

# Fuori Luogo

Rivista di Sociologia del Territorio,  
Turismo, Tecnologia



Numero 5 - Giugno 2019  
FedOA - Federico II University Press  
ISSN (on line) 2723-9608 - ISSN (print) 2532-750X

## SOMMARIO

Turismi e consumi culturali LGBT, dati, flussi e resilienza  
Fabio Corbisiero

Perché devo dire qual è il mio orientamento sessuale se voglio farmi semplicemente una vacanza.  
L'esperienza dei giovani turisti non eterosessuali italiani  
Roberta Bartoletti e Lorenzo Giannini

I giovani LGBT+ nell'Italia contemporanea tra consumi culturali e tecnologie relazionali  
Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli

Una questione di matrici: dal questionario cartaceo alle web-survey  
Cleto Corposanto e Beba Molinari

Reti resilienti e qualità della vita: formale e informale nelle pratiche di comunità  
Luigi delle Cave

Campania university students' motivations to migrate  
Francesco Santelli

Rubriche

Interstizi. Letture a 3 T

Incontro Fuori Luogo. Intervista a Salvatore Monaco  
Carmine Urciuoli

**FUORI LUOGO**

Numero 5  
Giugno 2019

## **Sommario**

**6.** Turismi e consumi culturali LGBT, dati, flussi e resilienza

*Fabio Corbisiero*

**8.** Perché devo dire qual è il mio orientamento sessuale se voglio farmi semplicemente una vacanza.

L'esperienza dei giovani turisti non eterosessuali italiani

*Roberta Bartoletti e Lorenzo Giannini*

**22.** I giovani LGBT+ nell'Italia contemporanea tra consumi culturali e tecnologie relazionali

*Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli*

**41.** Una questione di matrici: dal questionario cartaceo alle web-survey

*Cleto Corposanto e Beba Molinari*

**54.** Reti resilienti e qualità della vita: formale e informale nelle pratiche di comunità

*Luigi delle Cave*

**71.** Campania university students' motivations to migrate

*Francesco Santelli*

## **Rubriche**

**86.** Interstizi. Letture a 3 T

**94.** Incontro Fuori Luogo. Intervista a Salvatore Monaco

*Carmine Urciuoli*

**DIRETTORE**

Fabio Corbisiero (Università degli Studi di Napoli Federico II)

✉ direttore@fuoriluogo.info

**CAPOREDATTORE**

Carmine Urcioli

✉ caporedattore@fuoriluogo.info

**COMITATO SCIENTIFICO**

Fabio Amato, Enrica Amato, Biagio Aragona, Elisabetta Bellotti, Erika Bernacchi, Kath Browne, Gilda Catalano, Manuela Cipri (†), Matteo Colleoni, Domenica Farinella, Mirella Giannini, Mariano Longo, Noureddine Harrami (†), Mara Maretti, Giuseppe Masullo, Antonio Maturo, Khalid Mouna, Pierluigi Musarò, Katherine O'Donnell, Giustina Orientale Caputo, Gaia Peruzzi, José Ignacio Pichardo Galán, Cirus Rinaldi, Elisabetta Ruspini, Lello Savonardo, Roberto Serpieri, Sarah Siciliano, Annamaria Vitale

**COMITATO DI REDAZIONE**

Francesco Antonelli, Francesco Calicchia, Amalia Caputo, Linda De Feo, Teresa De Rosa, Monica Gilli, Rosanna Marino, Ilaria Marotta, Pietro Maturi, Dario Minervini, Salvatore Monaco, Santina Musolino, Mirella Paolillo, Emanuele Rossi, Francesco Santelli, Carmine Urcioli, Anna Maria Zaccaria

English text editor: Pietro Maturi

✉ redazione@fuoriluogo.info

tel. +39-081-2535883

English text editor: Pietro Maturi

Impaginazione a cura di Michele Adriano Brunaccini

Grafica di copertina di Michele Adriano Brunaccini

**EDITORE**

FedOA - Federico II University Press

Centro di Ateneo per le Biblioteche "Roberto Pettorino"

Università degli Studi di Napoli Federico II

*Responsabilità editoriale*

Fedoa adotta e promuove specifiche linee guida in tema di responsabilità editoriale, e segue le COPE's Best Practice Guidelines for Journal Editors.

Autorizzazione del Tribunale di Napoli n. 59 del 20 dicembre 2016

Direttore responsabile: Carmine Urcioli

ISSN 2723-9608 (pubblicazione on line)

ISSN 2532-750X (pubblicazione cartacea)

Nella valutazione dei lavori proposti, la rivista segue una procedura di peer review. Gli articoli vengono proposti alla valutazione di due referee anonimi dopo aver eliminato ogni eventuale elemento che possa identificare l'autore.

I lavori della rivista sono consultabili su [www.fuoriluogo.info](http://www.fuoriluogo.info)

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica, di riproduzione e di adattamento anche parziale, con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi. Non sono assolutamente consentite le fotocopie senza il permesso scritto dell'Editore.

# I giovani LGBT+ nell'Italia contemporanea tra consumi culturali e tecnologie relazionali\*

Fabio Corbisiero e Carmine Urciuoli<sup>1</sup>

## 1. Introduzione

Da diversi anni ormai la rappresentazione sociale delle persone LGBT+ è diffusa nell'universo culturale e mediatico; piuttosto che un'idea omogenea del "global gay" (Martel, 2014), ciò che troviamo, in una gamma sempre crescente di media, è un caleidoscopio intersezionale di espressioni e di idiomi su generi e identità sessuali.

L'intersezione di media e identità sessuali sta producendo un ricco dibattito accademico che va dalle politiche di cittadinanza sessuale alla dimensione del coming out, impiegando nuove chiavi di lettura per l'analisi del tema. Arthurs (2004) e Brown (2002), solo per citare alcuni studiosi, osservano che i media sono i principali dispositivi di "regolazione" della sessualità in quanto affrontano temi come la morale sessuale nelle sfere pubbliche e private; altri ancora (Gross, 1994; Kim *et al.*, 2007) guardano ai limiti della rappresentazione delle identità sessuali in un mercato dei media liberalizzato. Mentre gli studiosi di molte discipline accademiche concordano sul fatto che questo argomento sia importante, la frammentazione e il restringimento disciplinare dello studio della sessualità e dei media hanno spesso impedito di impegnarsi nel dialogo accademico sull'importanza di studiare la "sessualità mediata" come componente significativa della formazione dell'identità individuale e collettiva delle persone LGBT+.

Soprattutto in Italia, l'esiguità di teorizzazioni e rilievi empirici sui consumi culturali delle persone omosessuali possono, sinteticamente, riferirsi al prevalere di paradigmi eteronormati che privilegiano una lettura "mainstream" del fenomeno; ma anche alla refrattarietà di alcuni filoni di ricerca che ignorano la prospettiva dei cultural studies (Trappolin, 2009).

Obiettivo di questo saggio è quello di presentare i dati di una ricerca empirica sull'influenza dei prodotti mediatici sui percorsi evolutivi dei giovani LGBT+ italiani.

La cornice che fa da sfondo alla ricerca è la trasformazione delle biografie dei giovani omosessuali alla luce delle trasformazioni dei media. Queste ultime hanno provocato la diffusione di traiettorie sempre più eterogenee e differenziate all'interno dell'universo mediatico giovanile, insieme alla contrazione degli orizzonti spazio-temporali. Si tratta di un tema che tuttavia lascia scoperte molteplici questioni, che saranno oggetto di esplorazione e approfondimento dal punto di vista teorico, epistemologico, empirico, nel corso di questo articolo.

Gli obiettivi principali dell'indagine possono essere sintetizzati nelle tre domande cognitive che guidano il percorso di ricerca: Quali sono le esperienze che caratterizzano il rapporto tra i media e i giovani LGBT+ rispetto alla consapevolezza della propria sessualità?

---

\* Data ricezione 4/05/2019. Versione finale approvata 2/06/2019.

<sup>1</sup> Università degli studi di Napoli "Federico II".

In che modo i consumi mediatico-culturali influenzano i processi di relazione sociale dei giovani omosessuali? Quali sono gli elementi che conducono i giovani LGBT+ a reclamare il proprio diritto alla cittadinanza?

La nostra interpretazione del fenomeno rintraccia nel consumo culturale un dispositivo cruciale per la formazione dell'identità omosessuale e, al tempo stesso, rappresenta la chiave di rappresentazione del mondo vista attraverso la comunità LGBT+. L'analisi dei dati fa luce non solo sulle modalità attraverso le quali la cultura mediatica dà forma alla sessualità arcobaleno (Corbisiero, 2013), ma anche sui modi attraverso i quali, proprio a partire da questa categoria socio-sessuale, a sua volta si elaborano culture peculiari. Tale sforzo analitico, come vedremo, intende evidenziare i limiti di alcuni apparati teorico epistemologici tuttora in uso, a partire dal focus sulle esperienze giovanili. Si intende mostrare, in primo luogo, la tendenza a utilizzare le esperienze maschili-eterosessuali come norma sociale, neutra e misura dell'universale, senza esplicitare le problematicità di tali pratiche. In secondo luogo, si vuole portare l'attenzione sulla tendenza (ancora attuale) a considerare i generi, le sessualità, gli orientamenti sessuali, solo nel momento in cui riguardano coloro che sconfinano rispetto agli standard normativi, rafforzando ulteriormente il privilegio invisibile di cui godono le parti prese come standard, pur senza nominarlo, all'interno della rappresentazione del mondo sociale.

## **2. Cosa vuol dire essere (giovani) LGBT+?**

La giovinezza identifica un concetto sociologico dai confini malleabili, ontologicamente mutevoli, che si evolve e si trasforma seguendo le cornici di pensiero e le prospettive dalle quali lo si osserva. Diversamente dagli assiomi durkheimiani, questo concetto non può essere considerato un fatto sociale, inteso come entità preesistente e indipendente dal nostro modo di farne esperienza e renderlo intellegibile. Piuttosto, esso può essere considerato una rappresentazione sociale (Moscovici, 1961), che rende tangibile ciò che è prodotto dalle interazioni sociali senza però cristallizzarsi in un monolite concettuale. Ne consegue che ogni epoca storica porta con sé una determinata idea riguardo alle varie fasi della vita. Come argomentano Dal Lago e Molinari (2001, p. 13): «occorre (...) interrogarsi sia sul perché in una determinata epoca storica abbia prevalso una particolare idea di giovinezza sia sul perché alcuni modelli di identificazione abbiano prevalso su altri».

Allo stesso tempo, è necessario porre in costante relazione la simbologia associata all'universo giovanile con i modelli di età adulta che si consolidano nelle differenti epoche storiche. Ancor più se si considera che le istituzioni sono portate a trovare sempre nuovi modi per affermare il controllo sociale sui giovani. Queste considerazioni intendono sottolineare come ancora oggi le riflessioni prodotte nello scorso secolo mantengono una propria forza, che riecheggia nei dibattiti contemporanei. In Italia uno tra i più fertili e affermati filoni di studi giovanili risale a metà degli anni Ottanta, con la pubblicazione de *Il tempo dei giovani* (Cavalli, 1985) e le prime ricerche dell'Istituto IARD (Cavalli, Cesareo, *et al.*, 1984), ripetute fino ai primi anni Duemila (Cavalli e De Lillo, 1988, 1993; Buzzi, Cavalli, De Lillo *et al.*, 1997, 2002, 2007). Tra gli studi più recenti si cita il rapporto dell'Istituto Giuseppe Toniolo (2019). In linea con la dilatazione dei processi di adultizzazione emersa dai risultati di molte tra le ricerche citate, queste indagini modificano le coorti di età utilizzate nei rispettivi campionamenti per includere quelle fasce di popolazione la cui distinzione tra

giovinezza e adultità è apparsa sempre più sfumata. Storicamente comprese tra i 15 e i 24 anni nelle prime inchieste gli studi empirici, hanno successivamente esteso fino ai 34 anni l'età giovanile a partire dal nuovo millennio. Questa estensione ha avuto il fine di includere coloro che, già definiti altrove come giovani adulti, si trovano a non aver oltrepassato tutte le soglie che un tempo sancivano normativamente il termine della giovinezza.

Oltre alle coorti di età e alle principali agenzie di socializzazione, tra cui i media, le dimensioni del genere e dell'orientamento sessuale giocano un ruolo di primo piano nel plasmare le rappresentazioni mediatiche e i consumi culturali. Diverse studiose e studiosi (Leccardi, 2005; Caputo, Corbisiero, 2010; Scarcelli, Riva, 2016; Rinaldi, Bacio, 2019; Barca, 2018) hanno investigato tali differenze come dimensione privilegiata per guardare al rapporto tra media ed esperienze giovanili: da un lato interpellando il genere e l'orientamento sessuale come chiave di lettura, spesso di decostruzione, dei paradigmi identitari dominanti; dall'altro, come strumento di messa in discussione delle stesse biografie giovanili. Per l'Italia, fra tutt\*, Leccardi ha approfondito entrambe le tematiche (1995, 1996, 1999, 2005). Ancora, più nel dettaglio, Gross (1994) ha mostrato come specifiche rappresentazioni dei media possano essere ritrovati tra giovani gay uomini e donne, a differenza di quanto accade a coetanei dell'altro genere/orientamento sessuale. Inoltre, un perno della riflessione sociologica più recente riguarda l'eteronormatività alla base dei ruoli maschili e femminili trasmessi dai processi di socializzazione terziaria. Il tema della maschilità, con particolare riferimento alla fase adolescenziale della socializzazione, è trattato da Burgio (2010; 2012). Nei suoi studi sono discusse le pratiche di costruzione delle soggettività maschili, in particolare quelle che si riconoscono come non eterosessuali, in cui il difficile percorso di autodefinizione è sottoposto da una matrice ideologica e culturale che accomuna sessismo, misoginia, eterosessismo.

Questa premessa per esplicitare uno dei principali assunti della nostra ricerca che, come vedremo, riguarda l'eteronormatività dei percorsi dei giovani omosessuali e del concetto di adultità: la transizione giovanile è inserita all'interno di un contesto mediatico che "normalizza" l'eterosessualità. L'ideologia dominante mantiene un latente, ma fondamentale, sottotesto che rende quella eterosessuale la via standard, preferibile rispetto al caleidoscopico universo delle differenze sociali. Da questa norma si sprigionano parallelamente forme di discriminazione e pressione sociale verso tutte le espressioni mediatiche di soggettività che non riproducono l'allineamento tra sesso, genere e orientamento sessuale. Definendo queste pressioni sociali col nome di «eterosessismo» (Herek, 1992; Speer, Potter, 2000; Walls, 2008), esse sono rivolte quindi a tutte le modalità che si discostano dal modello maschile/femminile cisgender eterosessuale. Ci si interroga sul percorso ambivalente che può portare le persone a considerarsi omosessuali: la propria identità sessuale è quella che viene attribuita dalla società (eterosessista) o dal gruppo dei pari e dalla comunità omosessuale? La consapevolezza identitaria dipenderebbe da una componente autoriflessiva che spinge le persone omosessuali a propendere per una rappresentazione di se stessi negativa o positiva. Quello da cui gli omosessuali sono condizionati nella determinazione del proprio orientamento sessuale non sono caratteristiche innate, ma il rifiuto sociale, per cui molte persone bloccano o rimandano il processo di riconoscimento autonomo della propria identità sessuale. Uno scontro tra gli "universalisti" con le loro prospettive assimilazioniste e i "minoritari" con le loro strategie



separatiste. In coda a questa temperie si situa l'elaborazione della più recente prospettiva queer a cui si deve una riflessione ulteriore sul tema della sessualità contemporanea. All'inizio degli anni Novanta una serie di studiosi e studiosi, influenzati dal post-strutturalismo francese e dal connubio tra decostruzionismo e psicoanalisi junghiana, assume una posizione costruttivista radicale, con effetti culturali e politici sulla questione della cittadinanza sessuale che sarà una delle leve del discorso intorno alla comunità omosessuale fino ai tempi più recenti (Butler 1990; De Lauretis 1991; Bell, Binnie 2004).

### **3. La ricerca: obiettivi e metodologia**

La ricerca che presentiamo ha per oggetto i giovani LGBT+ e i consumi culturali in Italia. Essa si collega strettamente ad una survey nazionale dal titolo "Indagine sulle persone LGBT+ nell'Italia Contemporanea" in cui è stata analizzata la popolazione LGBT+ italiana in maniera multidimensionale tenendo insieme dimensioni individuali, relazionali e contestuali che strutturano una comunità omosessuale: dalle cerchie relazionali alla mobilità sociale e territoriale; dal turismo al lavoro fino agli orientamenti religiosi o ai comportamenti di prevenzione sanitaria. In questo lavoro abbiamo estratto dal "campione" la coorte dei giovani secondo la definizione proposta in precedenza, analizzando i loro consumi culturali e gli effetti sulle proprie biografie. In tal senso abbiamo considerato la dimensione delle "soggettività sessuate" (Plummer, 2010) come un simbolo dei processi di risignificazione dei media e di emancipazione rispetto ai modelli più (etero)normativi.

Per raggiungere gli obiettivi della ricerca abbiamo estratto dal campione autoselezionato generale di 1603 rispondenti, il sottocampione di 853 persone di età tra i 14 e 39 anni da tutte le aree geografiche della penisola. Il questionario, rivolto solo a persone LGBT+, è stato somministrato esclusivamente on line da maggio del 2018 a luglio 2019 utilizzando la piattaforma "SurveyMonkey", che ha consentito di programmare salti di pagina e percorsi di risposta che escludessero le persone non facenti parte del target LGBT+<sup>2</sup>.

Ai fini di questo lavoro sono stati utilizzati dati dalle seguenti aree tematiche: profilo sociodemografico, vita sociale e associativa, vita digitale, consumi culturali. Il questionario presentava molte domande a risposta aperta, ed al termine di quasi ogni batteria di domande la possibilità di inserire commenti e motivazioni alla risposta data. Sono esaminate le risposte alle domande in cui veniva chiesto quali fossero le influenze positive e le influenze negative all'accettazione della propria identità di genere e del proprio orientamento sessuale. Questi sono stati analizzati attraverso strumenti di text analysis<sup>3</sup> e riportati in percentuale.

### **4. I dati strutturali dei giovani omosessuali**

Degli 852 giovani del sottocampione, se suddividiamo il campione in classi di età quinquennali, la classe di età più numerosa è quella compresa tra i 14 e i 19 anni; questo bias è parzialmente attribuibile alla modalità di somministrazione on line. Il numero di rispondenti di sesso alla nascita femminile (471; 55%) è superiore al numero di rispondenti

---

<sup>2</sup> È stata predisposta una pagina apposita sul sito dell'Osservatorio LGBT. Una copia completa del questionario è all'url seguente: <https://tinyurl.com/v5ajo8d> (consultato il 14/04/2019).

<sup>3</sup> È stato utilizzato il software Iramuteq, ed il tool on line "Text Analyzer" (textalyser.net/) (visitato/utilizzato il 20/04/2019).

di sesso alla nascita maschile (381; 45%). 25 rispondenti dichiarano di vivere una condizione di intersessualità<sup>4</sup>. 205 rispondenti dichiarano di non conoscere il significato del termine intersessualità.

Classe di età	F	M	Tot	%
14 - 19	<b>192</b>	<b>122</b>	<b>314</b>	<b>37</b>
20 - 24	126	101	227	27
25 - 29	72	66	138	16
30 - 34	50	53	103	12
35 - 39	31	39	70	8
Totale	471	381	852	100

**Tabella 1 - Sesso alla nascita per classe di età** (% di riga)

Genere	Orientamento					Tot.	%
	Altro	Bisex	Etero.	Omosex			
<i>Femminile Cisgender</i>	27	<b>139</b>	0	<b>204</b>	<b>370</b>	<b>43</b>	
<i>Maschile Cisgender</i>	4	48	0	<b>291</b>	<b>343</b>	40	
<i>Transgender FtM</i>	6	6	7	6	25	3	
<i>Transgender MtF</i>	4	0	4	5	13	2	
<i>Non binary / Queer / Questioning</i>	48	14	1	39	102	12	
Tot.	89	207	12	545	853	100	
%	10	24	1	64	100		

**Tabella 2 – Genere e Orientamento** (% riga e colonna)

<sup>4</sup> Intersessualità è un termine usato per descrivere le persone i cui cromosomi sessuali, i genitali e/o i caratteri sessuali secondari non sono definibili come esclusivamente maschili o femminili. Le cause di tali caratteristiche possono essere varie, sia congenite sia acquisite (come nel caso di alcuni disturbi ormonali) e possono intervenire a livello cromosomico, ormonale e morfologico. L'intersessualità è una condizione biologica differente rispetto all'orientamento sessuale e all'identità di genere. Da Wikipedia, <https://it.wikipedia.org/wiki/Intersessualità> (consultato il 2/4/2019).

Per quanto riguarda l'identità di genere del campione, se escludiamo le maggioranze cisgender, cioè gli individui non transgender (370 donne e 343 uomini), la parte restante si distribuisce su 38 persone transgender (13 da maschio a femmina, 25 da femmina a maschio)<sup>5</sup>. 102 soggetti (il 12%) dichiarano di avere un'identità che non può essere ricondotta alla dicotomia maschile/femminile. Tra questi ci sono coloro che si stavano interrogando sulla propria identità di genere. Le 12 persone eterosessuali sono transgender. 545 (il 64%) sono gli omosessuali (204 F e 291 M), 207 rispondenti (il 24%) si definiscono bisessuali, di questi 139 sono di genere femminile e 61 maschile. 89 persone (il 10%) hanno utilizzato altre definizioni per descrivere il proprio orientamento, "queer", "pansessuali", "asessuali", ecc... Ai fini dello studio si è preferito accorpate queste definizioni nella categoria "Altro". Il numero più ridotto di persone transgender tra i rispondenti (pochissimi hanno completato il questionario per intero) può essere giustificato con la ridotta alfabetizzazione informatica e di navigazione sul web, nonché con il mancato possesso di PC delle persone transgender che vivono un vero e proprio divario digitale: un altro elemento di discriminazione che queste persone soffrono nella nostra società.

	F	%	M	%	Tot	%
<i>Post laurea (master, dottorato o altra specializzazione)</i>	21	5%	29	8%	50	6%
<i>Laurea Specialistica/magistrale o a ciclo unico</i>	50	11%	51	14%	101	12%
<i>Laurea triennale</i>	72	15%	47	13%	119	14%
<i>Diploma scuola media superiore</i>	<b>186</b>	<b>40%</b>	<b>161</b>	<b>43%</b>	<b>347</b>	<b>41%</b>
<i>Licenza media</i>	134	29%	83	22%	217	26%
<i>Licenza elementare</i>	1	0%	0	0%	1	0%
<i>Non ho alcun titolo di studio</i>	2	0%	0	0%	2	0%
<i>Tot.</i>	466	100%	371	100%	837	100%

**Tabella 3 Ultimo titolo di studio per genere** (% di colonna)

La maggior parte dei rispondenti dichiara di possedere un diploma di scuola media superiore (41%) o di licenza media (il 26%) anche per motivi anagrafici. Il 36% ha conseguito la laurea. Il 6% dei rispondenti ha un titolo di studio post-laurea. Tra le caratteristiche strutturali aggiuntive del campione, 40 rispondenti dichiarano di essere disabili e dalle risposte che forniscono si evince che la metà di questi ha una disabilità motoria più o meno grave.

## 5. Consumi culturali e influenza sociale sui processi di socializzazione identitaria

I prodotti multimediali sono spesso visti dalle persone omosessuali come una realtà distorta che diffonde stereotipi (spesso in maniera sensazionalista), che contribuisce al mantenimento della eteronormatività e alla diffusione dell'omofobia. Da un'altra parte, i media sono anche visti come potenzialmente in grado di contribuire alla integrazione sociale delle persone LGBT essendo uno degli agenti più influenti della socializzazione. Come valutano questo impatto i nostri rispondenti?

<sup>5</sup> Nel testo sono usate le abbreviazioni MtF e FtM per indicare l'identità di genere delle persone transgender, nel primo caso da Maschio a Femmina, e nel secondo caso da Femmina a Maschio; viene utilizzata l'abbreviazione Cis per indicare persone non transgender e Maschio o Femmina o le abbreviazioni M o F per indicare il sesso alla nascita.

È la rappresentazione positiva e incoraggiante di personaggi e storie presenti nell'immaginario massmediale a raccogliere il maggior numero di indicazioni: le espressioni che abbiamo raggruppato in "serie TV", sono risultate le più ricorrenti, con il 34% delle risposte raccolte nella domanda sulle influenze positive all'accettazione del proprio orientamento sessuale. Hanno rilievo statistico, come esamineremo anche oltre, i titoli di alcune serie TV che variano sulla base all'età e del genere (per esempio "The L word", "La vita di Adele" sono indicati dalle donne; "Maurice" o "Ragazzi che amano ragazzi" dagli uomini più adulti). Seguono con il 16% ciascuno, gli amici ed i compagni di scuola, che sono stati raggruppati in gruppi di espressioni separate, includendo tra i primi gli amici di infanzia, di gioco, dei pari, tra i secondi le conoscenze acquisite nel contesto scolastico. I termini "Siti web" e "internet" compaiono, insieme o separati, nell'11% dei casi. Spesso vi è l'indicazione del sito specifico (Gay.it, "Sito di Giovanni Dall'Orto", YouTube) e si notano variazioni rispetto all'età del rispondente e all'orientamento.

Espressione	Freq. Rel.
serie tv	34%
i miei amici	16%
compagni di scuola	16%
libri film	14%
siti web	11%
la mia famiglia	7%
Associazioni Pride	2%
	100%

**Tabella 4 - Espressioni più frequenti tra le influenze positive all'orientamento sessuale.**

Marginale, ma presente, il supporto della famiglia, dei genitori, parenti. Più defilato il ruolo delle associazioni con gli sportelli di ascolto e di aiuto, e le manifestazioni come il Pride, che si riferiscono probabilmente ad uno stadio di accettazione posteriore. Mancano del tutto i servizi territoriali, che non sono citati da alcun rispondente.

Si riportano due testimonianze rappresentative raccolte attraverso la domanda a risposta aperta:

«Al liceo ho cominciato a provare attrazione mentale e fisica verso una persona del mio stesso sesso, ho cominciato a vedere film lgbt (La vita di Adèle, Fucking Åmål, Carol, Imagine me and you, Boys don't cry...) e leggere libri (Le mille bocche della nostra sete, Il blu è un colore caldo...)» (Donna bisessuale, 20 anni, Milano).

«Un'influenza molto positiva mi è stata data da un'amica stretta che mi ha ricordato che non si vive per fare contenti gli altri. E non si può rinnegare la propria natura. Mi ha aiutato anche [a] informarmi [con] i diversi video su YouTube di ragazzi e ragazze che parlano dell'omosessualità con tranquillità e scherzandoci sopra» (Donna omosessuale, 29 anni, Vittoria).

Le influenze positive alla propria identità di genere (trans o cis) si riferiscono a siti web e canali social e informativi tematici ("Transition channel", "ContraPoints", "Judith Butler"), grazie ai quali i rispondenti hanno potuto acquisire le informazioni utili alla propria accettazione.

Espressione	Freq.
compagni di scuola/classe	73%
la mia famiglia	16%
i miei genitori	11%
	100%

**Tabella 5 - Espressioni più frequenti tra le influenze negative all'orientamento sessuale.**

La cerchia di amici è il luogo in cui viene agita la violenza che sortisce influenze negative all'accettazione del proprio orientamento o di un'identità di genere non normativa. I compagni di scuola e la scuola in sé vengono indicati infatti dai più (per il 77% delle occorrenze) come fonte di influenza negativa, insieme alla Chiesa (le espressioni a questa riconducibili raccolgono il 12%) ed al contesto (in cui sono le

espressioni come "quartiere in cui vivo", "vicini", raccolgono l'11%) in cui ci si ritrova a vivere. Si riportano due commenti rappresentativi:

«Ricordo la derisione generalizzata dell'omosessualità anche da parte di ambienti "aperti", Compagni di scuola, Derisione del mio preside e di altri insegnanti omosessuali a scuola, Famiglia legata spasmodicamente alla "bella figura" (non religiosa), partecipanti al gay pride dipinti nei media come "fenomeni da baraccone"» (Uomo omosessuale, 33 anni, Milano)

«la religione per come è stata insegnata a me al catechismo o in famiglia, il fatto di non aver avuto riferimenti o aiuti e che certi argomenti erano tabù, sia a casa che a scuola» (Uomo bisessuale, 21 anni, Caltagirone)

I termini polarizzanti indicati per le influenze negative sono più ridotti rispetto alla varietà di termini utilizzati per le influenze positive, e ruotano attorno al contesto scolastico e familiare, in alcuni casi indicata in senso generale ed in altri in senso più specifico ("i miei genitori").

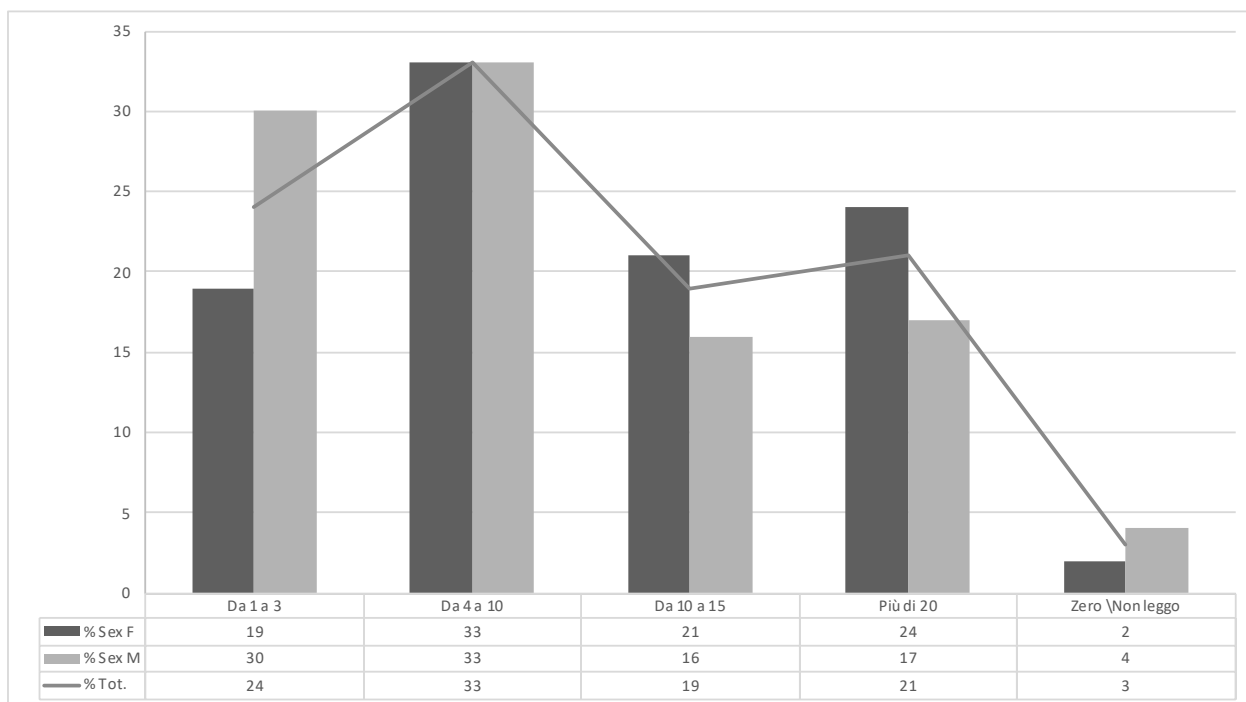


Figura 1 - Numeri letti in un anno (% per genere e sul tot.)

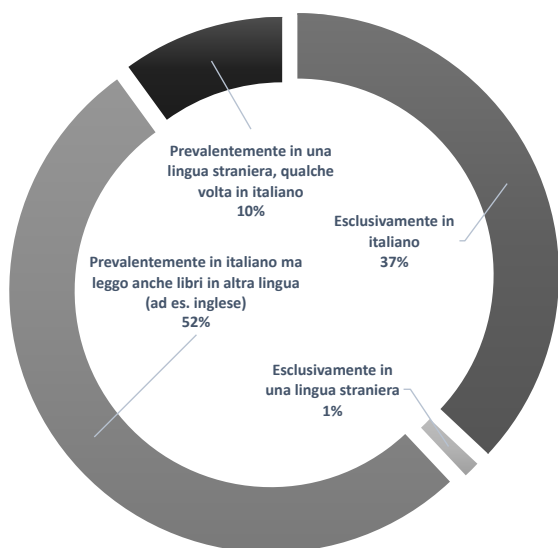


Figura 2 - Lingua di lettura

La maggioranza dei rispondenti del nostro campione corrisponde alla definizione di “lettori forti” dell’ISTAT, ossia coloro che dichiarano di leggere in media un libro al mese (Istat, 2018)<sup>6</sup> in particolare le donne sono lettrici più forti degli uomini del campione tra i quali si concentrano i “lettori deboli”. La lettura in lingua non spaventa i nostri rispondenti che solo nel 37% leggono esclusivamente in italiano.

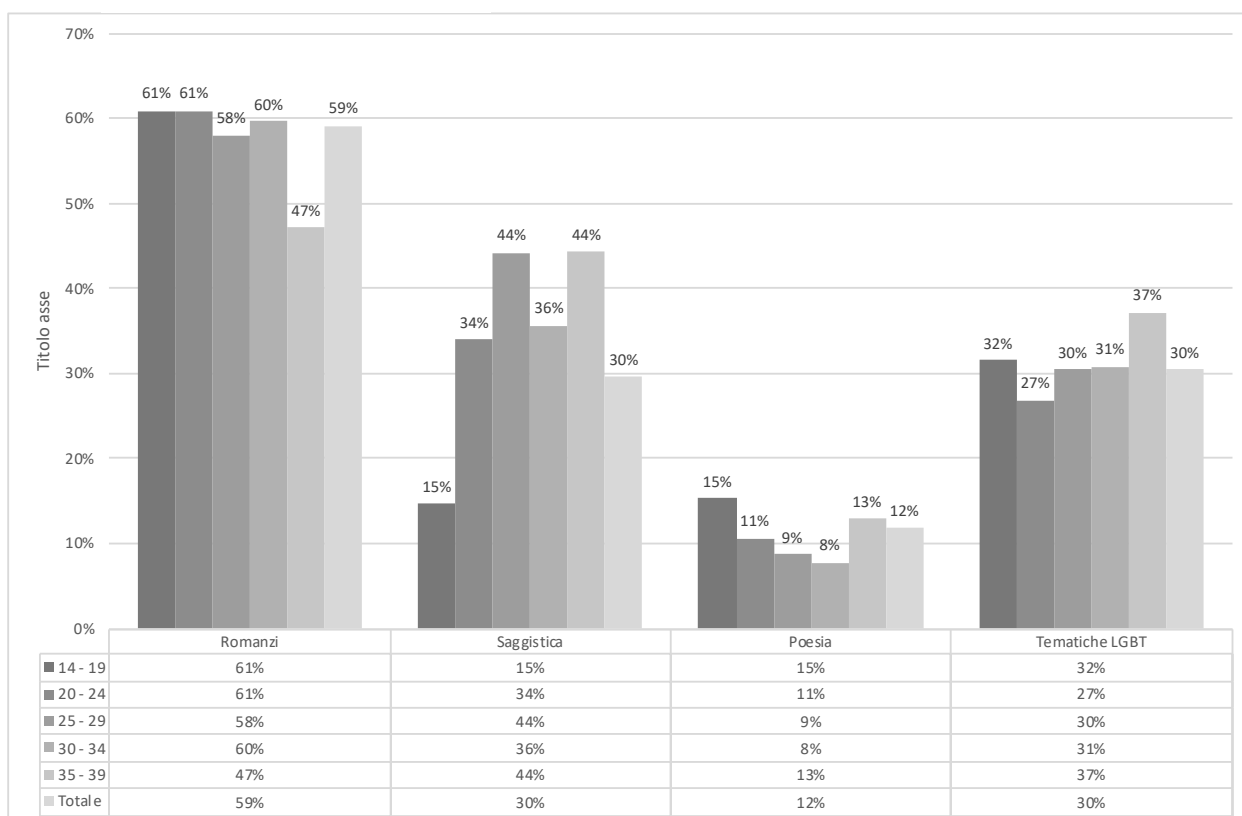


Figura 3 - Genere di lettura preferito per classi di età. Le percentuali si riferiscono al totale dei rispondenti della classe di età di riferimento

I romanzi sono stati scelti dal 59% di coloro che hanno risposto alla domanda opzionale sul genere di lettura preferito<sup>7</sup>, in modo equamente distribuito rispetto alle classi di età, con una leggera flessione nella fascia di età 35-39, al contrario della saggistica che è il genere meno preferito dai più giovani. Il 15% dei rispondenti nella fascia d’età 14-19 indica di leggere saggi e la stessa percentuale di questa classe di età, più alta rispetto alle altre (il 12%

<sup>6</sup> Produzione e lettura di libri in Italia, Istat, 2018. <https://www.istat.it/it/files/2018/12/Report-Editoria-Lettura.pdf> (consultato il 10/4/2019)

<sup>7</sup> 505 sono i rispondenti alla domanda opzionale sul genere di lettura. Era possibile indicare più generi di lettura.

del totale), indica di leggere poesia. Una buona percentuale legge libri a tematica LGBT, scelti dal 30% del totale dei rispondenti, soprattutto dai meno giovani: rientrano infatti tra le preferenze del 37% dei rispondenti di età tra i 35 e i 39. Quasi tutti (il 90%) sono legati al cartaceo, il 60% dei lettori utilizza anche supporti non cartacei, tra Ebook (40%) ed altri formati elettronici (20%). Alla domanda sui tre testi di cui consiglierebbero la lettura ritroviamo titoli molto vari, in tutto circa 600 differenti, tra bestseller classici e moderni. Le indicazioni sono legate alla generazione di appartenenza. Compaiono con maggiore frequenza *Chiamami con il tuo nome* di Andre Aciman, indicato quasi esclusivamente dai rispondenti più giovani (fino a 24 anni), probabilmente per la fama del film ad esso ispirato vincitore dell'Oscar nel 2018. Segue la saga di *Harry Potter* di J. K. Rowling, indicato dalle fasce d'età intermedie (25-34). Si ritrovano infine di frequente ma non legati a fasce d'età specifiche *Il piccolo principe* di Antoine de Saint-Exupéry, *1984* di George Orwell ed *Elementi di critica omosessuale* di Mario Mieli, classico del movimento di liberazione omosessuale.

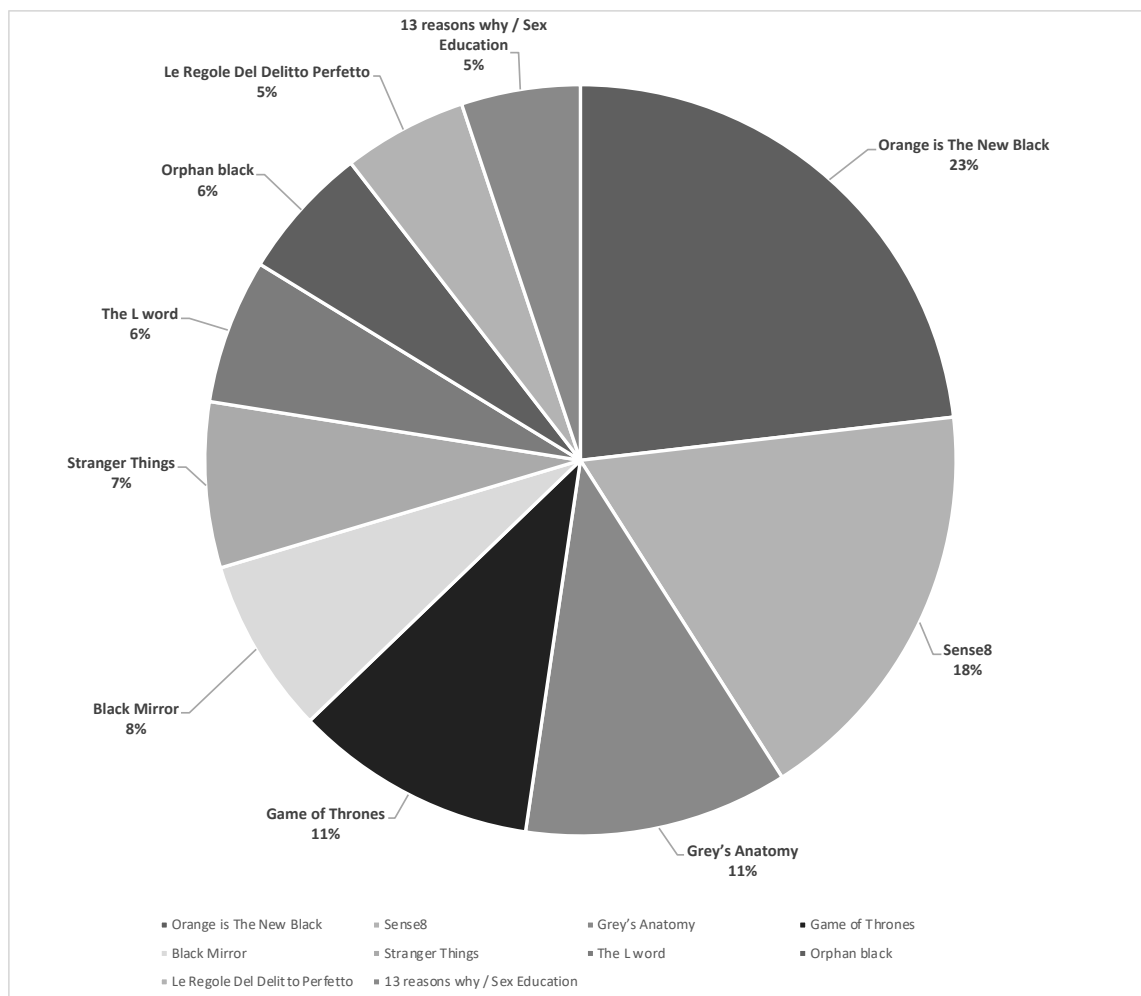
Per quanto riguarda la visione di film a cinema il 42% delle persone 647 che hanno risposto a questa domanda non va a cinema, il 44% lo fa almeno una volta al mese, il 13% ci va da 2 a 5 volte. Il 2% va a cinema più di 5 volte al mese. Nella tabella 6 è indicata la frequenza percentuale per classe di età. Il 43% dei rispondenti a questa domanda dichiara di vedere da

	Classe di età				
	14 - 19	20 - 24	25 - 29	30 - 34	35 - 39
0 volte	43%	43%	38%	44%	36%
Almeno 1 volta	44%	41%	47%	40%	46%
Da 2 a 4 volte	11%	12%	14%	15%	18%
Più di 5 volte	1%	4%	0,00%	1%	0,00%
Totale	100%	100%	100%	100,00%	100,00%

**Tabella 6 - Numero delle volte in cui si va a cinema per classi di età**  
(% per colonna)

1 a 5 film al mese (su varie piattaforme), il 25% da 6 a 10. L'11% da 11 a 15, e il 18% oltre 15.

Nelle preferenze, che potevano essere fino a 3, sul servizio utilizzato prevalentemente per guardare film, Netflix è la piattaforma indicata dal 54% dei rispondenti per la visione di film, preferita più di ogni altra piattaforma on demand, più del cinema, che riceve il 34% delle preferenze, e più della TV generalista viene indicata da poco meno del 25%.



**Figura 4 - Le serie preferite dai rispondenti** (% calcolata sulle prime 11 serie per numero di preferenze)

Nella fruizione di film non pochi dichiarano di fruire dei contenuti in lingua originale o con sottotitoli, in italiano (20%) o in lingua originale (20%). Il 60% dei rispondenti vedono esclusivamente film in italiano senza sottotitoli. Le strategie di comunicazione rivolte decisamente ad un pubblico LGBT+ ricevono chiaro riscontro.

È indicata nella figura 4 la percentuale di preferenza delle 11 serie più scelte del nostro campione<sup>8</sup>. Tutte le serie guardate dai rispondenti contengono almeno un personaggio, o una storia, o un episodio connotato in senso LGBT, oppure sono interpretate da un attore o un'attrice che ha fatto pubblicamente coming out (come nel caso di «The Bing Bang Theory»).

È possibile osservare una distinzione nella fruizione delle serie Tv per genere, per cui ci sono serie TV prevalentemente o esclusivamente viste da donne e serie TV viste solo da uomini, a seconda delle storie che trattano.

Per le prime serie della classifica, il cui risultato in questa tabella è accorpato tenendo conto delle tre preferenze, rispetto al genere dei rispondenti è emerso che per «The L Word», «Orphan Black», e «Orange Is The New Black», come prevedibile, il pubblico è prevalentemente femminile, e così «Grey's Anatomy» (probabilmente per le vicende legate alla storia, poi finita, tra i personaggi di Callie Torres e Arizona Robbins). «Sense 8», «Black

<sup>8</sup> Era possibile indicare fino a tre preferenze.



Mirror» e «Stranger Things» sono stati selezionati da un pubblico misto. «Il trono di spade» e «Le regole del delitto perfetto» da un pubblico prevalentemente maschile. La serie «The L word» non ha ricevuto alcuna selezione da persone di sesso alla nascita maschile, mentre le persone non cisgender hanno espresso preferenze decisamente maggiori per «Sense 8». Oltre le serie riportate sono stati indicati 1596 volte altri 399 titoli che hanno sempre una storia o un personaggio o un episodio in qualche modo legato all'immaginario LGBT.

## 6. Informazione

Classe di età	mai	da 1 a 3 v.	da 4 a 7 v.	più di 8 v.	Tot.
14 - 19	24%	<b>46%</b>	19%	11%	100%
20 - 24	20%	<b>45%</b>	19%	17%	100%
25 - 29	16%	<b>42%</b>	23%	19%	100%
30 - 34	15%	<b>47%</b>	21%	17%	100%
35 - 39	6%	<b>34%</b>	32%	28%	100%
14 - 39	19%	<b>44%</b>	21%	16%	100%

**Tabella 7 - Frequenza di lettura alla settimana di quotidiani o riviste** (% di riga sul tot. dei rispondenti nella classe di età di riferimento. In grassetto il valore più alto.)

Alla domanda sul mezzo prevalentemente utilizzato per informarsi sui fatti di cronaca e di attualità ciascun rispondente poteva fornire fino a tre risposte. I siti di quotidiani e riviste raccolgono il 47% delle preferenze (sono sicuramente il mezzo preferito nella fascia 35-39). Seguono i Social Network che raccolgono il 46% delle preferenze e sono utilizzati per ricercare informazione dai rispondenti nelle fasce d'età mediane (dai 20 ai 34). La TV è seguita dai più giovani e viene indicata sempre meno col crescere dell'età. Meno frequenti le preferenze generali a radio e al formato cartaceo, mentre i blog specialistici hanno i propri lettori affezionati nelle fasce d'età dai 14 ai 29 anni. Per quanto riguarda la frequenza di lettura di quotidiani e riviste (in formato cartaceo o tramite sito) la percentuale maggiore è da 1 a 3 volte alla settimana ed i più giovani si informano meno (uno su quattro dei 14-19enni che hanno risposto dichiara di non consultare mai quotidiani).

Classe di età	Blog o siti specialistici	Siti di quotidiani o riviste	Social network (ad es. Facebook)	Quotidiani o riviste in formato cartaceo	TV	Radio
14 - 19	21%	36%	46%	10%	39%	7%
20 - 24	26%	50%	47%	15%	35%	11%
25 - 29	27%	<b>58%</b>	<b>51%</b>	20%	28%	9%
30 - 34	13%	47%	40%	14%	18%	12%
35 - 39	21%	<b>63%</b>	34%	13%	14%	17%
14 - 39	23%	47%	46%	13%	31%	10%

**Tabella 8 – Mezzo utilizzato prevalentemente per informarsi sui fatti di cronaca e di attualità.**

La percentuale è calcolata sul totale dei rispondenti nella classe di età di riferimento (possibili fino a tre risposte)

Classe di età	Corriere della Sera	la Repubblica	Gay.it o altri siti LGBT italiani
14 - 19	29%	32%	36%
20 - 24	34%	46%	37%
25 - 29	30%	49%	41%
30 - 34	22%	44%	25%
35 - 39	34%	47%	30%
14 - 39	30%	41%	35%

**Tabella 9 - Testate più lette per classi di età**

(% di riga sul totale dei rispondenti nella classe di età di riferimento)

Le persone LGBT del nostro campione prediligono testate che forniscono informazioni senza connotazioni negative o di parte. La Repubblica è risultato il giornale preferito dai rispondenti del nostro campione, che potevano indicare fino a 4 preferenze, e viene scelto dal 41% del campione (lo legge la metà dei rispondenti nella fascia dai 25 ai 29 anni). Il Corriere della Sera raccoglie il 30% delle preferenze. Il 35% legge le notizie sui siti della

comunità LGBT.

Quasi del tutto ignorati i giornali cattolici o di destra (come Libero o Avvenire). Solo 183 (23,2%) rispondenti non consultano mai siti di informazione stranieri per cercare e leggere informazioni.

Per quanto riguarda gli altri consumi culturali, c'è da premettere che la grande maggioranza del campione (il 95%) ammette che se avesse maggiore disponibilità economica frequenterebbe più spesso luoghi deputati alla fruizione culturale (cinema, teatri e musei). Questo dato viene confermato da alcuni commenti nelle domande a risposta aperta.

<b>Quante volte vai a teatro in un anno?</b>					
Classe di età	Mai	Da 1 a 3 v.	Da 4 a 10 v.	Più di 10 v.	Tot
14 - 19	36%	<b>50%</b>	10%	3%	100%
20 - 24	<b>51%</b>	40%	8%	1%	100%
25 - 29	46%	<b>47%</b>	6%	0%	100%
30 - 34	<b>41%</b>	37%	19%	3%	100%
35 - 39	28%	<b>52%</b>	10%	10%	100%
14 - 39	42%	<b>45%</b>	10%	3%	100%
<b>Quante volte vai ad un concerto in un anno?</b>					
Classe di età	Mai	Da 1 a 3 v.	Da 4 a 10 v.	Più di 10 v.	Tot
14 - 19	<b>47%</b>	46%	5%	1%	100%
20 - 24	41%	<b>50%</b>	8%	1%	100%
25 - 29	33%	<b>49%</b>	15%	3%	100%
30 - 34	33%	<b>49%</b>	12%	5%	100%
35 - 39	16%	<b>58%</b>	16%	10%	100%
14 - 39	39%	<b>49%</b>	9%	2%	100%
<b>Quante volte vai ad un museo o ad una mostra in un anno?</b>					
Classe di età	Mai	Da 1 a 3 v.	Da 4 a 10 v.	Più di 10 v.	Tot
14 - 19	14%	<b>50%</b>	28%	9%	100%
20 - 24	11%	<b>49%</b>	33%	8%	100%
25 - 29	13%	<b>48%</b>	26%	13%	100%
30 - 34	15%	<b>49%</b>	19%	17%	100%
35 - 39	8%	38%	<b>46%</b>	8%	100%
14 - 39	13%	<b>48%</b>	29%	10%	100%

tecnologie ridefiniscono nuovi spazi relazionali e nuove narrazioni sonore della realtà urbana e sociale (Savonardo, 2017).

**Tabella 10 - Consumi culturali per classe di età**  
(% di riga sul totale dei rispondenti nella classe di riferimento)

*Mostre e musei.* La frequenza maggiore dichiarata nei consumi

culturali si ritrova in musei e mostre, che solo il 13% dichiara di non frequentare mai in un anno. Quasi la metà da 1 a 3 volte in un anno e ben il 29% da 4 a 10 volte. Il 10% più di 10 volte.

Le persone LGBT+ che hanno partecipato all'indagine si informano visitando i siti di

	No	Sì, ma non più	Sì, ogni tanto	Sì, tutti i giorni	Totale
% Sex F	<b>55</b>	25	16	4	100
% Sex M	16	<b>34</b>	27	23	100
% Tot	35	30	22	13	100

**Tabella 11 – Frequenza di utilizzo di Siti di incontro o App di dating.** (% di riga)

quotidiani e riviste o attraverso i social network, in misura minore attraverso gli altri canali, preferendo testate che seguono l'informazione arcobaleno riportando le notizie in modo corretto e senza distorsioni. Il nostro campione frequenta teatri, concerti e mostre in linea con la popolazione generale (Doxa 2018), ma dichiara che aumenterebbe questo tipo di consumi se avesse più soldi. Se da una parte ricordiamo che i nostri rispondenti sono soprattutto giovani studenti senza possibilità di destinare fondi personali a queste spese il dato è in linea con i

consumi generali di cultura rilevati dagli ultimi sondaggi (Doxa 2018, Federculture 2018).

App più utilizzata	Freq.	Sex
Grindr	41	M
PlanetRomeo	29	M
Tinder	15	F
Wapa/Brenda	15	F
Tot	100	
Prima App più utilizzata	Freq.	Sex
Grindr	53	M
PlanetRomeo	19	M
Tinder	8	F
Wapa/Brenda	21	F
Tot	100	
Seconda App più utilizzata	Freq.	Sex
Grindr	24	M
PlanetRomeo	49	M
Tinder	12	M
Tinder	6	F
Wapa/Brenda	8	F
Tot	100	
Terza App più utilizzata	Freq.	Sex
PlanetRomeo	43	M
Tinder	57	M
Tot	100	

**Tabella 12 – Le tre app usate più spesso o usate attualmente** (Sesso alla nascita)

Alla domanda "Utilizzi o hai mai utilizzato siti di incontro o app di dating?" era possibile rispondere indicando fino a tre siti o app. I soggetti di sesso alla nascita maschile rispondono che li utilizzano "ogni tanto" o "tutti i giorni" in numero decisamente maggiore delle persone di sesso alla nascita femminile, che indicano di non utilizzare siti di incontro o app in numero più di tre volte maggiore rispetto ai maschi.

La Tab. 12 riporta la frequenza di utilizzo delle app più diffuse divise per utilizzo da parte delle donne (con la lettera F in terza colonna) e degli uomini (con la lettera M in terza colonna). 217 rispondenti hanno indicato una seconda app oltre la prima, e 90 una terza. Nel primo riquadro in alto sono state sommate le frequenze totalizzate sulla base delle indicazioni della prima, seconda o terza App, nei tre riquadri successivi sono riportate le frequenze di utilizzo delle App indicate rispettivamente come prima, seconda o terza App. Si nota l'utilizzo di due App ben distinte per genere di appartenenza e rivolte esclusivamente a gay e lesbiche, tranne che per Tinder che è l'unica App generalista più utilizzata da LGBT.

Le App in genere più utilizzate sono in realtà poche e molto diffuse nel nostro campione. Emerge che la quasi totalità dei rispondenti di sesso maschile, a differenza di quelli di sesso femminile, ha utilizzato una App di dating. Le statistiche suggeriscono che mentre le donne usano questi strumenti esclusivamente per conoscere la partner (o crearsi una cerchia di amiche/i) e poi abbandonare il loro utilizzo, gli uomini fanno un uso più frequente della App anche dopo aver costituito una cerchia relazionale (di amici o partner). In accordo ad altri studi (Bacio e Peruzzi, 2017), sembrerebbe

che le App possano essere lo strumento preferenziale per mediare la ricerca di relazioni e contatti, che soprattutto in contesti metropolitani è difficile mantenere a lungo.

Dall'analisi delle App indicate dai rispondenti<sup>9</sup> emergono alcune evidenze significative. A modalità di comunicazione e contatto ormai "antiquate", come i client di chat mIRC o App finalizzate alla diffusione esclusiva nell'ambito della comunità LGBT, si affiancano App progettate per adattarsi ad una visione più aperta e fluida delle relazioni, o addirittura i social network generalisti come Facebook, Instagram, Telegram o Whatsapp, che vengono indicati dai più giovani: un chiaro segnale di normalizzazione e visibilità. Resistono le app finalizzate alle relazioni più specifiche, delle comunità nella comunità come quelle per "orsi" Bearwww, GROWLr, o per trans\*, come ShemaleDating.

L'utilizzo delle App è giustificato per fare conoscenze ed uscire dalla solitudine, come scrivono nella risposta aperta alcuni rispondenti: «Inizialmente per conoscere qualcuno che della comunità LGBT e non sentirmi solo» (Gay, 24enne, prov. Palermo); «Abito tra le campagne ed è l'unico modo» (Gay, 26enne, prov. Napoli). Dai commenti lasciati l'accesso alla comunità LGBT è collegato in qualche modo all'accesso alla città ed ai suoi servizi, assenti o carenti in zone rurali o periferiche (Corbisiero, Monaco, 2017), ma non sempre le aspettative vengono corrisposte, perché la città presenta modelli contrastanti con i tempi della provincia (Gray, 2009). Il commento autobiografico di un ragazzo di 26 anni fornisce tutti gli elementi per comprendere le problematiche collegate ai processi di socializzazione mediata da App in un contesto urbano percepito poco inclusivo.

«[...] Ho avuto un'infanzia molto difficile ma questo non c'entra nulla con la mia omosessualità. Non sono mai stato discriminato in vita mia per il fatto di essere omosessuale. Sono comunque voluto andare via dalla mia città perché io e solo io discriminavo il mio orientamento e avevo paura di essere giudicato. Sono così finito a Roma a 20 anni. Non ho una famiglia quindi ho cercato subito di farmene una: ho scaricato Grindr e frequentato locali. [...] Ero così felice quando mi sono fidanzato che ho creduto Dio dovesse esistere per forza. Sei mesi dopo il mio ragazzo mi ha tradito con un tizio del quale non sapeva nemmeno il nome, su Grindr. [...] in queste grandi città i ragazzi imparano che non bisogna mai fermarsi, che ci sarà sempre qualcuno migliore su Grindr, che il sesso occasionale è la normalità. [...]». (Gay, 26 anni, Roma)

Le problematiche dei processi di socializzazione sono racchiuse in queste righe che parlano di omofobia interiorizzata, mercificazione dei rapporti e bisogno di appartenenza ed autostima. Nel discorso di questo ragazzo viene indicato il coming out come elemento normalizzante rispetto agli elementi negativi che costituiscono motivo di ghettizzazione e di segregazione. Tra questi, l'utilizzo di una app assume connotazioni negative («in queste grandi città i ragazzi imparano che non bisogna mai fermarsi, che ci sarà sempre qualcuno migliore su Grindr, che il sesso occasionale è la normalità»). Al normale bisogno di omologazione e di appartenenza corrispondono percorsi di ingresso nel gruppo che sono imposti e giudicati inappropriati o non corrispondenti alle aspettative.

---

<sup>9</sup> Le App/Siti indicati con frequenza minore dai rispondenti di sesso femminile sono: AceAPP, Amino, Anido, Badoo, Chat, Cirano, Facebook, Forum LezPop, GayCities, Gay.tv, Giovani.it, Her, Instagram, Lovepedia, Lovoo, Meetic, Miss777, Moovz, OkCupid, Only women, Patook, PlanetRomeo, Trevor Space, Tumblr, Whatsapp. Le App/Siti indicati dai rispondenti di sesso maschile sono: 77chat, Annunci69, Badoo, Bakeka, Bearwww, Chat/Internet, Facebook, Feeld, Gay.it, GaySpace, GROWLr, Hornet, Instagram, Me2, Meetic, Metoo, mIRC, OkCupid, ShemaleDating, Telegram, Tinder, tumblr. Negli elenchi non sono incluse quelle della Tab. 11.

## 7. Conclusioni

Nel tratteggiare il profilo delle persone LGBT<sup>+</sup> nell'Italia contemporanea (e futura, visto che la metà dei rispondenti, oggi giovani, saranno gli adulti di domani), ci appare un quadro a tinte contrastanti. Complice la loro natura multiforme e il loro difficile inquadramento all'interno di un unico universo di riferimento, la cultura e i "prodotti" culturali LGBT-oriented sono oggetto complesso degli studi sociali. Esistono interrogativi senza risposte adeguate intorno alle modalità con le quali i giovani omosessuali entrano in contatto con i media. In linea generale i giovani che hanno preso parte alla nostra ricerca non denunciano situazioni di malessere, hanno una collocazione che considerano mediamente adeguata alle proprie aspettative, non si sentono, e non sono, "diversi".

L'analisi ci restituisce cornici di coerenza in linea rispetto agli studi sui giovani a cui abbiamo fatto cenno. Rispetto all'autodefinizione dichiarata andrebbero osservate le pratiche quotidiane, la realtà dei fatti per ricostruire le modalità con cui essi attribuiscono il significato che danno alla definizione del proprio essere sessuati (Corbisiero, 2013, *op. cit.*), e ai modi con cui essi si riferiscono agli altri soggetti appartenenti alla stessa comunità. La maggioranza del campione si distingue tra persone cisgender omosessuali o bisessuali, con una dispersione maggiore per le donne (che si definiscono più bisessuali rispetto ai maschi). Minore corrispondenza tra orientamento e identità di genere si rileva da parte di chi si è definito, per genere, "Queer" o "Non binary" o "Gender fluid": è questa una minoranza dei rispondenti che sperimenta possibilità identitarie e affettive, dai queer eterosessuali, ai non binary asessuali, ai gender fluid pansessuali, e forza lo strumento stesso di indagine ponendo questioni metodologiche che rimandano al dibattito sul problema della conoscenza (Marradi, 2007). I consumi culturali sono ben distinti per coorte. Ogni generazione ha suoi modelli di riferimento usati per poter costruire cornici di senso alla propria sessualità ed è significativo il fatto che non si rilevino contaminazioni tra rispondenti di fasce d'età differenti.

I luoghi dove viene ostacolata o facilitata l'accettazione della propria sessualità sono le agenzie primarie di socializzazione, in primo luogo la scuola e le reti dei pari, poi la famiglia, intesa sia come i soli genitori sia in senso più allargato a fratelli ed anche zii. I ricordi più dolorosi sono legati al rifiuto da parte di una persona a cui è stata riconosciuta autorità (un genitore, un docente o un dirigente scolastico, un sacerdote). È da segnalare la completa assenza dei servizi territoriali e degli altri servizi istituzionali (come il medico di famiglia), che dovrebbero essere di supporto e accompagnamento alle persone e alle famiglie nelle fasi di riequilibrio che seguono il coming out. A seguito di coming out problematici vengono seguite modalità private di soluzione: quando non accade l'allontanamento avvolta da un silenzio che può durare anni, ci si rivolge privatamente ad una figura esperta (psicologo ma anche sacerdote).

I consumi culturali rappresentano la strada principale per acquisire gli strumenti all'accettazione di sé ed alla comprensione di aspetti relativi alla sessualità che una società di fatto ancora ostile tiene offuscata. Su questo tema le persone LGBT<sup>+</sup> del nostro campione appaiono come anticipatori attenti a mode e costumi. Più della metà dei rispondenti ha dichiarato di leggere anche in una lingua straniera, legge di più rispetto alla media, e le letture sono più generaliste e meno connotate in senso "arcobaleno" rispetto al consumo di

prodotti multimediali, ove è evidente non solo il filo conduttore che spinge uno spettatore LGBT a preferire una serie TV a un'altra ma anche una piattaforma più attenta a rendere variopinto il proprio catalogo, come Netflix (che ha trasmesso la maggior parte delle serie tv preferite). Vengono decisamente apprezzati meno Cinema e la TV generalista.

La necessità di immedesimarsi in un personaggio che non solo sia apertamente gay, lesbica, o trans\* ma che viva positivamente una vita serena mostrando modalità vincenti di vita. Sarebbe possibile analizzare l'elenco dei prodotti preferiti dal nostro campione anche sulla base di altri elementi, come le produzioni che oltre oceano hanno promosso lo sdoganamento delle questioni LGBT+ nei palinsesti televisivi e nell'agenda dei media, come Ryan Murphy/ Brad Falchuk<sup>10</sup> (American Horror Story, Glee) o le sorelle trans\* Watchoski (Sense8). Ed è da sottolineare il fatto che manchino non solo produzioni italiane ma quasi del tutto europee dall'elenco delle Serie TV preferite.

Le modalità con cui i giovani intervistati affrontano il rapporto con i media e i prodotti culturali, non dipendono più solo dalle loro capacità individuali e dal grado di adattamento sociale, ma anche dalla centralità acquisita della cultura omosessuale, dal senso di maggiore libertà sociale e da coming out sempre più precoci. Il setting culturale contribuisce a modellare la relazione sociale e riduce la distanza sociale tra la maggioranza eterosessuale e la minoranza omosessuale; senza tuttavia risolvere definitivamente lo scollamento tra i due mondi culturali.

## Riferimenti bibliografici

- AA. VV. Istituto Giuseppe Toniolo (2019), *La condizione giovanile in Italia. Rapporto Giovani 2019*. Bologna: il Mulino
- Arthurs J. (2004). *Television and Sexuality: Regulation and the Politics of Taste*. New York: Open University Press.
- Bacio, M., Peruzzi, M. (2017). "Alla ricerca della felicità. Gay su Grindr, tra sesso e solitudine". in Rinaldi, C. (a cura di), *I copioni sessuali. Storia, analisi e applicazioni*. Milano: Mondadori.
- Barca, F. (2018). Le diseguglianze di genere nella società dello spettacolo. in *Economia della Cultura, Rivista trimestrale dell'Associazione per l'Economia della Cultura*. 1-2/2018, pp. 163-172.
- Brown, J.D. (2002). Mass Media Influences on Sexuality. *The Journal of Sex Research*, 39 (February), pp. 42-45.
- Bell, D., Binnie, J. (2004). Authenticating Queer Space: Citizenship, Urbanism and Governance. *Urban Studies*, XLI/9.
- Burgio, G. (2010). "Il maschile in adolescenza. Genere e orientamento sessuale in prospettiva educativa". in C. Gamberi, M.A. Maio, G. Selmi (a cura di), *Educare al genere. Riflessioni e strumenti per articolare la complessità*. Roma: Carocci.
- Burgio, G. (2012). "La pedagogia e il queer. Sessi, generi e desideri nel postmoderno", in Stramaglia, M. (a cura di), *Pop pedagogia. L'educazione postmoderna tra simboli, merci e consumi*. Lecce: Pensa Multimedia.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble*. London: Routledge.
- Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (2007). *Sesta indagine dell'Istituto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (2002). *Giovani nel nuovo secolo. Quinto rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Buzzi, C., Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (1997). *Giovani verso il Duemila. Quarto rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.

---

<sup>10</sup> Produttori anche della serie TV Pose che ha riscosso un enorme successo di pubblico e che nel periodo di somministrazione del questionario non era stata ancora messa in onda.

- Caputo, A., Corbisiero, F. (2010). "Le relazioni omoerotiche: luoghi, pratiche e malattie nella sessualità di gay e lesbiche", in Corbisiero, F. (a cura di). *Certe cose si fanno. Identità, genere e sessualità nella popolazione LGBT*. Napoli: Gesco edizioni.
- Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (1993). *Giovani anni 90. Terzo rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Cavalli, A., De Lillo, A. (a cura di) (1988). *Giovani anni 80. Secondo rapporto IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Cavalli A. (a cura di) (1985). *Il tempo dei giovani*, Bologna: il Mulino (nuova ed. Milano, Ledizioni, 2012).
- Cavalli, A., Cesareo, V. (1984). *Giovani oggi. Un'indagine IARD sulla condizione giovanile in Italia*. Bologna: il Mulino.
- Corbisiero, F., Monaco, S. (2017). *Città arcobaleno. Una mappa della vita omosessuale nell'Italia di oggi*. Roma: Donzelli.
- Corbisiero, F. (a cura di) (2013). *Comunità omosessuali. Le scienze sociali sulla popolazione LGBT*. Milano: FrancoAngeli.
- De Lauretis, T. (1991). Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities. *Differences: Journal of Feminist Cultural Studies*, III/2.
- Del Lago, A., Molinari, A. (2001). *Giovani senza tempo. Il mito della giovinezza nella società globale*. Verona: Ombre Corte.
- Gray, Mary L. (2009). *Out in the Country: Youth, Media, and Queer Visibility in Rural America*. New York: New York University Press.
- Gross, L (1994). "What is wrong with this picture? Lesbian women and gay men on television", in: Ringer RJ (ed.) *Queer words, queer images: Communication and construction of homosexuality*. New York: New York University Press.
- Herek, G. M. (1992). "The social context of hate crimes: Notes on cultural heterosexism". In G. M. Herek & K. T. Berrill (Eds.). *Hate crimes: Confronting violence against lesbians and gay men*. London: Sage Publications.
- Kim, J., Sorsoli, C., Collins, K., Zylbergold, B., Schooler, D., Tolman, D. (2007). From Sex to Sexuality: Exposing the Heterosexual Script on Primetime Network Television. *Journal of sex research*, 44, pp. 145-57.
- Leccardi, C. (2005). Facing uncertainty. *Young*, 13(2), pp. 123-146.
- Leccardi, C. (1999). "Time, young people and the future". *Young*. 7(1), pp. 3-18.
- Leccardi, C. (1996). *Futuro breve. Le giovani donne e il futuro*. Torino: Rosenberg & Sellier.
- Leccardi, C. (1995). "Growing Up in Southern Italy between Tradition and Modernity". In L.e.a. Chisholm (a cura di), *Growing Up in Europe: Contemporary Horizons in Childhood and Youth Studies*. New York: de Gruyter.
- Marradi, A. (2007). *Metodologia delle scienze sociali*. Bologna: il Mulino.
- Martel, F. (2012). *Global Gay*. Paris: Flammarion (trad. it. Feltrinelli, 2014).
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse son image son public*. Paris: PUF.
- Plummer, K. (2010). Generational Sexualities, Subterranean Traditions, and the Hauntings of the Sexual World: Some Preliminary Remarks. *Symbolic Interaction - SYMB INTERACT*. 33, pp 163-190.
- Rinaldi, C., Bacio, M. (2019). "Copioni omosessuali, relazioni emotive e sesso on-line. Giovani e Social Media", in *IL BIAS DEL GENDER. Identità, biopolitica e sessualizzazione dell'esistenza*. Trani (BT): Durango Edizioni.
- Savonardo, L. (2017). *Pop music, media e culture giovanili. Dalla beat revolution alla bit generation*. Milano: Egea.
- Scarcelli, C., Riva, C. (2016). *Giovani e media. Temi, prospettive, strumenti*. Milano: McGraw-Hill Education.
- Speer, S., Potter, J. (2000). The Management of Heterosexist Talk: Conversational Resources and Prejudiced Claims. *Discourse & Society*. 11, pp. 543-572.
- Trappolin, L. (2009). "Introduzione. Differenze, riconoscimento e pluralismo culturale: per una sociologia dell'omosessualità", in *Omosapiens 3 Per una sociologia dell'omosessualità*. Roma: Carocci.
- Walls, N. E. (2008). Toward a multidimensional understanding of heterosexism: The changing nature of prejudice. *Journal of Homosexuality*. 55, pp. 20-70.