentalizzare tale parola al solo scopo di non tirare mai fuori il portafoglio, fino a quando la galanteria non diventa vero e proprio mantenimento. Ancora una volta permane l'idea della donna che non sappia badare a sé stessa o che preferisce essere mantenuta da un uomo, un'immagine di donna che non rispecchia quella che effettivamente esiste nel 2022. Attraverso questi video non svalutano solo la donna in quanto persona ma influenzano gli uomini a pensare che la maggioranza sia rappresentata da questo prototipo, quando la realtà dei fatti ad oggi è molto diversa.

In un q&a pubblicato il 13 maggio e appartenente alla categoria lifestyle, Cristian viene invitato a rispondere alla seguente domanda: “Esco regolarmente con una ragazza bellissima che sessualmente è scadente: che faccio?”. L’ideatore della domanda sta dunque cercando di chiedere un consiglio al trainer sul modo più adatto di comportarsi in una situazione del genere. Cristian definisce tale situazione come imbarazzante e spiacevole in quando una donna apparentemente bellissima non soddisfa quelle che sono le aspettative ad essa associate. Ritiene inoltre che se la donna decide di prepararsi e curarsi ciò sta ad indicare che ha un certo riguardo per l’attenzione dell’uomo, che le interessa mostrarsi appetibile, aumentando così le aspettative sessuali. Non viene dunque nemmeno presa in considerazione l’ipotesi che la donna possa decidere di vestirsi, truccarsi o comportarsi in un certo modo al solo scopo di piacersi e sentirsi a proprio agio con sé stessa. Cristian è inoltre convinto le donne pensino che sia sufficiente l’immagine per attrarre un uomo, quando invece è necessario che vi sia anche la parte sessuale, ossia che mantenga prestazioni sessuali di un certo tipo. Paragona poi la donna ad una Ferrari, ritenendo che una donna ben vestita e di bella presenza sia come una bella macchina che non può essere guidata per la mancanza di benzina, diventando dunque un oggetto inutile. Si rivolge poi alle donne affermando che l’uomo si crea delle aspettative sessuali se loro elaborano il loro outfit, si “pompano” le labbra o si fanno tatuaggi per risultare più sexy; e se tale aspettativa non viene soddisfatta l’uomo rimane deluso e l’interesse va scemare. Aggiunge infine che è come possedere un contenitore in cucina che ricopre solo il ruolo di soprammobile.

Quanto appena riportato è l’esempio più lampante di oggettivazione a favore della tesi di ricerca. L’idea che ancora una volta viene trasmessa è quella della donna nata per compiacere l’uomo, donna come oggetto mirato al soddisfacimento sessuale.

Un esempio simile è stato riscontrato in un altro video della stessa categoria. In questo caso un ragazzo che sta frequentando tre diverse donne contemporaneamente chiede un consiglio su come scegliere quella con cui portare avanti la frequentazione. Al di là del consiglio che Cristian dà al ragazzo, ciò che è di maggior interesse il modo di parlare in riferimento alle donne, come semplicemente una scelta tra un catalogo, private di personalità e valori, ritenute oramai solo un numero da aggiungere alla lista. Ciò che Cristian suggerisce è di esaminare vari fattori che possano incidere nella scelta, in particolare suggerisce al ragazzo di capire cosa ogni ragazza può dargli in termini di

relazione, valutando anche l'intimità e progetti futuri della ragazza, suggerendo infine ove possibile, di passare quattro o cinque giorni di prova con ognuna di loro al fine di capire con la quale ci si sente meglio. È lampante in tale contesto la similitudine della donna a quella di oggetto, relegata allo stesso livello di un paio di scarpe che hanno bisogno di essere provate prima dell'acquisto finale.

Data la quantità di volte in cui viene data quest'idea del concetto di donna, hanno pensato fosse necessario dedicare un video in particolare nel cercare di chiarire che è essenziale ascoltare una donna in una relazione. Il video in questione appartiene alla categoria delle chiacchierate con il trainer e consiste in una videochiamata con quest'ultimo. In questi tipi di video l'intervento dei creator viene ridotto al minimo, lasciando più spazio al collega trainer affinché possa esprimere la propria opinione liberamente. Steve, dunque, una volta introdotto l'argomento del video in questione lascia spazio al trainer Max di esprimere la propria opinione. Egli sottolinea dunque come l'ascolto in una relazione sia importante in quanto la donna ha bisogno di avere un uomo al proprio fianco in grado di fornire loro delle garanzie, aggiungendo poi di concentrarsi anche sui piccoli segnali non verbali, in quanto importanti e degni di interesse. Come affermato anche in altro video, è bene che a volte l'uomo mostri il suo lato femminile, inteso come suo lato sensibile che non ha paura di esprimere le proprie emozioni. Ancora una volta, dunque, i ruoli uomini e donna vengono chiaramente rimarcati dai trainer.

CONCLUSIONI

Nel corso dei vari capitoli sono stati affrontati diversi temi; a partire da una delimitazione della domanda di ricerca, si è poi cercato di definire la metodologia attraverso la quale essa è avvenuta. Sono in seguito stati fatti riferimenti a ricerche avvenute precedentemente, allo scopo di dare una prospettiva più ampia al tema e di definire quei termini che sono stati necessari per la comprensione ultima dei vari materiali raccolti. A partire da autori come Oliver Hambling e Jones ed Andrew John, i quali si sono impegnati nella definizione del termine di Pick Up Artist, fino a Rachel O'Neill e al suo libro *Seduction*, la quale attraverso una ricerca svolta in una comunità di seduzione a Londra cerca di studiare le varie caratteristiche e obiettivi di coloro che vengono definiti seduttori, o meglio, artisti del rimorchio. Ogni materiale e informazione ricavato dalle diverse prospettive teoriche sono state adattate e selezionate affinché potessero risultare di interesse ai fini della domanda di ricerca presentata nella suddetta tesi. Infatti, è stata l'oggettivazione femminile il tema principale affrontato nel corso delle varie pagine, ma non l'unico. È infatti risultato dall'analisi dei vari video un carattere fortemente stereotipante del concetto di ruoli maschili e femminili. Ciò è stato possibile osservarlo grazie alla moltitudine di dati raccolti dal profilo di PlayLover Academy; proprio a causa della mole di contenuti da essi pubblicati la ricerca si è limitata ad un mese di video condivisi nella piattaforma social di Instagram, i quali però hanno costituito materiale sufficiente per condurre l'analisi della ricerca. Essa, infatti, era iniziata allo scopo di provare come l'accademia di seduzione PlayLover contribuisse alla diffusione dell'idea di donna attraverso un'immagine retrograda e stereotipata, insegnando a coloro che sono i loro studenti come manipolarle per ottenere i risultati desiderati. Al fine di ottenere ciò la donna viene oggettificata e manipolata, portando gli uomini ad avere maggior consapevolezza di sé, del proprio valore sociale e dominante nei confronti del sesso femminile. Le donne, infatti, vengono considerate come una specie a parte, che richiedono determinate attenzioni e accortezze per poter essere conquistate e in alcuni casi persino dominate. Nonostante l'accezione apparentemente negativa, che l'accademia trasmette nei confronti della donna, sono moltissimi gli studenti che hanno deciso di intraprendere un percorso di formazione; si presupponendo, dunque, che gli studenti stessi possiedano gli stessi valori dei loro trainer. Fin quando ci saranno uomini insicuri

che ritengono di non aver altra speranza di trovare una compagna se non assimilando questi tipi di insegnamenti, tali contenuti continueranno a proliferare. Inoltre, un aspetto sulla quale è importante soffermarsi è costituito da ciò che Edward Orehek e Casey G. Weaverling hanno definito auto-oggettivazione, riguardo l'effetto che le considerazioni dei Pick Up Artist hanno sulle donne. Come riportato negli esempi del capitolo precedente la prospettiva della concezione di donna non viene assimilata unicamente dagli uomini bensì dalle donne stesse, ed è proprio grazie a quest'ultime che studenti come quelli presenti a PlayLover Academy riescono ad ottenere risultati. Un ulteriore messaggio implicitamente espresso dall'accademia in questione consiste in una forte generalizzazione del sesso femminile; infatti, molto spesso si parla di donne in termini universali, totalmente prive di personalità e di caratteristiche uniche.

In conclusione, per quanto accademie come quella di PlayLover continuino a lucrare e a diffondere queste tipologie di contenuti, può essere fatta una considerazione in merito al fatto che al di fuori di esse il mondo femminile è molto più ampio e ricco di sfumature di quanto i trainer vogliano far credere. E che le donne da loro descritte, per quanto esistenti, al giorno d'oggi non costituiscono più la maggioranza all'interno della nostra società.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Cosma Stephanie and Gurevich Maria (2019) *Securing sex: Embattled masculinity and the pressured pursuit of women's bodies in men's online sex advice*, Ryerson University, Canada.
- Dayter Daria, Rüdiger Sofia (2016) *Reporting from the Field: The Narrative Reconstruction of Experience in Pick-up Artist Online Communities*.
- Hambling-Jones Oliver, Merrison John Andrew (2012), *Inequity in the pursuit of intimacy: An analysis of British pick-up artist interactions*, York St John University, Lord Mayor's Walk, York, UK.
- Nathan Oesch (2012), *The Dating Mind: Evolutionary Psychology and the Emerging Science of Human Courtship*, University of Oxford.
- O'Neill Rachel (2018), *Seduction: Men, Masculinity and Mediated Intimacy*, Medford, MA.
- Orehek Edward and Weaverling Casey G. all authors and affiliations (2017), *On the Nature of Objectification: Implications of Considering People as Means to Goals*.
- Bareket Orly Shanbel Nurit (2019), *Domination and Objectification: Men's Motivation for Dominance Over Women Affects Their Tendency to Sexually Objectify Women*.
- Schuermans Jitse and Monaghan Lee F. (2015), *The Casanova-Myth: Legend and Anxiety in the Seduction Community*, University of Amsterdam; University of Limerick.
- Strauss Neil (2015), *The game: Penetrating the secret society of PickUp Artist*, Harper Collings.