



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

**DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA
APPLICATA**

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE

IL LINGUAGGIO DELLA VIOLENZA DI GENERE ONLINE

Relatore:
Prof. Bruno Mastroianni

Laureanda:
Bruna Pugnaghi
Matricola n. 1223611

ANNO ACCADEMICO 2022-2023

INDICE

INTRODUZIONE	3
1. Dagli stereotipi di genere alla violenza di genere	6
1.1 Gli stereotipi di genere	6
1.2 Oggettificazione sessuale e sessualizzazione della donna	9
1.3 La violenza di genere	13
2. Il linguaggio	18
2.1 Il linguaggio come specchio della società	18
2.2 Linguaggio, potere e sessualità	19
2.3 Linguaggio, genere e hate speech	24
3. Il caso Telegram	29
3.1 Condivisione non consensuale di materiale intimo	29
3.2 Perché Telegram	31
3.3 Metodologia di ricerca e struttura dei canali Telegram	33
3.4 Il nuovo inferno Dantesco: gli abissi delle interazioni nei canali Telegram ...	36
3.4.1 P3d Seeker	39
3.4.2 Known Seeker	40
3.4.3 Real Seeker	41
3.4.4 Approval Seeker	41
3.5 Sintesi dei contenuti	42
CONCLUSIONI	45
BIBLIOGRAFIA	48
SITOGRAFIA	51

INTRODUZIONE

La società odierna si può definire estremamente maschilista e misogina, le logiche al suo interno quali la socializzazione al genere, gli stereotipi, la violenza e addirittura il linguaggio la alimentano e cristallizzano. Le gerarchie di genere erano delle caste che ora, grazie all'emancipazione femminile, si stanno leggermente sbriciolando; il percorso però per arrivare ad una completa gender equality è ancora lungo e frastagliato dal momento in cui chi detiene il potere rema contro il progresso.

Il linguaggio è uno strumento potentissimo che viene usato per perpetuare e mantenere le disuguaglianze; i dominanti, quindi chi è al potere, limita alle classi soggiogate – le donne – l'accesso alle posizioni alte della gerarchia sociale. Per ristabilire e mantenere lo status quo spesso viene usata la violenza e una narrazione falsata della realtà quando la si racconta tramite i mass media.

La violenza di genere è un fenomeno estremamente pervasivo nella nostra società, essa si è evoluta e adattata alle nuove forme comunicative. Infatti, non è più legata solo alla fisicità ma può anche essere effettuata tramite i canali digitali e avere comunque conseguenze estremamente reali. Nel contesto digitale la violenza di genere può prendere la forma della condivisione non consensuale di materiale intimo, della denigrazione, dell'umiliazione e dell'odio generalizzato nei confronti delle donne. Nonostante la violenza di genere si possa considerare strutturale e culturale, le misure per contrastarla, soprattutto nel digitale, sono scarse e mancano di tempestività.

La presente tesi è volta a indagare la costruzione della maschilità, in opposizione alla femminilità, in contesti omosociali; inoltre, vuole sottolineare la pratica della condivisione non consensuale di materiale intimo nei gruppi e canali Telegram come forma di violenza strutturata all'interno della nostra società.

Il primo capitolo della tesi in questione è volto a evidenziare il climax crescente dagli stereotipi di genere che portano alla violenza di genere. Il tutto inizia con la socializzazione e con i comportamenti ritenuti adeguati o meno alle aspettative del proprio sesso, successivamente essi vengono introiettati e naturalizzati. Dopo questi processi il mondo viene visto con le lenti degli stereotipi di genere al punto da arrivare ad oggettivare sessualmente le donne.

Nel secondo capitolo viene analizzato il rapporto tra linguaggio, potere e società e come questi tre siano estremamente interconnessi. Il linguaggio è uno specchio della società, quindi ne riproduce le logiche e le devianze; esso viene anche usato dalla classe egemone maschile per mantenere il privilegio sociale che detiene. Il potere, quindi, deriva anche dal linguaggio, oltre che dalla posizione sociale, e viene usato dai dominanti – le maschilità egemoni – per mettere delle barriere di ingresso nel raggiungimento delle posizioni elevate alle donne.

Il terzo capitolo è incentrato sulla condivisione non consensuale di materiale intimo e sulle performance di maschilità all'interno dei contesti omosociali. Questa pratica è stata osservata soprattutto all'interno di gruppi Telegram, che grazie alla loro architettura digitale offrono un ecosistema che favorisce la propagazione della diffusione della condivisione non consensuale di materiale intimo.

Capitolo 1

Dagli stereotipi di genere alla violenza di genere

1.1 Gli stereotipi di genere

Il termine stereotipo deriva dal greco antico, è il prodotto dell'unione di stereos (fermo) e typos (impronta); a coniarlo con il significato usato attualmente fu Walter Lippmann nel 1922 nel suo libro *Public Opinion*¹. Il termine non nasceva con accezione negativa, era semplicemente un meccanismo psicologico secondo il quale le persone categorizzavano il mondo per poterlo comprendere al meglio.

Gli stereotipi, oggi, sono considerati dei costrutti sociali e mentali che riportano una visione semplicistica e generalizzata della realtà; essi si ripetono meccanicamente e non prendono in considerazione i singoli casi o individui. In altre parole, gli stereotipi sono delle credenze sociali parziali della realtà, le quali vengono attribuite ai soggetti come parte integrante della loro personalità². Questo atteggiamento mentale è alquanto pervasivo e può toccare diversi ambiti della vita personale dei soggetti: possono essere ad esempio culturali, etnici, razziali, di genere o di classe. Essendo un prodotto sociale, gli stereotipi sono concetti fluidi che mutano a seconda della cultura in cui sono immersi e di cui sono il prodotto: essi sono quindi influenzati, oltre che dalla cultura, anche dalla posizione geografica da cui derivano.

Gli stereotipi di genere sono tutte quelle concezioni, condivise e socialmente trasmesse, sulle aspettative di comportamento in base al genere di identificazione. Ciò significa che essi definiscono e danno delle regole a priori su come essere donne e uomini, come comportarsi, i ruoli all'interno della vita sociale e privata di ognuno, le aspettative fisiche e sociali e molto altro. Questo tipo di stereotipo viene descritto dalla psicologia sociale come più prescrittivo rispetto agli altri poiché la sua socializzazione avviene fin dalla tenera età. Inoltre, gli stereotipi sono mutevoli: si evolvono con l'evolversi della società e delle dinamiche interne ad essa, sono cristallizzanti poiché costituiscono delle

¹ Lippmann W., 1922. *Opinione Pubblica*, Roma, Donzelli Editore, p. 61.

² Bosche M., 2005. *Des préjugés aux stéréotypes*, Module I.304 du Didacticiel d'études interculturelles, in <http://sites.google.com/site/articlesmarcbosche/despréjugésauxstéréotypes>.

categorizzazioni rigide che vengono riprodotte con il cambiamento sociale. Essi dunque non sono neutri, portano con loro le giustificazioni alle diseguaglianze e alle discriminazioni tra uomini e donne. Va specificato che gli stereotipi contribuiscono alla creazione, quindi all'identificazione, della nostra identità. Si prenda per esempio lo stereotipo della mamma: alcuni tra gli attributi legati a questa figura sono la bontà, la fiducia, la generosità e l'accoglienza. Questi possono generare delle aspettative di comportamento che, a loro volta, andranno a influenzare la costruzione dell'identità femminile³.

Come detto in precedenza, gli stereotipi di genere vengono appresi socialmente mediante un processo che si chiama socializzazione di genere. La socializzazione avviene quando l'individuo si integra nella società di cui fa parte diventando un essere sociale, essa quindi è il prodotto dell'interazione sociale e delle relazioni tra individui e gruppi dominanti. Donne e uomini, attraverso la socializzazione, apprendono le aspettative culturali e sociali associate al loro "essere donne" ed "essere uomini"; queste incidono sul concetto e costruzione del sé, sugli atteggiamenti sociali e politici e, infine, sul modo in cui definiscono le loro relazioni sociali⁴. Il processo di socializzazione inizia immediatamente con nascita e avviene in base al nostro sesso, quindi al nostro genere:

«Dalla nascita si viene socializzati in modi differenti in funzione dei significati che i modelli culturali prevalenti costruiscono in funzione del nostro sesso biologico e degli stereotipi a essi associati: le ragazze imparano a diventare donne, i ragazzi uomini. Si acquisiscono un genere, un'identità, dei ruoli, e si apprendono i comportamenti che, agli occhi della società, corrisponderebbero al nostro sesso»⁵.

Con il tempo vengono interiorizzati i ruoli di genere, ovvero l'insieme delle aspettative socialmente costruite associate al concetto di femminilità e maschilità. Essi vengono considerati come naturali e non culturalmente appresi; perché ciò avvenga subiscono, quindi, un ulteriore processo inconscio chiamato naturalizzazione.

³ A.a V.v., 2010. *Entre le Rose et le Bleu: Étude sur les stéréotypes sexuels et construction sociale du féminin et du masculin*, in Conseil du statut de la femme, Québec.

⁴ Lombardi L., 2005. *Società, culture e differenze di genere. Percorsi migratori e stati di salute*, Milano, Franco Angeli.

⁵ Abbatecola E., Stagi L., 2017. Ed. *Pink is the new black: Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*, Torino, Rosenberg & Sellier, pp. 41-60.

Secondo il sociologo Talcott Parsons, la socializzazione è funzionale all'acquisizione degli orientamenti valoriali di una società, i quali sono alla base delle performance di ruolo⁶. Se nella società odierna la socializzazione è ancora puntata verso gli stereotipi di genere, i quali rinchiudono le donne all'interno delle mura domestiche, di conseguenza è interesse della maschilità egemone che la socializzazione continui verso questa direzione.

Gli agenti socializzanti, ovvero tutte quelle strutture sociali che ci socializzano alla nostra società, possono essere diversi in base alla cultura di riferimento, orientativamente essi sono: la famiglia, il gruppo dei pari e la scuola. La famiglia all'interno del contesto sociale rappresenta l'agenzia di socializzazione primaria. È, infatti, in questo ambiente che si apprendono i primi comportamenti di genere rispetto a ruolo, luoghi, spazi e giochi. I comportamenti che i genitori attuano in modo consapevole, e non, nei confronti dei figli andranno ad influenzare il loro sviluppo.

«I genitori e i parenti tendono a incoraggiare le bambine e i bambini a conformarsi ai ruoli associati dalla società al loro sesso di appartenenza, e a scoraggiare ogni comportamento percepito come proprio del genere opposto»⁷.

I genitori influenzano anche il gruppo dei pari con cui i bambini si interfacciano: essi, tendenzialmente, preferiscono che i propri figli abbiano incontri con i coetanei dello stesso sesso. I bambini, arrivati a questo punto, hanno già interiorizzato e naturalizzato i primi stereotipi di genere, intorno ai tre anni sono già in grado di differenziare il comportamento degli adulti in base al genere di appartenenza. Il valore e il prestigio sociale assegnato a ogni genere sono diversi, per i bambini infatti “fare le femminucce” è perdere lo status superiore dato dell'appartenere al gruppo dominante.

I bambini imparano a performare il loro genere anche tra le mura scolastiche, in cui si vede sempre più un distacco dei due sessi⁸: si formano gruppi omogenei secondo il genere di appartenenza e si è portati a rifiutare comportamenti e atteggiamenti che non si

⁶ Parsons T., 1964, *Social structure and personality*, Londra, The Macmillan Company.

⁷ Abbatecola E., Stagi L., 2017. Ed. *Pink is the new black: Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*, op. cit.

⁸ Si noti che genere e sesso qui sono stati usati come sinonimo per evitare le ripetizioni. Questi due termini però indicano due concetti differenti: il sesso fa riferimento alle caratteristiche biologiche di un soggetto alla sua nascita (maschio e femmina), il genere, invece, è un costrutto sociale che non è dato arbitrariamente dal sesso di una persona ma varia in modo indipendente da quest'ultimo.

considerano conformi alle proprie aspettative di genere. Un tratto peculiare della distinzione tra generi sono i giochi che i gruppi performano: le bambine sono più portate a giochi simbolici e di imitazione dei ruoli adulti come ad esempio “mamma casetta”, i bambini invece sono più propensi a correre e a fare giochi che riportino alla dimensione della lotta⁹.

Esistono, infine, altri agenti socializzanti e sono, ad esempio, la televisione, la pubblicità, i cartoni, i libri, i manuali scolastici e i luoghi in cui passare il tempo libero. Tutti questi sono luoghi e strumenti di grande stereotipizzazione del genere.

È bene evidenziare che i bambini, come tutti i soggetti sociali, non accettano passivamente le strutture sociali. Essi infatti:

«non sono meri ripetitori della cultura degli adulti, non si limitano cioè a emulare o interiorizzare la realtà circostante, ma interpretano creativamente tale cultura ed esse/i stesse/i producono culture dei pari specifiche e differenti da quelle degli adulti»¹⁰.

Gli stereotipi di genere, pertanto, sono dei costrutti sociali che categorizzano, semplicizzano e cristallizzano i ruoli sociali da attendere in base al genere di appartenenza. Essi sono trasmessi tramite il processo di socializzazione e diventano parte integrante dell'identità degli individui grazie alla naturalizzazione. Gli attori sociali però hanno il potere di rifiutare l'ottica stereotipata della società grazie alla capacità critica e creativa di ognuno.

1.2 Oggettificazione sessuale e sessualizzazione della donna

Gli stereotipi di genere influenzano come la donna viene rappresentata e vista nella società odierna. Essi portati agli estremi e inglobati nella visione della realtà possono portare alla deriva dell'oggettificazione o della sessualizzazione.

L'oggettificazione è una forma di deumanizzazione¹¹, secondo la quale un dato individuo viene ridotto ad un oggetto da sfruttare e manipolare per raggiungere i fini desiderati dall'osservatore. Una particolare forma di oggettificazione è rappresentata da

⁹ A.a V.v., 2010. *Entre le Rose et le Bleu: Étude sur les stéréotypes sexuels et construction sociale du féminin et du masculin*, op. cit.

¹⁰ Satta C., 2012. *Bambini e adulti: la nuova sociologia dell'infanzia*, Roma, Carocci, p. 54.

¹¹ Volpato C., 2011. *Deumanizzazione. Come si legittima la violenza*, Bari, Laterza.

quella sessuale – che colpisce maggiormente le donne – in cui l’individuo viene riconosciuto e identificato con le sue funzioni sessuali, le quali vengono separate completamente dalla sua personalità. Dopo il processo di oggettificazione sessuale, queste funzioni dell’individuo lo rappresentano in toto: esso perde tutta la sua parte di identità slegata da quella sessuale.

Secondo la filosofa Martha Nussbaum¹² il concetto di oggettivazione comprende sette dimensioni:

- Strumentalità: l’oggetto è uno strumento per gli scopi altrui;
- Negazione dell’autonomia: l’oggetto è un’entità priva di autonomia e autodeterminazione;
- Inerzia: l’oggetto è un’entità priva di capacità di agire e di essere attivo;
- Fungibilità: l’oggetto è interscambiabile con altri oggetti della stessa categoria o con altri oggetti di un altro tipo;
- Violabilità: l’oggetto è un’entità priva di confini che ne tutelino l’integrità, è quindi qualcosa che è permesso rompere, fracassare, invadere;
- Proprietà: l’oggetto appartiene a qualcuno e può essere venduto o prestato;
- Negazione della soggettività: l’oggetto è un’entità le cui esperienze e i cui sentimenti sono trascurabili.

Nel momento in cui un individuo viene oggettivato non vengono attuati tutti questi aspetti contemporaneamente, si può affermare che quando si parla di oggettivazione sessuale, però, la maggior parte di essi vengono messi in atto. La donna vittima di oggettivazione, infatti, diventa uno strumento sessuale (strumentalizzazione) ed essendo rilegata alla sua mera funzione sessuale non è importante la sua identità, nonché personalità quindi è facilmente interscambiabile (fungibilità). Alla donna non è riconosciuto alcun “confine”, la sua integrità quindi è facilmente messa a rischio (violabilità), essa può appartenere al partner che la può condividere con altri tramite foto e video – si veda terzo capitolo – (proprietà), infine, alla donna oggettivata sessualmente non sono riconosciuti sentimenti o esperienze (negazione della soggettività).

Esiste una forma di auto-oggettivazione, in cui soggetto oggettivato (chi subisce l’oggettivazione) e soggetto oggettivante (chi attua l’oggettivazione) coincidono. Si

¹² Nussbaum M. C., 2014. *Persona oggetto*, Trento, Erickson.

possono distinguere due tipi di oggettivazione all'interno di questa: di tratto e di stato¹³. Con l'auto-oggettivazione di tratto ci si riferisce alla tendenza, perlopiù stabile, di vedersi con occhi altrui, di preoccuparsi del proprio aspetto fisico, della propria apparenza. L'auto-oggettivazione di stato, invece, è un meccanismo più sottile e temporaneo che viene attivato inconsciamente quando si entra in contatto con un determinato tipo di contenuto, si ricevono commenti negativi o apprezzamenti volgari sul proprio aspetto. Da un punto di vista psicologico, l'auto-oggettivazione corrisponde all'interiorizzazione dello sguardo sociale che porta a giudicare se stessi solo in base alle caratteristiche fisiche e agli attributi sessuali¹⁴.

Oggi giorno oggettificazione sessuale e sessualizzazione vengono spesso usati come sinonimi, questi due concetti però differiscono poiché la sessualizzazione riguarda di un fenomeno più ampio: il valore di una persona viene misurato esclusivamente dalla sua sensualità¹⁵. Nonostante il concetto di sessualizzazione esista solo dagli anni Novanta, questo fenomeno sociale è presente da ben prima: le forme di sessualizzazione della donna si sono evolute con l'evolversi delle forme di rappresentazione del femminile. Infatti, la sessualizzazione è un processo sociale a lungo termine avuto inizio dopo un periodo di de-sessualizzazione e restrizioni sociali durante l'epoca Vittoriana¹⁶.

Secondo la sociologa Rosalind Gill la sessualizzazione si lega allo sviluppo di due pratiche interconnesse tra loro: l'aumentare delle narrazioni legate al sesso e l'aumentare della rappresentazione erotica delle persone in luoghi e media pubblici¹⁷. Inoltre, essa ha degli impatti anche nella vita sessuale delle persone: uno studio condotto dalla American Psychological Association (APA) nel 2010 per quanto concerne la sessualizzazione tra le ragazze ha evidenziato come l'erotizzazione sia caratterizzata da

¹³ Pacilli M. G., 2012. *Solo per i tuoi occhi...L'oggettivazione sessuale in un'ottica psicosociale*, In-Mind Italia.

¹⁴ Pacilli M. G., 2014. *Quando le persone diventano cose. Corpo e genere come uniche dimensioni di umanità*, Bologna, Il Mulino.

¹⁵ Ward, L.M., Seabrook, R.C., Manago, A. et al., 2016. *Contributions of Diverse Media to Self-Sexualization among Undergraduate Women and Men*, in *Sex Roles* 74, pp. 12–23.

¹⁶ Wouters C., 2010. *Sexualization: Have Sexualization process changed direction?*, in *Sexualities*, 13(6), pp. 723–41.

¹⁷ Gill R., 2007. *Gender and the media*, Cambridge/Malden, Polity Press.

diversi elementi che la distanzierebbero da una visione sana della sessualità¹⁸. Questi elementi sono:

- «a person's value comes only from his or her sexual appeal or behavior, to the exclusion of other characteristics;
- a person is held to a standard that equates physical attractiveness (narrowly defined) with being sexy;
- a person is sexually objectified—that is, made into a thing for others' sexual use, rather than seen as a person with the capacity for independent action and decision making; and/or
- sexuality is inappropriately imposed upon a person».¹⁹

La sessualizzazione è un fenomeno estremamente visibile nei mass media, la figura femminile, infatti, viene rappresentata usando categorie e attributi sessuali. Gli ideali femministi di libertà di scelta, espressione del proprio corpo e delle proprie forme sono stati rimodellati e riproposti alle donne sottoforma di figure femminili stereotipate e senza voce, il cui unico scopo è quello di apparire in contrasto al maschile. Sono stati riformulati i canoni di bellezza e di comportamento di come le donne dovrebbero apparire ed essere per poter sembrare sessualmente appetibili; la donna per andare in televisione non deve saper fare qualcosa, deve essere bella.

Le donne nella televisione italiana sono sottorappresentate e, quando lo sono, esse sono costrette a umiliazioni e denigrazioni, diventano figure erotiche funzionali alle disposizioni degli uomini. Si pensi ad esempio a tutte le figure femminili dello show televisivo *Avanti un Altro!* che, indipendentemente, dal ruolo effettivo che hanno all'interno dello spettacolo vengono esaltate per le loro caratteristiche fisiche e sensuali; inoltre, vengono ripresi gli spettatori uomini che dimostrano con entusiasmo, tra salti e urla, la loro approvazione per i vestiti succinti. Esse sono vittime di violazioni da parte delle telecamere che per fare determinare riprese devono essere pre-posizionate; della loro personalità purtroppo non c'è traccia, dei loro corpi esposti e "appesti come prosciutti", si²⁰.

¹⁸ Per sessualità sana si intende un importante connubio tra salute mentale e fisica, il quale favorisce l'intimità fisica, il legame e il piacere condiviso. In più esso è basato sul rispetto e consenso da parte dei partner.

¹⁹ APA Task Force on the Sexualization of Girls, 2008. *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*, in American Psychological Association.

²⁰ Zanardo L., Chindemi M. M., 2010. *Il corpo delle donne. L'immagine del femminile nella Tv italiana*, in <https://www.ilcorpodelledonne.net/documentario/>.

Oggettificazione sessuale, sessualizzazione e auto-oggettificazione hanno una serie di conseguenze psicofisiche negative che toccano nel profondo la vita delle donne. Quest'ultime sono spesso portate a provare vergogna per il proprio corpo, ciò ha origine dal continuo e inevitabile paragone con l'ideale di bellezza sovra-rappresentato dai mass media nella società. Inoltre, lo sguardo giudicante della società maschilista può creare due tipi diversi di ansia: ansia da aspetto e da sicurezza, poiché le donne non sanno mai come il proprio corpo verrà guardato e infine giudicato²¹.

Nonostante la società del XXI secolo stia facendo dei passi avanti per quanto riguarda la body-positivity, non si può ancora dire che la figura femminile sia libera delle catene della sessualizzazione. Anzi, come detto in precedenza, le armi usate dai movimenti femministi per liberare i corpi e le menti sono state usate per soggiogare ancora una volta quest'ultimi al dominio del patriarcato, ristabilendo lo status quo. Le giovani donne, quindi, ancora una volta sono sottoposte a una iper-sessualizzazione della figura femminile presente sui social e sui mass media, e, inoltre, devono confrontarsi continuamente con una realtà che impone loro di essere sessualizzate ma, allo stesso tempo, di essere "donne per bene".

1.3 La violenza di genere

Per violenza di genere si intendono tutti quegli atti violenti volti a nuocere una persona in base al suo sesso di appartenenza. La violenza può differire nella forma, infatti essa può essere psicologica, fisica, istituzionale o sessuale; la vittima, però, è sempre una donna. La violenza di genere, come sostiene la Convenzione di Istanbul²² ha una natura strutturale che riconosce la posizione di subordinazione femminile rispetto a quella maschile, data da secoli di rapporti di disuguaglianza tra i sessi.

Parlare di violenza contro le donne è alquanto difficile a livello quantitativo, le misure esatte delle violenze non sono note con precisione e non se ne parla abbastanza

²¹ Fredrickson B. L., Roberts T., 1997. *Objectification Theory. Toward understanding Woman's Lived Experiences and mental health risks*, Cambridge University Press.

²² La Convenzione di Istanbul è un trattato introdotto nel 2011 in Europa per contrattare e prevenire la violenza contro le donne. Essa rappresenta gli standard minimi per la protezione, prevenzione e condanna della violenza di genere.

affinché l'attenzione dell'opinione pubblica ne venga attratta. Ad oggi molte sono ancora le donne che non denunciano le violenze, molte sono le donne che non sanno di subire violenza poiché sono talmente immerse nella narrazione tossica da non accorgersi di essere delle vittime.

Secondo dati Istat, 6.788.000 donne tra i 16 e i 70 anni hanno subito una qualche forma di violenza fisica o sessuale, si tratta del 31,5% delle donne italiane. Di queste 6,7 milioni, 4,3 milioni ha subito una violenza fisica (20,2%), 4,5 milioni, corrispondenti al 21%, è stata abusata sessualmente, il 12,3% ha subito minacce da parte dal proprio partner. Ad aver subito uno stupro o tentato stupro sono state ben 1,1 milioni di donne (5,4%), infine 16,1% (3,4 milioni) riferisce di essere stata vittima di stalking²³.

Secondo i dati del Ministero dell'Interno i maltrattamenti famigliari rappresentano quasi la metà dei casi di violenza contro le donne, la propria casa quindi, per una donna spesso non delinea un porto sicuro in cui essere sé stessa e sentirsi protette, bensì un posto in cui subire molestie ed essere vittime di violenze. I casi di maltrattamenti famigliari sono addirittura in aumento: nel 2017 essi ne rappresentavano il 47%, nel 2019 traggono il 51% di tutti i reati di violenza contro le donne. Lo stalking e la violenza sessuale sono al secondo e al terzo posto in fatto di violenza femminile.

Le donne vittime di violenza di genere sono vittime tre volte: oltre ad aver subito violenza in primo luogo (vittimizzazione primaria), esse sono vittime della narrazione distorta che i media fanno della loro storia, sono esposte e spesso rappresentate come colpevoli dalla stampa (vittimizzazione secondaria), infine sono vittime di una giustizia che troppo spesso viene depotenziata da questa narrazione distorta dei fatti²⁴.

La rappresentazione mediatica delle donne vittime di violenza punta sempre più frequentemente a delinearle come colpevoli o a naturalizzare i fatti avvenuti poiché tramite questa logica si vanno a rafforzare, nonché giustificare, le gerarchie di genere, le quali vedono la donna in posizioni subordinate rispetto al genere maschile. Il fenomeno del victim blaming è estremamente pervasivo e naturalizzato al giorno d'oggi e molte donne ne sono vittime simboliche: se da un lato la vittimizzazione delle donne le costringe

²³ ISTAT (2014), 2020. *La violenza contro le donne dentro e fuori la famiglia*, ISTAT, Roma. Vd. anche Istat, *L'allerta internazionale e le evidenze nazionali attraverso i dati del 1522 e delle Forze di Polizia. La violenza di genere al tempo del coronavirus: marzo-maggio 2020*, Istat, Roma.

²⁴ Saccà F., 2021. *Stereotipo e pregiudizio. La rappresentazione giuridica e mediatica della violenza di genere*, FrancoAngeli Open Access, pp. 35-37.

a stare chiuse dentro gli stereotipi tradizionali della cultura patriarcale, dall'altra spinge le vittime a non denunciare per paura di essere colpevolizzate.

Per costruire la narrazione attorno alla rappresentazione delle vittime di violenza si usano dei copioni, dei pattern di riferimento. Nel caso dello stupro, ad esempio, esistono i miti dello stupro, ossia una serie di stereotipi ampiamente accettati su cosa si può considerare o meno uno stupro, su chi sia uno stupratore e su chi sia una vittima. Lo stupratore, secondo questi miti, è una persona sconosciuta alla vittima, la quale fa spesso uso di bevande alcoliche o sostanze ed è una ragazza dai "facili costumi"; i luoghi designati per lo stupro sono perlopiù zone malfamate della città e solitamente accadono di notte²⁵.

I miti dello stupro agiscono, quindi, come copioni stereotipati che classificano gli episodi di violenza. Se si pensa in questa logica è facile cadere in errore e pensare che una violenza sessuale è tale e può classificarsi stupro solo se ha tutte queste caratteristiche e non se alla base dell'atto sessuale non vi è il consenso. L'interiorizzazione di miti dello stupro, di conseguenza, porta alla minimizzazione della gravità dei casi di violenza sessuale dal momento in cui non abbiano tutte le caratteristiche del mito²⁶, al victim blaming in quanto si incolpa la vittima per aver cercato una determinata situazione²⁷ e, infine, scoraggia la vittima a denunciare il fatto²⁸.

Questi miti dello stupro hanno subito un processo di normalizzazione e istituzionalizzazione tale che spesso è difficile uscire da quest'ottica e accettare la violenza strutturale e culturale insita nella nostra società.

Un altro fattore che gioca una funzione determinata nel plasmare la percezione della violenza di genere è l'oggettivazione sessuale: la sensualità dell'abbigliamento delle vittime non solo porta l'opinione pubblica a ritenerle meno sofferenti per la violenza

²⁵ Pacilli M. G., 2014. *Quando le persone diventano cose. Corpo e genere come uniche dimensioni di umanità*, op. cit.

²⁶ Newcombe P. A., Van Den Eynde J., Hafner D., Jolly L., 2008. *Attributions of Responsibility for Rape: Differences Across Familiarity of Situation, Gender, and Acceptance of Rape Myths*, in *Journal of Applied Social Psychology*, 38(7), pp. 1736-1754.

²⁷ Basow, Susan A., Minieri A., 2011. «You owe me»: *Effects of date cost, who pays, participant gender, and rape myth beliefs on perceptions of rape*, in *Journal of Interpersonal Violence*, 26(3), pp. 479-497.

²⁸ Frese B., Moya M., Megía J. L., 2004. *Social perception of rape: How rape myth acceptance modulates the influence of situational factors*, in *Journal of interpersonal violence*, 19(2), pp.143-161.

subita²⁹, ma sembra anche giustificare e biasimare gli aggressori per quanto avvenuto³⁰. Vi è una sorta di capovolgimento dei ruoli all'interno dell'aggressione stessa, le vittime diventano le istigatrici – in parte colpevoli per aver subito violenza – gli aggressori, invece, sono de-colpevolizzati poiché “vittime” a loro volta di provocazioni sessuali.

Oltre ai miti naturalizzati e all'oggettificazione sessuale, esiste un ulteriore elemento in grado di influenzare il giudizio delle persone quando si parla di violenza di genere: il consumo di alcolici. Per questo fattore, però, esiste un doppio standard, che esso venga consumato dalla vittima o dall'aggressore il risultato non è lo stesso agli occhi vigili della narrazione sociale. Se, ad esempio, una donna prima di essere aggredita aveva consumato alcolici ella verrà considerata più responsabile per ciò che le è accaduto in quanto non era nelle condizioni di avere il pieno controllo della situazione. Di contro, invece, un uomo sotto effetto di alcol che abusa sessualmente di una donna sarà considerato meno biasimabile e responsabile per le sue azioni dal momento in cui, perdendo il controllo dei propri atti, è giustificato ad assecondare i suoi istinti sessuali freudiani³¹.

La violenza di genere, però, non è un fattore rilegato soltanto alla fisicità, infatti, nella società del XXI secolo questo fenomeno ha assunto nuove forme, adattandosi ai nuovi spazi in cui crescono le disuguaglianze, le discriminazioni, le umiliazioni e le forme di subordinazione del femminile. La violenza di genere online può avere diverse forme, può essere conosciuta come revenge porn, come commenti sessisti sui social network, o, ad esempio, come controllo dei dispositivi digitali. La violenza di genere, quindi, è un fenomeno strutturale che sta mutando nella società e ne sta assumendo le nuove forme comunicative.

L'analisi della rappresentazione mediatica del femminile può essere traslata al contesto digitale: analogamente allo stupro, o ad altre forme di violenza contro le donne, anche nel digitale è più semplice e molto comune incolpare le vittime per l'accaduto. Esiste infatti una responsabilizzazione femminile insita nella narrazione dell'episodio

²⁹ Loughnan S., Pina A., Vasquez E., Puvia E., 2013. *Sexual objectification increases rape victim blame and decreases perceived suffering*, in *Psychology of Women Quarterly*, 37, pp. 455-461.

³⁰ Bernard P., Loughnan S., Marchal C., Godart A., Klein O., 2015. *The exonerating effect of sexual objectification: Sexual objectification decreases rapist blame in a stranger rape context*, in *Sex roles*, 72(11-12), pp. 499-508.

³¹ Cameron C. A., Stritzke W. G.K., 2003. *Alcohol and Acquaintance Rape in Australia: Testing the Presupposition Model of Attributions of Responsibility and Blame*, in *Journal of Applied Social Psychology*, 33(5), pp. 983-1008.

anche quando si parla di condivisione non consensuale di materiale intimo: per la maggior parte dell'opinione pubblica la colpevole del cosiddetto revenge porn³² è la donna stessa poiché lei in primis ha condiviso un contenuto sessualmente esplicito. L'uomo, quindi, è legittimato a condividere o mostrare il contenuto anche dopo un tacito accordo di riservatezza, perché una volta in possesso di questo egli ne diventa padrone e non si sente più soggetto alla privacy. Anche in questo caso, quindi, la donna vittima di violenza di genere online è vittima più volte: si vede violata la privacy con la condivisione di un contenuto il cui fine era quello di rimanere privato, la narrazione sociale, nonché l'opinione pubblica, incolpa lei per essersi fidata del proprio partner e aver condiviso quel contenuto, e infine, ella viene sessualizzata e oggettificata sessualmente per aver atteso le logiche sociali-relazionali di una società digitale in cui il sexting è quasi quotidiano.

Se nel contesto offline la sensualità degli abiti in qualche modo legittima gli aggressori per l'accaduto, nel contesto online portare abiti sessualmente allusivi, o quelli che socialmente sono considerati tali, vuol dire esporsi a commenti sessisti non indifferenti. Postare foto in cui si è in costume, oggi, sembra dare il permesso di essere insultate e derise o, peggio ancora, sembra essere un invito esplicito ad intrattenere degli atti sessuali.

La cornice percettiva entro cui si inscrivono queste narrazioni e legittimazioni è quella della giustificazione degli istinti sessuali maschili. Un uomo, se asseconda i suoi istinti animali, sessuali, non può essere punito, anzi è in qualche modo giustificato e legittimato e farlo perché non è mai stato socializzato al contrario.

³² Nel terzo capitolo si andrà a fondo nel tema e si spiegherà anche come revenge porn non sia il termine corretto per indicare la pratica della condivisione non consensuale. Qui è stato scelto di usare questo termine poiché usato nel linguaggio mainstream.

Capitolo 2

Il linguaggio

2.1 Il linguaggio come specchio della società

Il linguaggio è la forma di comunicazione per eccellenza dell'uomo. Mediante esso si trasmettono informazioni, si creano relazioni e ci si sente parte di un universo socioculturale comune. Le informazioni che vengono comunicate con il linguaggio esprimono diverse funzioni oltre a quella del mero informare: “descrivono l'interiorità di chi parla e influenzano il comportamento di chi ascolta”³³. Il linguaggio è, quindi, un costrutto sociale, frutto della relazione tra uomini che, essendo animali sociali³⁴, necessitano dell'aggregazione in società e di un mezzo per comunicare le proprie intenzioni interiori.

La potenza che esso ha va al di sopra della mera comunicazione, infatti, con il linguaggio “si fanno cose”³⁵. Parlare è agire e in questo senso anche re-agire dal momento in cui tale azione crea una reazione nel ricevente. Ogni tipo di enunciato ha una distinzione sistematica al suo interno, secondo John Austin si divide in tre atti: locutorio, illocutorio e perlocutorio. Il primo corrisponde al significato di ogni componente dell'enunciato in sé. L'atto illocutorio invece «corrisponde all'azione che viene effettivamente compiuta, a ciò che facciamo proferendo, alla forza illocutoria che corrisponde al nostro proferimento»³; le parole hanno quindi un potere estremo, si possono usare per fare un semplice avvertimento, come invece possono comunicare un'intenzione, un invito o, ancora, una minaccia. Infine, l'atto perlocutorio corrisponde a tutti gli effetti ottenuti dal precedente, quindi, dal modificare dell'ambiente cognitivo, alle conseguenze psicologiche o attuative-comportamentali.

Un altro aspetto fondamentale della comunicazione verbale sono le intenzioni della comunicazione stessa, il suo significato. Secondo Paul Grice ne esistono due, il significato dell'espressione che corrisponde a quello letterale di quest'ultima e il

³³ Voce “Linguaggio” in Enciclopedia Treccani, in <https://www.treccani.it/enciclopedia/linguaggio>.

³⁴ Aristotele, 1905. *Trattato dei governi*, Milano, Sonzogno, p. 16.

³⁵ Bianchi C., 2003, *Pragmatica del linguaggio*, Bari-Roma, Laterza, pp. 55.

significato del parlante che equivale alle vere intenzioni dell'emittente, quello che profondamente vuole comunicare.

Linguaggio e società sono un sinolo indissolubile. L'uno crea l'altro, al modificarsi di uno si modifica la percezione dell'altro. In questo modo la lingua risulta, quindi, uno specchio della società, l'evolversi di essa dovrebbe portare all'evolversi del linguaggio. Il linguaggio è uno degli aspetti più evidenti dell'evoluzione continua della società. Perciò il codice linguistico è un prodotto sociale e, allo stesso tempo, un mezzo attraverso cui la società si costruisce e si comunica.

Quest'ultimo infatti influenza il mondo, ha la capacità di modificare gli stati delle cose, ma anche l'ambiente cognitivo degli interlocutori, di cambiare, rafforzare o eliminare certe credenze, desideri o conoscenze. Con il linguaggio si comunicano le intenzioni dell'emittente, che traspaiono inevitabilmente durante il dialogo, indipendentemente che siano positive o negative. Di conseguenza, il linguaggio agisce come carta d'identità di chi sta parlando.

Inoltre, il codice linguistico è influenzato dalle strutture sociali e dalle relazioni di potere all'interno di una società. Ad esempio, il linguaggio utilizzato da un gruppo dominante può essere imposto ai gruppi subordinati, creando una lingua dominante che riporta al suo interno le strutture gerarchiche impostate dal gruppo egemone. La gerarchizzazione sociale non è l'unico elemento che può influenzare la comunicazione, esistono altri fattori di pari importanza che stabiliscono lo status quo della società. Questi fattori possono essere, ad esempio, le norme di genere, le aspettative culturali, l'età, la classe sociale e la professione. Allo stesso tempo in cui la società plasma il linguaggio, quest'ultimo ha un forte impatto sulla società stessa dal momento in cui è un mezzo con il quale la collettività si costruisce e si comunica. Sono dunque strettamente interconnessi.

2.2 Linguaggio, potere e sessualità

Tutte le forme di comunicazione a partire dal linguaggio, oltre ad essere una carta fedele della realtà sociale in cui si è immersi, sono anche un mezzo attraverso cui gli individui delle classi dominanti affermano ed esercitano il loro potere. Secondo il

sociologo Pierre Bourdieu il linguaggio è una risorsa sociale che può essere utilizzata per esprimere il proprio status e per costruire un'identità sociale.

La società odierna è ancora fortemente maschilista, e gli uomini continuano a detenere il potere in molti ambiti della vita sociale, economica e politica. Come sostiene Simone de Beauvoir, filosofa e femminista francese, in "Il Secondo Sesso", la società considera la donna come "l'altro", come un essere inferiore rispetto all'uomo, il quale rappresenta la norma. Questa prospettiva maschilista si riflette nella struttura sociale, nei valori e nei comportamenti, creando una serie di barriere che impediscono alle donne di accedere alle posizioni di potere e di influenza. Nella società maschilista odierna, gli uomini rappresentano i dominanti Bourdieuani, poiché sono loro che detengono la maggior parte del potere economico, politico e culturale.

Questi individui o gruppi di individui, attraverso il controllo dei mezzi di produzione, dei mezzi di comunicazione e delle istituzioni, sono in grado di imporre la propria visione del mondo e i propri interessi a scapito "dell'altro". I dominanti, inoltre, esercitano il loro potere in modo più o meno consapevole attraverso la creazione e la manipolazione di una serie di campi sociali, come la cultura, l'economia e la politica. Questi campi, a loro volta, sono caratterizzati da una serie di regole e di norme che i dominanti hanno il potere di imporre, stabilendo le relazioni di potere all'interno di ciascuno di essi. Per mantenere il controllo e la subordinazione rendono il loro costrutto sociale come naturale e inevitabile, presentando le alternative come impossibili, aberranti o pericolose.

Il mantenimento del potere acquisito è dato dalla possibilità che quest'ultimi hanno di accedere ai mezzi di comunicazione e produzione, creando un monopolio simbolico-culturale che gli permette di diffondere la loro visione del mondo e di consolidare il loro potere. Si pensi ad esempio a tutto il palinsesto televisivo in cui la donna viene sotto-rappresentata, trattata come inferiore e senza voce. Essa è, infatti, «portatrice di una visione gerarchica della società, mette in campo una rappresentazione mediatica di certi gruppi sociali in termini di subordinazione»³⁶, come il caso delle "Veline" di "Striscia la notizia" o di molti altri programmi che perpetuano questa idea.

³⁶ Pasqualini A., 2017. *Feminist sex wars*, Diacronie. Studi di Storia Contemporanea: Proiezioni individuali e agire collettivo nella storia. Ruoli sociali, aspetti politici e nodi storiografici tra pubblico e privato, 32, 4/2017.

Il linguaggio viene usato dal gruppo dominante per plasmare le menti degli assoggettati al potere, i quali a loro volta riconoscono inconsciamente come legittima una determinata forma linguistica imposta dall'alto. Così facendo, impregnano la loro visione del mondo di forme sociali a loro estranee ed esterne. Infatti, molte donne, trovandosi soggiogate a una società maschilista e misogina, entrano loro stesse in questa narrazione sociale. Inconsciamente fanno propria una determinata struttura di pensiero, in questo caso quella dell'egemonia maschilista, riproponendola a loro volta pensieri che appartengono alla classe dominante tramite il linguaggio e quindi attraverso l'azione, come sostiene Claudia Bianchi³⁷. Questo potere simbolico imposto dai gruppi di individui dominanti è un misconoscimento collettivo, un'impostura legittimata che viene riconosciuta come giustificata, ragionevole e lecita. «Il linguaggio viene concepito come strumento di gestione di dinamiche sociali e come dispositivo di oppressione».³⁸ Secondo Bourdieu, infatti

«Il dominio, anche quando si fonda sulla pura forza, quella delle armi o quella del danaro, ha sempre una dimensione simbolica e gli atti di sottomissione, di obbedienza, sono atti di conoscenza e di riconoscimento che, in quanto tali, mettono in gioco strutture cognitive suscettibili di essere applicate a tutte le cose del mondo, e in particolare alle strutture sociali. [...] Ciò che si presenta oggi come evidente, acquisito, stabilito una volta per tutte, fuori discussione, non è sempre stato tale e si è imposto per ciò che è solo a poco a poco: è l'evoluzione storica che tende ad abolire la storia, in particolare spingendo nel passato, cioè nell'inconscio, i possibili laterali che si sono trovati messi da parte, facendo così dimenticare che l'“attitudine naturale” di cui parlano i fenomenologi, cioè l'esperienza prima del mondo come qualcosa che va da sé, è un *rapporto socialmente costruito*, come gli schemi percettivi che la rendono possibile»³⁹

Nella visione Bourdieuana della società i “dominati”⁴⁰ si trovano impossibilitati ad elaborare simbolicamente la propria visione del mondo, a creare un pensiero critico e autonomo della propria condizione di subordinazione sociale e culturale. Secondo l'autore i dominati hanno solo due possibilità: sottoscrivere e sposare il costruito in cui sono immersi oppure soccombere. Essi senza alternative emancipatorie, immersi nella

³⁷ Bianchi C., 2003, *Pragmatica del linguaggio*, op. cit.

³⁸ Bianchi C., 2022. *Le parole dell'odio*, Treccani Magazine “Lingua Italiana”, in [https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/2_Bianchi.html#:~:text=Il%20linguaggi o%20d'odio%20\(o,appartiene%20a%20quel%20gruppo%20sociale.](https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/2_Bianchi.html#:~:text=Il%20linguaggi o%20d'odio%20(o,appartiene%20a%20quel%20gruppo%20sociale.)

³⁹ Bourdieu P., 1998. *Meditazioni pascaliane*, Milano, Feltrinelli, pp. 105-106 e 180-183.

⁴⁰ Bourdieu P., 2015. *La miseria del mondo*, Milano, Mimesis.

logica sociale e culturale egemone, compiono un'adesione dossica al mondo così come è presentato.

I dominanti, invece, ossia gli uomini che perpetuano e impongono una mentalità maschilista e misogina della realtà, si trovano all'interno di quello che Pierre Bourdieu definisce campo di potere. Il campo è

«l'istituzionalizzazione di un punto di vista nelle cose e negli *habitus*. L'*habitus* specifico, che si impone ai nuovi entranti come una tassa d'ingresso, non è altro che un modo di pensiero specifico (un *eidos*), principio di una costruzione specifica della realtà, fondato su una credenza preriflessiva nel valore indiscusso degli strumenti di costruzione e degli oggetti così costruiti (un *ethos*).»⁴¹.

In questo caso il campo di potere dei gruppi maschilisti si è esteso all'intera società e trova la sua istituzionalizzazione all'interno di tutte quelle norme morali e tradizionali che giustificano il comportamento di subordinazione, nonché umiliazioni che vengono imposte alla classe di genere opposto e non solo.

Prendendo da una parte come gruppo omogeneo le donne, tramite movimenti femministi e di emancipazione sociale e culturale che oggi cercano di uscire dalla gabbia di cristallo in cui si trovano rinchiusi, d'altra parte i dominanti devono trovare altri escamotage per poter continuare a riproporre il dominio. La valvola di sfogo è stata trovata in gruppi Telegram, di cui si occupa il terzo capitolo.

Le radici dell'ideologia che giustifica e alimenta il pensiero maschilista ha origine dall'Ottocento, da quando la società patriarcale è diventata la norma e la morale cristiana ha imposto una netta separazione dei ruoli. Secondo Michel Foucault in quel clima moralista la sessualità libera tipica delle ere precedenti è stata soggiogata al potere egemone, che vedeva l'uomo come pater familia, libero di viverci al di fuori delle mura domestiche. La sessualità femminile, invece, era rilegata alla funzione riproduttiva diventando quindi uno strumento di potere che deve essere adattato ai suoi scopi. Per essere riconosciuti socialmente bisognava essere conformi alla morale cristiana, altrimenti si sarebbe stati giudicati isterici, anormali o folli in un periodo storico dove gli studi sulla mente e sulle devianze cresceva sempre di più, andando anch'essi a giustificare una società borghese che aveva sempre visto l'uomo nei ruoli dominanti. L'ideale della

⁴¹ Bourdieu P., 1998. *Meditazioni pascaliane*, op. cit.

donna-madre è la garanzia dell'equilibrio familiare nonché sociale, la sua repressione sessuale è giustificata dalla morale. Franco Restaino, storico della filosofia e filosofo, afferma: «la società crede che non vi sia più forte minaccia alla sua civiltà di quella che risulterebbe dalla liberazione delle pulsioni sessuali».⁴²

Quello che l'emancipazione femminile ha prodotto in una società che per anni si è nutrita di una narrazione di oggettificazione del ruolo e della sessualità della donna e di giustificazione dell'egemonia maschile è stato un senso di smarrimento e di perdita dell'equilibrio sociale. Il lungo processo di emancipazione sessuale ha culmine nel movimento femminista degli anni Ottanta con le “femministe puttane”, le quali cercano di svincolare la libertà sessuale dalla soggiogazione a cui è sempre stata sottoposta, alla morale cristiana che nella visione di Foucault aveva plasmato la società e represso le pulsioni sessuali. Pulsioni che, come sostiene Sigmund Freud, sono innate e fanno parte dell'individuo in quanto tale. Il manifesto del movimento sulla liberazione sessuale del femminismo puttana afferma infatti:

«Femminismo puttana è opporsi alla sacralizzazione del sesso. Femminismo puttana è poter concepire e praticare la propria sessualità fuori dagli schemi della coppia, del matrimonio, dell'amore [...] Femminismo puttana è rendere la prostituzione un mezzo di crescita e di emancipazione delle donne [...] Lottare contro la puttanofobia significherà lottare contro il sessismo di fondo, lottare per poter essere, vestirsi, comportarsi da puttane...lottare, come tutte le donne, contro la paura di essere aggredite. Come dice il nostro slogan: dove, come, quando, quanto prendo, la scelta mi attiene, il corpo mi appartiene»⁴³

Tutti gli individui assoggettati al potere però, a differenza di come pensava Bourdieu, non sono passivi. Nonostante nascano all'interno di una determinata narrazione della società sta a loro accettare e aderire ai costrutti e alle sovrastrutture sociali, oppure far cade il velo di Maya volgendo lo sguardo al “punto di vista” (Dorothy Smith 1987; 1990) delle posizioni subalterne. La resistenza al potere, infatti, può minare l'autorità e la posizione di potere egemone.

Nel momento in cui le ondate femministe hanno usato la disobbedienza come forma di potere bottom-up in nome di una società paritaria, il privilegio della maschilità tossica è stato messo in discussione. Il continuo movimento emancipatorio femminile, assieme

⁴² Restaino F., 1999. *Storia della filosofia. La filosofia contemporanea: scientismi, storicismi, irrazionalismi*, Torino, Utet, p. 285.

⁴³ Maîtresse N., Schaffauser T., 2009. *Fiere di essere puttane*, Roma, DeriveApprodi, pp. 49-50.

tutti quei movimenti di ridisegnamento sociale, ha rivelato due grandi verità sul potere: paradossalmente chi pensa di non avere potere, il dominato bourdieuano, ne ha molto nel momento in cui i singoli cooperano per la liberazione dall'oppressione sociale e culturale accrescendo il proprio potere individuale di attuazione del cambiamento. Premettendo che il potere esiste in misura in cui i soggiogati lo riconoscono come tale, accentuando la forma asimmetrica della società, consequenzialmente ne deriva la seconda verità: essi possono unirsi in una forma di disubbidienza civile-sociale favorendo e incrementando il cambiamento.

La risposta della maschilità tossica alla pressione verso la libertà della donna in quanto essere pensante, con pulsioni sessuali e intelligenza pari a quella maschile, sta nella continua ricerca di ristabilire lo status quo in cui la sua autorità torni egemonica. Oggigiorno, infatti, questa risposta trova la sua giustificazione all'interno della cultura dello stupro, ovvero tutti quei comportamenti che legittimano una cultura misogina e di inferiorità femminile.

Sostiene Michela Cicculi, attivista della casa delle donne Lucha y Siesta:

«Quando parliamo di cultura dello stupro indichiamo codici di comportamento e valoriali che riproducono il totale controllo del corpo maschile su quello femminile, la cui volontà viene tacitata e il cui desiderio è annullato. In questo modo il consenso di una donna non è rilevante e rimane slegato dalla sua possibilità di dire sì o no».

2.3 Linguaggio, genere e hate speech

Il linguaggio e il genere sono strettamente interconnessi e hanno entrambi un forte impatto sulla società. Tendenzialmente si può affermare che le differenze di genere nella lingua riproducano, sostengono e perpetuano le differenze e gli stereotipi di genere presenti all'interno della società stessa.

Per la maggior parte della sociologia il genere è concepito come un costrutto sociale che non deriva dalle caratteristiche biologiche dell'individuo. Il genere, infatti, è un

«processo di cultura e non di natura, questo modo di strutturare i rapporti tra donne e uomini si iscrive in un *continuum* di norme, principi e pratiche storicamente trasmessi. Concretamente, una tale strutturazione risulta dal processo di adattamento alle condizioni ideologiche, religiose,

culturali e sociali nel quale si attua. I processi di socializzazione convergono verso un'unica direzione, che è quella di trasporre quasi automaticamente nelle pratiche quotidiane gli stereotipi sessuali, rendendo molto difficile resistere al loro contenuto cognitivo e ideologico»⁴⁴.

I concetti di maschile e femminile sono costruiti attorno alle aspettative, ai comportamenti e alle norme sociali. Presupponendo che la società è in continua evoluzione si presuppone anche che il genere, il cui archè è la società stessa, è dinamico e soggetto a un divenire perenne.

«Caratteristica del genere è che esso è un dispositivo variabile (dal punto di vista storico e geografico), contrastivo (dato che un genere si definisce per opposizione all'altro), relazionale (si circoscrive nell'interazione con gli altri e le altre) e scalare (dato che possiamo definire una donna più femminile di un'altra o un uomo più virile di un altro). Le differenze di genere, poi, non essendo date ma socialmente costruite, sono sottoposte a processi discorsivi che le mantengono, riproducono, trasformano o che le creano. Il genere non è quindi un oggetto, ma un processo continuo di produzione e riassetamento di schemi socio-culturali (Burgio 2015: 183)»⁴⁵.

Il sé genere va quindi inteso come una gestione delle prestazioni e delle performance goffmaniane piuttosto che come doxa assoluta, tutti i significati e le aspettative correlate ad esso sono frutto di una routinizzazione di comportamenti e aspettative imposte dalla società. Il genere può essere inteso come un organizzatore sociale dal momento in cui indirizza le scelte individuali, attua processi di esclusione o autoesclusione di alcuni ruoli perché storicamente e culturalmente appartenenti all'altro genere.

«Goffman definisce la maschilità e la femminilità come “prototipi di espressioni essenziali” (2009, p. 107), le cui drammatizzazioni socio-culturali garantiscono performance di genere coerenti (Rinaldi 2016, p. 80); ogni rappresentazione deve rifarsi a copioni ritualizzati che ne garantiscono la familiarità al pubblico»⁴⁶.

Come accennato precedentemente nel capitolo uno, lo stereotipo è una visione generalizzata, semplicistica e a priori della realtà, evidenzia e perpetua le ideologie

⁴⁴ Abbatecola E., Stagi L., 2017. Ed. *Pink is the new black: Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*, op. cit.

⁴⁵ Ibidem.

⁴⁶ Popolla M., 2021. *Eppur mi piace... Immaginari e lavoro tra femminismi e pornografie*, Roma, DeriveApprodi, pp. 25-26.

egemoni del gruppo dominante. Gli stereotipi si caratterizzano e svolgono una funzione in quanto sono:

- *«riduttori*: si basano su una semplificazione arbitraria della realtà che sfugge alla conoscenza diretta;
- *crystallizzati*: costituiscono una categoria rigida raramente conforme alla realtà; essi possono anche essere mutevoli per permettere una riproduzione e far posto al cambiamento sociale;
- *autosufficienti*: servono a “risparmiare” sulla riflessione e la messa in discussione;
- *globalizzanti*: non si prestano a un pensiero rivolto alla soggettività e alla differenziazione;
- *ripetitivi*: sono utilizzati e ripresi senza attenzione alle circostanze e alla pluralità del reale;
- *valutativi*: raramente sono neutri e i loro effetti possono essere difficilmente positivi nella negoziazione dei rapporti sociali di classe, razza e sesso».⁴⁷

Ne consegue che gli stereotipi di genere sono tutte quelle credenze arbitrarie e rigide imposte a un determinato genere che creano una risposta comportamentale influenzando direttamente la società. Non tutti gli stereotipi di genere sono sessisti ma essi contribuiscono e perpetuano il sessismo stesso imponendo delle comparazioni dispregiative tra i generi.

Così come la femminilità, anche la maschilità è socialmente costruita e crea delle attese che devono essere socialmente ripagate e attuate. Ci si sta concentrando sempre di più sulla costruzione di queste maschilità (tossiche) mettendole in relazione con tutti quei comportamenti misogini, violenti e sessisti tra cui è presente anche la condivisione non consensuale di materiale intimo⁴⁸.

Il campo di ricerca per tentare di comprendere la costruzione di queste maschilità sono tutti quei contesti omosociali, cioè quegli spazi caratterizzati da relazioni non romantiche tra persone dello stesso sesso.

⁴⁷ Abbatecola E., Stagi L., 2017. Ed. *Pink is the new black: Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*, op. cit.

⁴⁸ Hall M., Hearn J., 2017. *Revenge pornography: Gender sexuality and motivations*, Routledge.

«I luoghi di confronto, interazione e competizione tra uomini, in particolare, svolgono un ruolo importante per la creazione e la rappresentazione delle maschilità, nonché per la creazione, l'affermazione e il mantenimento di forme di potere»⁴⁹.

Uno degli spazi omosociali in cui performare la maschilità sono i gruppi e canali Telegram; questi contesti sono caratterizzati da solidarietà e complicità maschile, ma allo stesso tempo da una sfera competitiva per quanto riguarda l'aspetto della teatralizzazione della sessualità. In questo senso la donna e il sesso diventano collanti e, allo stesso tempo, materiale su cui la maschilità si costruisce.

L'oggettificazione femminile nella sfera omosociale arriva al suo apice poiché tutte le maschere sociali cadono e la maschilità può essere esplicita nelle sue forme più violente dal momento in cui vige l'idea del branco e dalla legittimazione data dal gruppo. «La formazione delle maschilità in ambienti omosociali può avvenire anche attraverso pratiche misogine e violente, come forme di violenze sessuali»⁵⁰.

La forma di complicità sfocia spesso in omertà e banalizzazione della violenza stessa e la sfera in cui si perpetuano questi comportamenti agisce come un campo di potere in cui la legittimazione dell'atto è data dal gruppo che interpreta il pubblico giudicante. Come ogni campo di potere bourdieuano anche questo presenta delle forme di normatività nel comportamento da adottare pena il fallimento della messa in atto della maschilità.

All'interno dei contesti omosociali anche il linguaggio cambia, spesso esso prende forma di linguaggio d'odio.

«Con questo termine si indicano espressioni e frasi che comunicano derisione, disprezzo e ostilità verso gruppi sociali e verso individui in virtù della loro mera appartenenza a un gruppo; le categorie bersaglio dei discorsi d'odio vengono identificate sulla base di tratti sociali come etnia, religione, genere, orientamento sessuale, (dis)abilità»⁵¹.

Il linguaggio in generale, come si è visto, fa cose, di conseguenza anche il Hate Speech produce delle risposte socialmente rilevanti. Se da una parte questo tipo di linguaggio è usato come forma di aggressione, derisione e umiliazione, dall'altra è una sorta di propaganda: è uno strumento che viene utilizzato per creare

⁴⁹ Bainotti L., Semenzin S., 2021. *Donne tutte puttane. Revenge porn e maschilità egemone*, Durango Edizioni, p. 68.

⁵⁰ Flood M., 2008. *Men, sex and homosociality: how bonds between men shape their sexual relations with women*, in *Men e Masculinities*, vol. X, n. 3, pp. 339-359.

⁵¹ Bianchi C., 2021. *Hate speech il lato oscuro del linguaggio*, op. cit.

dislivello sociale, per assoggettare gli individui a determinati ruoli subalterni, è un modo «per schierarsi ideologicamente e invitare gli altri a condividere una certa prospettiva sulla realtà sociale»⁵².

Secondo Claudia Bianchi la forma propagandistica del linguaggio è estremamente aggressiva nei confronti delle donne. Gli epiteti presenti nella lingua italiana per denigrare, sminuire e umiliare una donna sono tanti e la maggior parte di loro richiamano la sfera sessuale ma non fanno riferimento diretto ad essa. Infatti, gli epiteti non sono usati solo contro le donne che non si attengono a un certo comportamento sessuale socialmente atteso, ma anche a tutte coloro che non si uniformano alla dominanza della maschilità, si pensi ad esempio a tutte quelle donne che si trovano a ricoprire una posizione di potere.

⁵² Bianchi C., 2022. *Le parole dell'odio*, op. cit.

Capitolo 3

Il caso Telegram

3.1 Condivisione non consensuale di materiale intimo

La condivisione non consensuale di materiale intimo nel linguaggio mainstream viene definita comunemente come revenge porn. Questa etichetta però porta con sé delle accezioni che giustificano la violenza e condannano la vittima.

Quando si parla di revenge porn ci si riferisce alla condivisione o alla pubblicazione di immagini intime senza il consenso della persona rappresentata. L'origine del materiale può differire: esso può nascere dal consenso ed essere stato mandato durante il sexting con lo scopo esplicito di rimanere privato, oppure può nascere dalla non consensualità. Lo scopo della condivisione è sempre quello di umiliare e danneggiare l'immagine di chi vi è rappresentato. La vendetta non sempre risulta tra le matrici principali della condivisione che sono per lo più il gioco e la normalizzazione di questi atti come forme goliardiche al fine di fare parte del gruppo dominante. Parlare di revenge porn quindi non risulta del tutto corretto, poiché rimanda alla narrazione della vendetta, quindi indirettamente, e non, a una punizione da parte del carnefice nei confronti della vittima e alla legittimizzazione della retorica della colpevolezza della donna.

«Parlare di vendetta, dunque, non solo è riduttivo, poiché coglie solo una delle possibili giustificazioni addotte, ma soprattutto finisce col rappresentare un'apologia indiretta dell'ideologia della colpevolizzazione delle donne che subiscono violenza sessuale – meglio conosciuta come victim blaming – ponendo l'accento sulle presunte colpe di lei e, di fatto, giustificando lui»⁵³.

Inoltre, il termine pornografia richiama non solo la sfera del consenso e della volontà della diffusione del materiale stesso, ma soprattutto l'idea della sessualizzazione e oggettificazione del corpo femminile. Il corpo di una donna viene visto come volgare e disdicevole in quanto tale.

⁵³ Abbatecola E., 2021. *Revenge Porn o D.I.V.I.S.E? Proposta per cambiare un'etichetta sessista / Revenge Porn or D.I.V.I.S.E? Proposal to change a sexist label*, in *AG AboutGender International journal of gender studies*, vol. 10, N 19, pp. 401-413.

La sociologia e i movimenti femministi concordano quindi che il termine revenge porn non sia adatto a descrivere questo fenomeno. Le studiose Lucia Bainotti e Silvia Semenzin optano per «condivisione non consensuale di materiale intimo»⁵⁴, mentre la sociologa Emanuela Abbatecola preferisce l'acronimo D.I.V.I.S.E. che sta per Diffusione Illecita di Video e Immagini Sessualmente Esplicite.

Secondo quest'ultima con D.I.V.I.S.E. si riesce a dare uno sguardo socialmente e culturalmente esteso di questa violenza. Il termine nasce infatti dal Codice Rosso della legislazione italiana che, all'interno del Codice penale, definisce il fenomeno come: diffusione illecita di immagini o video sessualmente espliciti. Inoltre, D.I.V.I.S.E. richiamerebbe alla condizione sociale della femminilità che si ritrova divisa tra un gruppo di donne, le cosiddette "Maddalene", che vedono la sessualità come emancipazione sociale e vengono quindi disprezzate dalla maschilità egemone, e un altro gruppo di donne che vivono la sessualità secondo le norme culturali-tradizionali, riconosciute e approvate dai dominanti, le "Marie".

«Donne D.I.V.I.S.E. da una dignità sociale riconosciuta alle prime (Maria) e negata alle seconde (Maddalena), in virtù della reputazione sessuale presunta; D.I.V.I.S.E. da uno stigma che è percepito come contagioso e che induce, quindi, le donne-per-bene a prendere le distanze da chi è colpita dal marchio sex-sista, nella consapevolezza che nessuna è al riparo dallo slut shaming; D.I.V.I.S.E. da una divisa, per l'appunto, che grida chi sei agli occhi di una società giudicante»⁵⁵.

Il fenomeno della condivisione non consensuale di materiale intimo è estremamente pervasivo nella società odierna e dopo la pandemia è diventato maggiormente pregnante. Secondo le ricerche condotte dall'associazione Revenge Porn Helpline nel 2021 sono stati mandati oltre 27.000 immagini o video senza consenso (questi dati fanno riferimento all'Inghilterra e ai soli casi riportati). Durante i cinque anni di ricerca l'associazione ha evidenziato che per ogni donna che denuncia la violenza ci sono, mediamente, 42 immagini. Di contro, quelle maschili sono 1.5 immagini per ogni vittima⁵⁶. Inoltre, secondo il Cyber Civil Rights nel 90% dei casi le vittime di questo tipo di violenza sono

⁵⁴ Bainotti L., Semenzin S., 2021. *Donne tutte puttane. Revenge porn e maschilità egemone*, op. cit.

⁵⁵ Abbatecola E., 2021. *Revenge Porn o D.I.V.I.S.E? Proposta per cambiare un'etichetta sessista / Revenge Porn or D.I.V.I.S.E? Proposal to change a sexist label*, op. cit.

⁵⁶https://revengepornhelpline.org.uk/assets/documents/intimate-image-abuse-an-evolving-landscape.pdf?_=1639471939.

donne⁵⁷. L'insieme di questi dati evidenzia come la violenza di genere sia una violenza strutturale insita in logiche sociali che la giustificano e minimizzano.

La violenza di genere online invece di calare, nel tempo, aumenta: uno studio condotto dalle Nazioni Unite mostra come ad oggi siano 9 milioni le donne che hanno subito un qualche tipo di violenza online prima di aver compiuto 15 anni⁵⁸.

La violenza online crea degli effetti permanenti nelle vittime, il 93% di esse afferma di aver avuto notevoli disagi emotivi, il 57% teme le conseguenze che queste immagini possano infierire nella loro vita professionale, il 51% sostiene di pensare al suicidio come via di fuga⁵⁹.

Nonostante le normative stiano cercando di coprire il vuoto legislativo in modo da tutelare le vittime di violenza, oggi il problema è sempre più presente nella nostra società e la causa di esso non può essere attribuita solo a Internet o ai canali usati per perpetuare la violenza. Internet ha solo amplificato e portato a galla una disfunzione sociale e culturale.

3.2 Perché Telegram

La condivisione non consensuale di materiale intimo avviene soprattutto sulla piattaforma Telegram, questo perché la sua architettura è designata per proteggere la privacy dell'utente. L'attenzione per quest'ultima risulta, quindi, maggiore rispetto ad altre piattaforme simili. Le piattaforme e i social network non sono spazi neutrali, esse infatti nella loro struttura portano i valori e le ideologie dei creatori, in questo caso dei fratelli Pavel e Nikolai Durov.

Telegram nasce come piattaforma di messaggistica alternativa il cui scopo principale è quello di proteggere la privacy dell'utente fornendo loro un luogo sicuro in cui chattare liberamente, infatti nel loro sito nella sezione FaQ compare: "L'obiettivo di Telegram è quello di creare un sistema di messaggistica veramente libero". Tutti messaggi mandati all'interno della piattaforma sono crittografati secondo una modalità end-to-end molto robusta. Il Team Telegram spiega che i messaggi mandati da un utente ad un altro

⁵⁷ <https://www.cybercivilrights.org/wp-content/uploads/2014/12/RPStatistics.pdf>.

⁵⁸ Violenza virtuale contro le donne e le ragazze secondo l'Istituto europeo per l'uguaglianza di genere Ufficio delle pubblicazioni, 2017, <https://data.europa.eu/doi/10.2839/087900>.

⁵⁹ <https://www.cybercivilrights.org/wp-content/uploads/2014/12/RPStatistics.pdf>.

vengono trasformati in sequenze di simboli casuali e solo il mittente e il destinatario del messaggio hanno la chiave per decifrarli. Telegram non può farlo in alcun modo. Questo rende le chat uno spazio protetto in cui poter condividere qualsiasi cosa.

Un altro fattore indice dell'attenzione alla tutela della privacy è come Telegram permetta agli utenti di registrarsi utilizzando solamente il numero di telefono, non condividendo, quindi, nessun dato personale. Agli altri utenti all'interno di chat private o di canali ci si può mostrare usando solo un nickname, il quale per definizione può essere frutto della fantasia. Un ulteriore elemento che dà agli utenti la percezione di affidabilità della piattaforma sono le chat segrete. Tutti i messaggi mandati all'interno di una chat segreta vengono cancellati da ogni cloud e non esistono modi perché siano recuperati. Nella sezione FaQ di Telegram compare “non conserviamo alcun registro per i messaggi nelle chat segrete, quindi, dopo un breve periodo di tempo non sappiamo più chi o quando hai inviato messaggi tramite chat segrete”⁶⁰.

Secondo le studiose Lucia Bainotti e Silvia Semenzin le affordances di Telegram possono definirsi gendered⁶¹: per comprendere al meglio questo concetto è necessario partire dalla definizione di affordances. Le affordances, in inglese, sono le azioni che si possono potenzialmente compiere in un dato ambiente, traslato al contesto digitale: esse rappresentano le funzioni che l'utente accetta per navigare all'interno di una piattaforma, sono “quelle capacità sociotecniche delle piattaforme che offrono vincoli e opportunità agli e alle utenti”⁶². Le affordances digitali hanno valenza sociale oltre che tecnico-digitale, nel caso specifico di Telegram il fatto che strutturalmente crei spazi sicuri, protetti e anonimi tramite chat e chiamate criptate veicola un messaggio di impunità e di conseguenza crea un terreno fertile per la proliferazione di canali e gruppi il cui scopo è la condivisioni non consensuale di materiale intimo.

Le affordances in generale, e quelle di Telegram nello specifico, possono definirsi gendered (genderizzate) poiché spingono gli utenti ad utilizzare la piattaforma in modo differente a seconda del loro genere e con il tempo sono diventate uno strumento per costruire la propria identità di genere⁶³. La condivisione non consensuale di materiale

⁶⁰ <https://telegram.org/privacy#6-bot-messages>.

⁶¹ Bainotti L., Semenzin S., 2020. *The Use of Telegram for Non-Consensual Dissemination of Intimate Images: Gendered Affordances and the Construction of Masculinities*, in *Social Media + Society*, 6(4).

⁶² Bainotti L., Semenzin S., 2021. *Donne tutte puttane. Revenge porn e maschilità egemone*, op. cit., pp 97.

⁶³ Schwartz B., Neff G., 2019. *The gendered affordances of Craigslist “new-in-town girls wanted” ads*. *New Media & Society*, 21(11–12), 2404–2421.

intimo, però, non è un fenomeno nato a causa delle gendered affordances di Telegram, esso è da considerarsi un problema culturale frutto di una tradizione misogina e maschilista che ha trovato nella chat di questa piattaforma uno spazio in cui esprimersi liberamente.

3.3 Metodologia di ricerca e struttura dei canali Telegram

La ricerca è stata condotta per uno studio a committenza del Comune di Genova e la rispettiva università, in partnership con l'Università degli Studi di Padova. L'oggetto di ricerca era la violenza di genere online con un campo di studio che andava oltre a Telegram. Quest'ultimo però è stato l'ambito in cui si sono trovati maggiori risultati per quanto riguarda la violenza di genere online.

Il metodo di ricerca prescelto è stato quello della netnografia in quanto esso offre ai ricercatori uno sguardo sulla realtà di ricerca in modo non intrusivo⁶⁴. Le caratteristiche di ricerca della netnografia sono estremamente simili all'etnografia classica: il primo passaggio è quello di trovare gruppi o canali in cui ci sia abbastanza materiale da osservare, in cui i post siano vari, le interazioni tra gli utenti numerose e gli argomenti trattati siano coerenti con la domanda di ricerca. Il secondo passaggio è la raccolta dei dati, basata soprattutto sulle conversazioni tra i membri del gruppo e sulle note di chi osserva. Il ricercatore o la ricercatrice deve tenere a mente che nella netnografia l'osservazione si basa sull'atto comunicativo e non sull'identità del comunicatore. Nella netnografia il dualismo online-offline, pubblico-privato viene a scemare giacché la vita quotidiana del XXI secolo è permeata dall'iperconnettività, al punto da diventare Onlife⁶⁵.

L'osservazione è stata svolta da giugno 2021 a fine luglio 2021. Il primo passo della ricerca è stato quello di entrare in confidenza con lo strumento: conoscere a fondo come usare Telegram, come rendersi autonomi e creare un profilo che potesse omologarsi nei gruppi e canali. Per la ricerca è stato scelto il nickname "lo_stefano_34".

⁶⁴ Kozinets R. V., 2002. *The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*, in *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.

⁶⁵ Cfr. Floridi L., 2017. *La quarta rivoluzione*, capitolo "Spazio: l'infosfera, La vita nell'infosfera", Milano, Raffaello Cortina, Versione Ebook.

Una volta comprese le dinamiche dello strumento, ci si è soffermati sul trovare dei canali da analizzare. Il primo approccio per rintracciare i gruppi è stato quello di cercare in internet l'esistenza di community in cui scambiare revenge porn (da notare che il termine qui viene usato perché comunemente chiamato così, anche se è stato evidenziato come non sia propriamente adatto a descrivere il fenomeno di D.I.V.I.S.E.). Questo primo criterio è stato presto abbandonato perché i siti che erano stati trovati segnalavano i link di canali Telegram di scambio di materiale intimo non consensuale non aggiornati: la maggior parte di questi erano stati chiusi per condivisione di materiale pornografico.

Il metodo adottato è stato quindi quello di usare la barra di ricerca di Telegram inserendovi keywords e hashtags: così facendo si sono trovati i primi gruppi che avrebbero condotto poi ai canali su cui si sarebbe incentrata l'osservazione grazie ai link condivisi all'interno del gruppo stesso.

Come evidenziato dalle studiose Lucia Bainotti e Silvia Semenzin nella loro ricerca sull'uso di Telegram per la condivisione non consensuale di materiale intimo esistono cinque categorie di gruppi in cui la maggior parte dei canali può essere circoscritto. Questa categorizzazione vale anche per la ricerca che abbiamo svolto. Essi sono:

- Explicit image-based sexual abuse: canali e gruppi la cui finalità è quella di condividere materiale intimo senza il consenso di chi vi è rappresentato, che siano le proprie partner, amiche o altre donne. Nelle informazioni del canale compare scritto che lo scopo ultimo dello stesso è quello di fare stupro digitale e raccolta delle immagini condivise per una futura consultazione di gruppo; oltre a questo un altro scopo è il doxing, ovvero la pratica di cercare e trovare online informazioni personali quali nome e cognome, indirizzo, contatto social e condividerle senza consenso;
- General porn: gruppi e canali in cui non c'è una netta divisione tra pornografia mainstream e contenuti non consensuali;
- Spy mode: canali e gruppi il cui scopo è quello di condividere foto e video di donne ignare di essere riprese. Esse possono essere ritratte in atti sessuali come in azioni di vita quotidiana. Questa pratica richiama molto al fetish dei voyeur.
- Linking: canali o gruppi in cui vengono mandate screenshot di foto di donne prese da altre piattaforme in cui sono state caricate consensualmente;

- Automated NCII: bot creati per la raccolta e la categorizzazione di NCII (non consensual diffusion of intimate image) e la condivisione di dati personali delle donne rappresentate, automatizzando questa pratica⁶⁶.

Le community sono strutturate in un modo molto preciso e organizzato, sono dei sistemi piramidali in cui alla base si trova il “pre-canale”, che conduce ai canali veri e propri, i quali a loro volta portano ai “sotto-canali”.

Questi primi gruppi, chiamati “pre-canali”⁶⁷, possiedono tutti caratteristiche simili: sono canali pubblici, che hanno dai 180 mila ai 300 mila utenti, in cui i partecipanti non possono scrivere. Nella categoria dei pre-canali fanno parte i General porn e i Linking.

I messaggi mandati dagli amministratori erano perlopiù bot, testi contenenti link oppure inviti ad entrare in altri canali. Gli inviti sono caratterizzati da screenshot dei media condivisi in quel canale seguito da un link per accedervi, in modo che gli utenti possano avere un’idea del materiale presente. Molti di questi link portano ad altri pre-canali in cui l’argomento diventa sempre più di nicchia: se nel primo pre-canale si trovavano link che portavano ad altri pre-canali di pornografia mainstream, a seconda dei link cliccati nel secondo pre-canale si entrava sempre più nello specifico nei meandri della pornografia consensuale e non a seconda delle categorie scelte.

Cercando di entrare in quanti più gruppi possibili si riesce ad arrivare al canale vero e proprio in cui le interazioni tra gli utenti sono libere. I canali analizzati sono formati da un range di utenza che va dalle 19 mila alle 50 mila persone.

Ai “sotto-canali”⁶⁸ si può accedere sia tramite i pre-canali che i canali, essi sono strutturati come listini di prezzo (alcuni hanno addirittura questo nome) in cui ci sono tutte le indicazioni per inserire, nel pre-canale o nel canale, bot e messaggi che invitino i partecipanti ad accedere ad altri gruppi⁶⁹:

⁶⁶ Bainotti L., Semenzin S., 2020. *The Use of Telegram for Non-Consensual Dissemination of Intimate Images: Gendered Affordances and the Construction of Masculinities*, in *Social Media + Society*, 6(4).

⁶⁷ Il termine pre-canale è stato coniato da me per descrivere la dinamica del canale stesso come anticamera dei veri canali.

⁶⁸ Determinati canali sono stati etichettati da me come sotto-canali per via delle caratteristiche che possiedono: hanno pochi partecipanti (ca. venti persone) e sono dedicati al retroscena dei canali stessi. Non è permesso ai partecipanti di mandare messaggi e fungono da vetrina prezzo dei canali e pre-canali.

⁶⁹ Si è scelto di riprodurre i messaggi senza mettere quelli originali poiché su Telegram gli utenti possono vedere quando qualcuno effettua degli screenshot e non si poteva correre il rischio di essere portati al centro dell’attenzione. Il nome dei gruppi è stato volutamente tolto e sostituito da *nome canale* per non dare informazioni che incentivino le persone ad entrare, e quindi alimentare, questi canali.

👤 LISTINO CANALI 🗨️	MATTUTINO 9-12
🔒 *nome canale*	🌟 1h 30€
🤖 *nome canale* (BOT)	🌟 3h 75€
+300k UTENTI	POMERIDIANO/SERALE: 12-24
🌟 VIEWS ALTISSIME, CRESCE DI 8k A SETTIMANA	🌟 1h 45€
✅	🌟 3h 90€
🗨️ CONTATTATEMI PER COMPRARE: *nome canale*	+ AGGIUNTE
BOT LIMITATI: *nome canale*	✅ Mex sotto di spinta 10€
🇮🇹 Lo staff assicura utenti italiani, maggiorenni e attivi 🗨️	✅ Repost 15€
	✅ Messaggio fissato 10€

	🔴 OVENDIAMO ANCHE INCREMENTI
	Per maggiori info: *nome canale*

Figura 1 e 2. Repliche accurata dei messaggi scritti in un sotto-canale.

I prezzi variano a seconda della fascia oraria e della durata della sponsorizzazione. Vengono resi noti il numero di utenti che ogni pre-canale possiede perché il valore percepito aumenta vista la visibilità di quest'ultimo. Le strategie applicate per creare questi messaggi richiamano quelle di un marketing primitivo e basilare.

3.4 Il nuovo inferno Dantesco: gli abissi delle interazioni nei canali Telegram

Dall'analisi delle interazioni all'interno dei canali si possono notare tre tipi di tematiche principali: la negoziazione, l'oggettificazione della donna e la costruzione della maschilità, le quali erano state evidenziate anche nella ricerca di Lucia Bainotti e Silvia Semenzin.

La costante negoziazione è un filo rosso che guida la narrazione all'interno di questi canali, alla base degli scambi di materiale c'è il baratto e gli user sono costantemente interessati ad ampliare la loro libreria personale. Chi è nuovo nel gruppo e non ha ancora contenuti da condividere lo dice apertamente per cercare la benevolenza degli altri al fine

di espandere la sua collezione: “Raga mi mandate qualche video per favore? Sono Nuovo Ne ho solo 1”.

Ad essere negoziato non è solo il contenuto, ma anche il consenso stesso. Gli individui all'interno dei canali sono spesso portati a domandarsi se quello che stanno facendo sia lecito o meno, se vada bene condividere un materiale che è stato mandato con lo scopo esplicito di rimanere privato. Questo tema viene a galla quando ci si sofferma a pensare alle conseguenze legali e digitali secondo la Legislazione italiana e i Termini di Servizio di Telegram. I partecipanti però si sentono sempre tutelati dall'architettura e delle affordances di Telegram che dà loro un senso di impunità e legittimazione delle loro azioni, i quali alimentano e sostengono la cultura maschilista come egemonica.

La figura femminile all'interno di questi canali passa da essere soggetto ad essere oggetto volto al piacere maschile e questo avviene tramite il processo di oggettivizzazione della donna. All'interno di questo specifico contesto omosociale l'oggettificazione si compie attraverso diverse forme che vanno dal deumanizzare la donna facendole perdere la sua identità e facendola diventare una “cagna” o una “troia”, alla categorizzazione. Quest'ultima è resa possibile dal linguaggio utilizzato dagli user i quali quando richiedono del materiale aggiungono delle specifiche riguardanti, ad esempio, l'età, il colore dei capelli o la città di provenienza. C'è il forte desiderio da parte degli utenti di sapere chi è la donna rappresentata, di sapere che vive nella propria città come, ad esempio, questo utente che offre i contenuti di ragazze di Eboli: “SCAMBIO NUDES DI RAGAZZE DI EBOLI O CAMPAGNA, TUTTE CON VISO E RICONOSCIBILI. SOLO PER LA STESSA COSA. SCRIVETEMI SONO LIMITATO”.

Un'altra forma di categorizzazione è quella che si può definire come sineddoche, una parte per il tutto, ossia viene presa una parte del corpo e creata una categoria per quella, una pratica molto comune nell'ambito della pornografia mainstream. È importante evidenziare come nessuno degli utenti veda la categorizzazione della figura femminile come una forma di violenza in sé e per sé, quando essa stessa è considerata una degradazione della donna, quindi una violenza. Il corpo femminile, o parte di esso, diventa una moneta di scambio su cui l'uomo può riaffermare il suo potere. L'oggettivazione del corpo femminile in primis, e quindi la categorizzazione di questo, sono strumenti necessari per la costruzione della mascolinità e della negazione della femminilità.

La performance della maschilità all'interno dei contesti omosociali è ben osservabile nei canali Telegram. La possibilità di condividere contenuti è sentita come una forma di solidarietà maschile e fratellanza poiché questa pratica va ad accrescere la libreria degli altri utenti. La solidarietà è esaltata dal linguaggio utilizzato per parlare l'uno con l'altro, si danno del "bro" o del "fra", ma non solo: all'interno dei canali vengono fatte richieste di shitstorm - fenomeno in cui una serie numerosa di persone postano commenti denigratori in rete, nei social media, blog o altre piattaforme - ⁷⁰. In altri casi la solidarietà e la fiducia nel proprio "bro" viene a galla con richiesta come questa: "chi entra nel mio cell con anydesk e mette commenti molto volgari a foto di ragazze da mio insta?". In questo caso non si può propriamente parlare di shitstorm perché i commenti arriveranno dal profilo di un solo utente e saranno rivolti a ragazze casuali, ma si può desumere dal numero di risposte a questa richiesta che le donne prese di mira sono molte.

Le affordances di Telegram, il senso di impunità, il contesto omosociale, quindi, alimentano costantemente questo sistema malato in cui la donna è centrale, non come soggetto ma come oggetto alla mercé del desiderio maschile.

Per semplificare l'analisi dei contenuti sono state create quattro categorie⁷¹ principali in cui la maggior parte delle interazioni può essere classificata:

- P3d Seeker: interazioni incentrate sulla pedopornografia;
- Known Seeker: scambio di contenuti vari di donne conosciute dal possessore del materiale;
- Real Seeker: ricercatori di interazioni reali;
- Approval Seeker: bisognosi di approvazioni dalla manosphere⁷².

Tutte le interazioni hanno come comun denominatore il rapporto di domanda e offerta in cui la moneta di scambio sono i contenuti stessi. Quest'ultimi aumentano di valore secondo una scala di rarità. La maggior parte delle volte si scambia per lo stesso genere di video che si posseggono.

⁷⁰ Bainotti L., Semenzin S., 2020. *The Use of Telegram for Non-Consensual Dissemination of Intimate Images: Gendered Affordances and the Construction of Masculinities*, in *Social Media + Society*, 6(4).

⁷¹ I nomi delle categorie sono stati inventati in modo da rendere l'idea del tipo di contenuto presente in esse, da notare che le categorie non sono stagne e rigide, molte delle interazioni potrebbero rientrare in più di una di esse, si è scelto quindi di inserire l'interazione nella categoria che più la rappresentava.

⁷² Marwick A.E., Caplan R., 2018. *Drinking male tears: language, the manosphere, and the networked harassment*, in *Feminist Media Studies*, vol. XVIII, n. 4, pp. 543-559.

3.4.1 P3d Seeker

Questa categoria, come le altre, si divide in coloro che offrono contenuti e coloro che li ricercano. Come specificato nella metodologia, trattandosi di netnografia non ci è dato sapere l'identità reale di chi scambia questi contenuti, quindi, quando un utente si definisce un padre che possiede video dei propri figli si prende per vera questa interazione, senza questionare sulla veridicità dell'identità stessa dell'utente.

I possessori di contenuti pedopornografici normalmente si scambiano gli stessi tipi di foto o video. I loro messaggi, dunque, possono contenere informazioni molto specifiche sul sotto-genere di pedopornografia che ricercano. I dettagli presentati nella domanda possono variare dall'età dei soggetti rappresentati, al ruolo che questi hanno all'interno della vita dei possessori del contenuto (se sono figli, cugini, fratelli o sorelle ecc), al genere del minore rappresentato.

Il modo di porre la richiesta può variare. Da coloro che non posseggono questo genere di contenuto, ma lo stanno ricercando, essa viene comunemente strutturata con "cerco video + specifica sul genere ricercato". Ad esempio, un utente scrive "Cerco video della ragazza e il fratello/bambino". Come detto in precedenza la negoziazione è alla base della maggior parte delle interazioni, anche quando si parla di pedopornografia. Spesso si cercano ragazze con età specifiche e si offre di scambiare per lo stesso genere di materiale: "chi ha ragazze 16/17 anni? scambio con la stessa cosa". Il testo scritto non è l'unico modo per richiedere materiale, alcuni cercano video specifici di cui hanno degli screenshot, quest'ultimi vengono inviati nella community con descrizioni che richiamino al "cerco".

Le richieste però possono essere anche molto generiche perché quello che interessa realmente è che siano rappresentati dei minorenni, quindi possono comparire semplicemente come "Chi ha video di ragazzi minorenni?".

In generale dall'analisi è emerso che quando qualche utente ricerca per primo materiale pedopornografico, che sia la richiesta di siti in cui trovare questi video, l'offerta di scambio di materiale o qualsiasi cosa che richiami al campo semantico dei minorenni, quel giorno la domanda di pedopornografia sarà più alta. In tutto il periodo di osservazione solo un utente ha evidenziato il suo disgusto nei confronti della condivisione

di pedopornografia, tutti gli altri si sono sempre comportati come se queste richieste fossero normali.

3.4.2 Known Seeker

I Known Seeker sono coloro che offrono contenuti sessualmente espliciti, e non, di donne a loro vicine. In questa categoria troviamo sia coloro che mandano contenuti di ex ragazze, i cosiddetti revenge porn, sia quelli che mandano foto di amiche o conoscenti condividendo i contatti social.

Le interazioni di questa categoria però vanno anche oltre. All'interno di questo gruppo l'oggetto di condivisione, infatti, non sono solo le ex ragazze – non c'è quindi alla base lo scopo di vendetta – ma spesso sono le attuali fidanzate. Si noti ad esempio questa interazione:

“User 1: Faccio segare la mia ragazza solo a gente con cazzo lungo

User 2: Manda

User 3: 20cm vanno bene?”

Sembra che lo scopo della condivisione della propria ragazza sia quello di creare una sorta di fratellanza con chi ha un membro grande. Spesso la caratteristica della grandezza del membro non è nemmeno richiesta, c'è una sorta di perversione nel condividere la propria partner sapendo che dall'altra parte l'individuo manderà la sua approvazione con una foto: “Chi mostra la moglie o fidanzata commento con cazzo”.

Alla base di molte delle interazioni di questa categoria c'è l'umiliazione e la denigrazione della figura femminile, che sia la propria ragazza, la propria madre o addirittura la propria figlia. La donna perde la sua identità e diventa la “Troia” il cui possessore decide di farla commentare ad altri: “Commento pesantemente la vostra Troia mostrata in tacchi o vestitini corti”.

In questo mercato anche i contatti social sono una preziosa moneta di scambio, spesso vengono mandate foto di amiche o conoscenti come assaggio, si offre poi di scambiarne altre in cui sono nude allegando il loro contatto social. Per avere queste cose non serve fare altro che scrivere all'offerente.

3.4.3 Real Seeker

In questi canali sono ricercate anche le interazioni reali che vadano oltre allo scambio di foto o video. Quello che si cerca sono persone vere dietro lo schermo, a volte per chattare, altre per scambio in tempo reale di contenuti, altre volte ancora cybersex.

Si creano messaggi con informazioni specifiche che raccontano chi si è e che cosa si cerca e inoltre nella maggior parte dei casi viene esplicitato che verrà chiesto all'altro di dimostrare che non è un "fake".

Alcuni utenti hanno solo il bisogno di condividere le loro esperienze con altri che vivono gli stessi eventi, vogliono scambiare foto e video con persone reali:

“Qualcuno come me si fa fare pompino ho ha una relazione con mamma o sorellina?

Scrivetemi per parlare delle nostre esperienze

SCAMBIO FOTO E VIDEO ANCHE LIVE FATTI AL MOMENTO SOLO CON
CHI DIMOSTRA

Nel caso siete reali ho una cosa da proporre poi

SOLO SERIO PER FAVORE

Noi reali e insieme ora”.

Esistono anche utenti che ricercano incontri faccia a faccia, oltre al cybersex; gli inviti possono avere diversa natura e non hanno una forma che li accomuna tutti, l'unica cosa che viene sempre specificata è la città d'interesse: “Maturo cerca coppia giovane o ragazza giovane x incontro a Pisa e vicinanze, offrisci rose x lei...” Oppure “Passivi a Verona sotto i 15 per prima volta?”.

La chat viene, quindi, usata come un sito di incontri su scala nazionale.

3.4.4 Approval Seeker

Cercare un qualche tipo di approvazione da parte del gruppo è una delle forme di interazione che si può incontrare in questi canali Telegram e nella manosphere. Molti utenti condividono contenuti sessualmente espliciti solo per avere il consenso del gruppo dominante, condividono la loro privacy, la loro partner con migliaia di persone per ricevere complimenti e approvazione. La cosa importante per loro è che altri uomini siano fieri di loro e di quello che fanno nella loro sfera privata sessuale:

“User 4: [foto 1: due ragazze normali vestite da sera, foto 2: sessualmente esplicite di una ragazza con un ragazzo] La mia ragazza sbattuta dopo questa foto a una festa di laurea

User 5: L’hai sbattuta te o altri?

User 6: Top

User 7: [faccine innamorate]

User 4: Io”

Spesso vogliono sapere anche cosa gli altri utenti farebbero alla loro partner, condividono una foto della stessa nuda e chiedono esplicitamente quali pratiche farebbero loro su di lei:

“User 8: [foto sessualmente esplicita di una ragazza] Cosa fareste alla mia ragazza

User 9: Scrivimi

User 10: Tette simili a quelle della mia, scrivimi io sono limitato

User 11: Gli ele spremerci”

L’approvazione può essere cercata anche per le dimensioni del fallo, vengono quindi mandate foto o gif dello stesso a cui si aspettano vari commenti.

Gli approval seeker possono essere definiti dei chatter, poiché la sua socievolezza online non ha confini, per egli internet è utile per instaurare relazioni, condividere esperienze con gli altri utenti che si basano su sperienze personali ed emozioni.⁷³

3.5 Sintesi dei contenuti

La costruzione della maschilità in contesti omosociali è basata sull’oggettificazione della figura femminile. La ricerca condotta ha dimostrato come le donne perdano completamente la loro identità all’interno di questi canali Telegram. Esse diventano una merce utile per il piacere maschile, che serve loro per l’affermazione del potere e ciò avviene tramite l’umiliazione e la deumanizzazione di quest’ultime.

⁷³ Bakardjieva M., 2003. *Virtual Togetherness: an Everyday-life Perspective*, in *Media, Culture & Society*, 25(3), p. 299.

Al contrario di quanto sostiene Sharon R. Bird⁷⁴ non si è riscontrata una forma di competitività intrinseca al contesto omosociale. Dall'osservazione, infatti, è emerso che i partecipanti sembrano essere propensi alla fratellanza e alla ricerca di approvazione del gruppo stesso. Cercano infatti di condividere le loro esperienze, parlare di sé e mandare foto delle proprie partner per il gusto di fare parte del gruppo ed essere apprezzati dai simili. Alla base della costruzione della maschilità c'è un ulteriore elemento: il girl-watching⁷⁵ in cui la sessualizzazione del corpo femminile è considerata un gioco in cui vengono palesate le forme di potere. Il girl-watching nei gruppi analizzati è essenziale, si pensi per esempio a tutte le richieste di commentare determinati contenuti. Esso, quindi, crea contemporaneamente: giustificazione del potere egemone dei dominanti, spazio per la continua diffusione di materiale sessualmente esplicito non consensuale e barriere per il riconoscimento da parte degli uomini del suo potenziale danno.

L'analisi condotta ha evidenziato anche come la piattaforma Telegram, per la sua architettura digitale, offra agli utenti uno spazio sicuro dove essere "uomini". Nel sito della piattaforma viene evidenziato come per i due fondatori sia essenziale la privacy e come si impegnano affinché le conversazioni degli utenti siano del tutto private, criptate e libere. Telegram fornisce ai suoi utenti, infatti, la possibilità di registrarsi solo con il numero di telefono e mostrarsi in gruppi e canali con il proprio nickname. Tutta questa sicurezza e tutela per la privacy degli utenti ha reso la piattaforma il luogo perfetto per il propagarsi di contenuti illeciti.

Nonostante la società odierna stia facendo dei passi avanti per quanto riguarda la gender equality è stato evidenziato come le maschilità egemoni riescano a mantenere il loro privilegio, nonché dominio, sulle donne. Questo non è quindi un fenomeno rilegato ad una piattaforma, essa infatti ha solo portato alla luce una narrazione tipica del sistema patriarcale grazie alle sue affordances.

La violenza di genere online, infatti, è la digitalizzazione di una devianza della nostra società; una società che per troppo tempo ha giustificato comportamenti misogini e maschilisti; una società che ha dato agli uomini uno spazio, fisico o digitale che sia, affinché fossero liberi di commettere violenza – sessuale, psicologia, economica, online

⁷⁴ Bird S. R., 1996. *WELCOME TO THE MEN'S CLUB: Homosociality and the Maintenance of Hegemonic Masculinity*, in *Gender & Society*, 10(2), pp. 120–132.

⁷⁵ Quinn B. A., 2002. *Sexual Harassment and Masculinity: The Power and Meaning of "Girl Watching"*, in *Gender & Society*, 16(3), pp. 386–402.

– senza che ne pagassero appieno le conseguenze. La violenza di genere online, quindi, non è altro che la manifestazione di tutte quelle logiche intrinseche alla nostra società patriarcale che ritrae le donne come oggetti sessuali e gli uomini come possessori del potere. Una donna che vede i suoi contenuti – mandati con l’esplicito e tacito accordo di riservatezza – inoltrati in canali di oltre 50 mila persone, non solo è stata oggettivata sessualmente da chi possedeva il suo contenuto, ma è diventata una merce di scambio, una moneta che viene scambiata per altre donne che hanno caratteristiche simili alle sue.

Conclusioni

La presente tesi è volta a evidenziare come funzionano le interazioni in ambienti omosociali e come queste rispecchiano ed esaltano tutti gli stereotipi e i pregiudizi di genere della società patriarcale italiana e, infine, voleva portare alla luce la pratica del D.I.V.I.S.E.. L'obiettivo finale è quello di sottolineare la violenza di genere e mostrare come questa sia così permeata nella nostra struttura sociale da passare spesso inosservata.

La pratica di condivisione di materiale intimo è estremamente interconnessa con la costruzione sociale del genere, con la socializzazione ad esso e, di conseguenza, anche con gli stereotipi insiti in quest'ultima. Fin dalla tenera età bambine e bambini vengono socializzati a essere uomini e donne, a come performare il proprio genere e alle aspettative che sono attese ad esso: inizia così la separazione netta tra ciò che è il maschile e ciò che è il femminile. I bambini vengono già socializzati a essere parte del genere egemone e privilegiato, viene infatti insegnato loro a non mettere in atto comportamenti appartenenti alla sfera del femminile.

Diventa necessaria, quindi, una riflessione profonda sui modi in cui viene performata la maschilità oggi e su come invece si vorrebbe che venisse performata affinché uomini e donne si lascino alle spalle la disuguaglianza. I cambiamenti riguardanti la maschilità interessano il modo in cui essa viene costruita socialmente, il modo, quindi, di essere uomini sia all'interno dei contesti omosociali sia nei rapporti con il femminile.

Le performance del maschile all'interno della mansphere dovrebbero subire un cambiamento radicale perché si possano vedere dei veri cambiamenti anche in altri ambiti della società. Se gli uomini accettano l'emancipazione femminile solo in determinate aree sociali e quando sono in contesti omosociali tornano alla subordinazione delle donne, ciò significa che il cambiamento è solo apparente e che gli stereotipi di genere, l'oggettificazione sessuale e la violenza di genere continueranno ad essere strutturali e culturali. Questo profondo cambiamento sociale può partire solo dalla socializzazione al genere, la quale invece di insegnare a performare secondo le aspettative sociali attuali, dovrebbe mettere al centro del dibattito la criticità, e in qualche modo la fragilità, della maschilità.

La sovversione di questo sistema può anche partire dal basso, tramite una sorellanza condivisa, ma si è notato come le maschilità egemoni messe di fronte a delle femminilità

forti invece di essere predisposti al dialogo, rispondono o con la violenza o trovando contesti in cui tornare ad essere al potere. Ecco quindi, che per raggiungere il cambiamento bisogna parlare di un rapporto biunivoco, in cui donne e uomini cooperino affinché stereotipi e violenza facciano parte del passato: servono degli strumenti che siano in grado di far riconoscere a chi è al potere il proprio privilegio in quanto al vertice della gerarchia di genere.

La maschilità egemone intesa e performata come si è visto è utile ad una società patriarcale, che per definizione necessita di una figura maschile di riferimento; essa per funzionare ha bisogno, però, anche di femminilità complici che assecondino questa maschilità, si auto-oggettivizzano sessualmente, insomma che permettano loro di “essere uomini”. Il rapporto biunivoco deve partire da qui, da un ribilanciamento dei generi, che veda alla base di questo nuovo patto la libertà e il rispetto reciproco dell’altra persona in quanto tale.

Quello che la ricerca vuole evidenziare è come la violenza di genere sia talmente strutturata e culturalmente appresa che fa parte della nostra società. Ci si concentra sempre di più sul perché si è mandata una foto sessualmente esplicita e non perché il ricevente non ha atteso l’accordo di riservatezza e si è permesso di condividerla con migliaia di persone.

Gli uomini appartenenti a questi gruppi non vedono questa come violenza, non si questionano sul loro comportamento, non credono che insultare, umiliare o denigrare la loro partner sia una forma strutturale di violenza. Oltre alla condivisione come violenza primaria, correlata ad essa in questo contesto omosociale se ne applicano altre, altrettanto complesse e strutturate, come ad esempio la categorizzazione. Categorizzare una persona in base alle sue caratteristiche fisiche o demografiche, oppure ricondurla a singole parti del corpo, è renderla quindi un oggetto sessuale che diventa utile al semplice scopo erotico. Questa è un’ulteriore forma di violenza che deriva come conseguenza dalla condivisione non consensuale. Ancora, la denigrazione gratuita e l’umiliazione per puro piacere è un’ulteriore violenza, anch’essa psicologica. Tutto questo ai partecipanti non è d’interesse.

Agli uomini all’interno della manosphere è data la possibilità di comportarsi così perché sono tra uomini, perché è lecito per loro comportarsi in questo modo, sono stati socializzati a essere dominanti. In una società in cui le donne stanno cercando

l'emancipazione in più ambiti sociali, agli uomini non resta che riprendersi il potere all'interno dei contesti in cui ancora hanno il dominio.

È necessario anche evidenziare che le affordances di Telegram hanno solo portato a galla una devianza che è sempre stata insita nei “discorsi da spogliatoio”: la condivisione non consensuale di materiale intimo non è quindi un fenomeno che esiste in quanto Telegram lo ha reso possibile. La piattaforma, grazie alla sua struttura ha senz'altro reso più semplice la connessione tra persone con questi stessi interessi, ma sono comunque i soggetti a decidere l'uso che vogliono o meno fare di essa.

Trovandoci di fronte a un problema culturale e sociale è fondamentale che ci sia una maggiore educazione nei confronti di queste tematiche. Per educazione non si devono intendere solo i percorsi educativi volti ad abbattere gli stereotipi di genere e le barriere di stagnazione e cristallizzazione di esso, oltre ad una sana educazione sessuale; per educazione si deve intendere anche l'attenzione e una ri-educazione da parte della comunicazione pubblica. Come si è visto, la rappresentazione sociale mediatica della violenza di genere alimenta e banalizza la gravità della situazione, è necessario quindi un linguaggio più inclusivo e sensibile che esca dalle logiche patriarcali ed evidenzi il vero problema della questione.

BIBLIOGRAFIA

- Abbatecola E., Stagi L., 2017. Ed. *Pink is the new black: Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*, Torino, Rosenberg & Sellier.
- Abbatecola E., 2021. *Revenge Porn o D.I.V.I.S.E? Proposta per cambiare un'etichetta sessista / Revenge Porn or D.I.V.I.S.E? Proposal to change a sexist label*, in *AG AboutGender International journal of gender studies*, vol. 10, N 19, pp. 401-413.
- APA Task Force on the Sexualization of Girls, 2008. *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*, in American Psychological Association.
- Aristotele, 1905. *Trattato dei governi*, Milano, Sonzogno.
- A.a V.v., 2010. *Entre le Rose et le Bleu: Étude sur les stéréotypes sexuels et construction sociale du féminin et du masculin*, in Conseil du statut de la femme, Québec.
- Bakardjieva M., 2003. Virtual Togetherness: an Everyday-life Perspective, in *Media, Culture & Society*, 25(3).
- Bainotti L., Semenzin S., 2020. *The Use of Telegram for Non-Consensual Dissemination of Intimate Images: Gendered Affordances and the Construction of Masculinities*, in *Social Media + Society*, 6(4).
- Bainotti L., Semenzin S., 2021. *Donne tutte puttane. Revenge porn e maschilità egemone*, Durango Edizioni.
- Basow, Susan A., Minieri A., 2011. «You owe me»: *Effects of date cost, who pays, participant gender, and rape myth beliefs on perceptions of rape*, in *Journal of Interpersonal Violence*, 26(3), pp. 479-497.
- Bernard P., Loughnan S., Marchal C., Godart A., Klein O., 2015. *The exonerating effect of sexual objectification: Sexual objectification decreases rapist blame in a stranger rape context*, in *Sex roles*, 72(11-12), pp. 499-508.
- Bianchi C., 2003, *Pragmatica del linguaggio*, Bari-Roma, Laterza.
- Bianchi C., 2021. *Hate speech il lato oscuro del linguaggio*, Bari-Roma, Laterza.
- Bird S. R., 1996. *WELCOME TO THE MEN'S CLUB: Homosociality and the Maintenance of Hegemonic Masculinity*, in *Gender & Society*, 10(2), pp. 120–132.
- Bosche M., 2005. *Des préjugés aux stéréotypes*, Module I.304 du Didacticiel d'études interculturelles, in <http://sites.google.com/site/articlesmarcbosche/despréjugésauxstéréotypes>

- Bourdieu P., 1998. *Meditazioni pascaliane*, Milano, Feltrinelli.
- Bourdieu P., 2015. *La miseria del mondo*, Milano, Mimesis.
- Cameron C. A., Stritzke W. G.K., 2003. *Alcohol and Acquaintance Rape in Australia: Testing the Presupposition Model of Attributions of Responsibility and Blame*, in *Journal of Applied Social Psychology*, 33(5), pp. 983-1008.
- Flood M., 2008. *Men, sex and homosociality: how bonds between men shape their sexual relations with women*, in *Men e Masculinities*, vol. X, n. 3, pp. 339-359.
- Fredrickson B. L., Roberts T., 1997. *Objectification Theory. Toward understanding Woman's Lived Experiences and mental health risks*, Cambridge University Press.
- Frese B., Moya M., Megía J. L., 2004. *Social perception of rape: How rape myth acceptance modulates the influence of situational factors*, in *Journal of interpersonal violence*, 19(2), pp.143-161.
- Gill R., 2007. *Gender and the media*, Cambridge/Malden, Polity Press.
- Hall M., Hearn J., 2017. *Revenge pornography: Gender sexuality and motivations*, Routledge.
- ISTAT (2014), 2020. *La violenza contro le donne dentro e fuori la famiglia*, ISTAT, Roma. Vd. anche Istat, *L'allerta internazionale e le evidenze nazionali attraverso i dati del 1522 e delle Forze di Polizia. La violenza di genere al tempo del coronavirus: marzo-maggio 2020*, Istat, Roma.
- Kozinets R. V., 2002. *The Field behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*, in *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72.
- Lippmann W., 1922. *Opinione Pubblica*, Roma, Donzelli Editore.
- Lombardi L., 2005. *Società, culture e differenze di genere. Percorsi migratori e stati di salute*, Milano, Franco Angeli.
- Loughnan S., Pina A., Vasquez E., Puvia E., 2013. *Sexual objectification increases rape victim blame and decreases perceived suffering*, in *Psychology of Women Quarterly*, 37, pp. 455-461.
- Maitresse N., Schaffauser T., 2009. *Fiere di essere puttane*, Roma, DeriveApprodi.
- Marwick A.E., Caplan R., 2018. *Drinking male tears: language, the manosphere, and the networked harassment*, in *Feminist Media Studies*, vol. XVIII, n. 4, pp. 543-559.
- Newcombe P. A., Van Den Eynde J., Hafner D., Jolly L., 2008. *Attributions of Responsibility for Rape: Differences Across Familiarity of Situation, Gender, and*

- Acceptance of Rape Myths*, in *Journal of Applied Social Psychology*, 38(7), pp. 1736-1754.
- Nussbaum M. C., 2014. *Persona oggetto*, Trento, Erickson.
- Pacilli M. G., 2012. *Solo per i tuoi occhi...L'oggettivazione sessuale in un'ottica psicosociale*, In-Mind Italia.
- Pacilli M. G., 2014. *Quando le persone diventano cose. Corpo e genere come uniche dimensioni di umanità*, Bologna, Il Mulino.
- Parsons T., 1964, *Social structure and personality*, Londra, The Macmillan Company.
- Pasqualini A., 2017. *Feminist sex wars*, Diacronie. Studi di Storia Contemporanea: Proiezioni individuali e agire collettivo nella storia. Ruoli sociali, aspetti politici e nodi storiografici tra pubblico e privato, 32, 4/2017.
- Popolla M., 2021. *Eppur mi piace... Immaginari e lavoro tra femminismi e pornografie*, Roma, DeriveApprodi.
- Quinn B. A., 2002. *Sexual Harassment and Masculinity: The Power and Meaning of "Girl Watching"*, in *Gender & Society*, 16(3), pp. 386–402.
- Restaino F., 1999. *Storia della filosofia. La filosofia contemporanea: scientismi, storicismi, irrazionalismi*, Torino, Utet.
- Saccà F., 2021. *Stereotipo e pregiudizio La rappresentazione giuridica e mediatica della violenza di genere*, FrancoAngeli Open Access.
- Satta C., 2012. *Bambini e adulti: la nuova sociologia dell'infanzia*, Roma, Carocci.
- Schwartz B., Neff G., 2019. *The gendered affordances of Craigslist "new-in-town girls wanted" ads*. *New Media & Society*, 21(11–12), 2404–2421.
- Volpato C., 2011. *Deumanizzazione. Come si legittima la violenza*, Bari, Gius., Laterza.
- Ward, L.M., Seabrook, R.C., Manago, A. et al., 2016. *Contributions of Diverse Media to Self-Sexualization among Undergraduate Women and Men*, in *Sex Roles* 74, pp. 12–23.
- Wouters C., 2010. *Sexualization: Have Sexualization process changed direction?*, in *Sexualities*, 13(6), pp. 723-41.
- Zanardo L., Chindemi M. M., 2010. *Il corpo delle donne L'immagine del femminile nella Tv italiana*, in <https://www.ilcorpodelledonne.net/documentario/>.

SITOGRAFIA

https://revengepornhelpline.org.uk/assets/documents/intimate-image-abuse-an-evolving-landscape.pdf?_=1639471939.

<https://www.cybercivilrights.org/wp-content/uploads/2014/12/RPStatistics.pdf>.

<https://data.europa.eu/doi/10.2839/087900>.

<https://telegram.org/privacy#6-bot-messages>.

<https://www.treccani.it/enciclopedia/linguaggio>.

[https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/2_Bianchi.html#:~:text=Il%20linguaggio%20d'odio%20\(o,appartiene%20a%20quel%20gruppo%20sociale](https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/Schwa/2_Bianchi.html#:~:text=Il%20linguaggio%20d'odio%20(o,appartiene%20a%20quel%20gruppo%20sociale).