Centro di Ricerca Interuniversitario
«Culture di Genere»

NUOVI MODELLI MASCHILI ALLA PROVA

Le risposte di chi ha tra i 16 e i 24 anni

IDN
I DIRITTI NEGATI

RICERCHE

FrancoAngeli

CENTRO DI RICERCA INTERUNIVERSITARIO
«CULTURE DI GENERE»
DIRETTO DA MARILISA D'AMICO

Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere»

Il 26 novembre 2013 nasce a Milano il primo Centro interuniversitario per lo studio e la diffusione delle culture di genere, frutto dell'unione di otto atenei milanesi: Università degli Studi di Milano, Università di Milano-Bicocca, Politecnico di Milano, Università Vita-Salute San Raffaele, Università IULM, Università Bocconi, Università Cattolica del Sacro Cuore e Humanitas.

Ai sensi del proprio Statuto, il Centro si propone di dare impulso permanente a studi, ricerche e azioni positive sul tema delle culture di genere, contribuendo alla crescita e alla diffusione del rispetto per la dignità e le competenze delle donne.

In questa prospettiva promuove e coordina programmi di ricerca interuniversitari, favorisce lo scambio tra ricercatrici e ricercatori – anche in collaborazione con altri atenei e organismi di ricerca nazionali e internazionali – e stimola iniziative interdisciplinari. Il Centro collabora inoltre con enti pubblici e privati esterni tramite convenzioni, giornate di studio e seminari, offre supporto alla didattica sui temi di genere, promuove il dibattito pubblico e dà impulso a iniziative editoriali e pubblicazioni.

La disseminazione della conoscenza avviene infine attraverso corsi di formazione, seminari e convegni rivolti alla comunità accademica e alla cittadinanza.

Alla guida del Centro si sono succedute, a oggi, due Direttrici. La prima Direttrice, per due mandati consecutivi (2013-2016 e 2016-2021), è stata la professoressa Carmen Leccardi, emerita di Sociologia della Cultura all'Università di Milano-Bicocca. Dal triennio 2021-2024 la Direzione è affidata alla professoressa Marilisa D'Amico, ordinaria di Diritto costituzionale e Presidente del Comitato Unico di garanzia dell'Università degli Studi di Milano, presso la quale è oggi collocata la sede del Centro.

Direzione

Marilisa D'Amico (Università degli Studi di Milano).

Consiglio scientifico

Valeria Bucchetti (Politecnico di Milano); *Francesca De Vecchi* (Università Vita-Salute San Raffaele di Milano); *Cecilia Garlanda* (Humanitas University di Milano); *Raffaella Iafrate* (Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano); *Mauro Ferraresi* (Università IULM di Milano); *Sveva Magaraggia* (Università Milano-Bicocca); *Graziella Romeo* (Università Bocconi).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Cosa significa, oggi, essere uomini per chi ha tra i 16 e i 24 anni? È la domanda al centro dell'indagine Ipsos condotta su un campione di 800 giovani, promossa dal Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» in collaborazione con *Il Corriere della Sera* e Il Tempo delle Donne.
La ricerca interroga direttamente ragazze e ragazzi sui modelli maschili che riconoscono, rifiutano o rimpiangono, restituendo un ritratto della mascolinità contemporanea in piena transizione.
Dai dati emerge che la maggioranza dei giovani non considera più la mascolinità un dato di natura, ma una costruzione culturale in evoluzione; eppure, la nostalgia per i modelli del passato resta forte, e tra l'autopercezione maschile e lo sguardo femminile si apre uno scarto profondo, che attraversa ambiti decisivi come il lavoro, il potere, gli affetti e la tecnologia.

I risultati integrali della ricerca sono disponibili al seguente QR code.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati
possono consultare il nostro sito Internet: *www.francoangeli.it* e iscriversi nella home page
al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Centro di Ricerca Interuniversitario
«Culture di Genere»

NUOVI MODELLI MASCHILI ALLA PROVA

Le risposte di chi ha tra i 16 e i 24 anni

IDN I DIRITTI NEGATI

RICERCHE
CENTRO DI RICERCA INTERUNIVERSITARIO «CULTURE DI GENERE»
DIRETTO DA MARILISA D'AMICO

FrancoAngeli

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Il volume è stato pubblicato con il contributo
del Dipartimento di Diritto Pubblico Italiano e Sovranazionale
dell'Università degli Studi di Milano.

Isbn e-book Open Access: 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza *Creative Commons*
Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale
(CC-BY-NC-ND 4.0).
Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.
L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni
della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it

Gli eventuali link attivi e QR code inseriti nel volume sono forniti dall'autore.
L'editore non si assume alcuna responsabilità sui link attivi e QR code ivi contenuti
che rimandano a siti non appartenenti a FrancoAngeli.

Il Centro Interuniversitario «Culture di Genere» dichiara che, nella fase di stesura del presente volume, non ha utilizzato strumenti di IA generativa.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Indice

Introduzione
Barbara Stefanelli pag. 7

Introduzione: l'importanza di una ricerca sui nuovi modelli
Marilisa D'Amico » 11

I giovani e i nuovi modelli maschili
Eva Sacchi » 15

Parte prima
Essere uomini tra natura, cultura e immaginario

"Uomini veri" o costruzioni culturali?
Marilisa D'Amico » 31

Narrazioni e rappresentazioni del maschile. Specchi deformanti o espressione di potere?'
Valeria Bucchetti » 49

Nuovi paradigmi del maschile? La fatica del fare esperienza di sé stessi – Note di fenomenologia sociale
Francesca De Vecchi » 67

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Parte seconda
Lavoro, potere, ruoli

Maschilità, lavoro e paradigma del *breadwinner*. Una lettura alla luce del costituzionalismo di genere
Eleonora Montani e Graziella Romeo pag. 85

Maschilità e potere: come i giovani uomini gestiscono le dinamiche di dominio
Sveva Magaraggia » 101

Parte terza
Amori, relazioni, emozioni

Relazioni affettive e nuovi modelli di maschilità. Una lettura dei dati IPSOS attraverso la psicologia sociale dei legami familiari
Raffaella Iafrate » 121

Lo scarto relazionale. Competenze emotive, aspettative femminili e ritardi della mascolinità
Mauro Ferraresi » 135

Parte quarta
Tecnologia, IA e nuove frontiere

Giovani uomini, tecnologia e relazioni
Eva Sacchi » 153

Bias algoritmici, genere e diritti
Marilisa D'Amico » 165

Autrici e autori » 183

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Introduzione

Barbara Stefanelli

Nel 2014, quando il *Corriere della Sera* – ispirato dal blog collettivo @La27ora – diede vita alla prima edizione della festa-festival *Il Tempo delle Donne*, la nostra convinzione era che il processo di avvicinamento tra il maschile e il femminile, in particolare tra giovani uomini e giovani donne, sarebbe stato un viaggio in accelerazione lungo una linea retta. Questo perché, al di là delle leggi e delle conquiste formali, non poteva che diventare sempre più evidente, a tutte e a tutti, quanto smontare le gabbie di genere fosse giusto, sì, ma anche conveniente. L'equità rende il mondo flessibile, avvincente, più largo. In una parola: migliore.

Perché dunque non spingere per arrivarci il prima possibile?

Non abbiamo smesso di crederci. Ma questo volume raccoglie gli esiti di un'esplorazione che – undici anni dopo quell'ottimismo forse un po' spavaldo – ci ha a tratti sorpreso.

In occasione della XII edizione del Tempo delle Donne, il *Corriere* e il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» hanno affidato a Ipsos un'indagine che ha interrogato direttamente ragazze e ragazzi (tra i 16 e i 24 anni) su cosa significhi, oggi, essere uomini: quali modelli riconoscono, quali rifiutano, a chi guardano. Se da qualche parte custodiscono ancora il kit degli "uomini veri".

Il perimetro della ricerca, che i saggi raccolti in queste pagine sviluppano da prospettive diverse, racchiude e rivela i terreni in cui si gioca l'identità maschile: tra questi, il rapporto natura-cultura nella costruzione della propria identità; il peso, ancora forte, delle architetture familiari – padri, nonni – nell'immaginario delle ultime generazioni; il

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

lavoro e la fatica di separare la reputazione sociale di un uomo dal suo stipendio; gli affetti e le relazioni in mutazione; la tecnologia, che oggi non è più solo uno strumento virtuale ma uno spazio di realtà aumentata dove il sistema di quei modelli, di quelle relazioni e reputazioni si forma. O deforma.

Guardando alle risposte e alla sintesi offerta dai dati, ciò che colpisce non è tanto la persistenza in sé di alcuni *pattern* tradizionali, quanto lo scarto che continua a separare, quasi su ogni fronte indagato, il modo in cui i ragazzi si raccontano e il modo in cui le ragazze li guardano. E vedono. Tale distanza torna, in più declinazioni, in molti dei contributi che seguono: nei termini che definiscono l'ascolto, la cura e la capacità di chiedere scusa; qualità che i ragazzi si attribuiscono con generosità e che le coetanee faticano a riconoscere loro; nel rapporto con il lavoro, dove l'idea di un uomo che debba comunque "farcela" da solo non è affatto tramontata; nella codificazione dell'esperienza e della conoscenza attraverso gli algoritmi, dove le ragazze mostrano una sensibilità più alta verso i rischi che molti ragazzi non sentono (o non vogliono sentire). È un sospetto reciproco che ricompare a più intersezioni: le ragazze che si mostrano più avanti e più critiche, i ragazzi che si percepiscono come i primi a pagare il prezzo di un cambiamento che non hanno scelto. È come se tra loro ci fosse un elastico che li avvicina e d'un tratto, davanti alle difficoltà, allontana daccapo.

Non manca certo una nuova consapevolezza – la grande maggioranza degli intervistati non considera più la mascolinità un fatto di natura, bensì il prodotto di una cultura che può cambiare. C'è però uno spazio vuoto quotidiano ancora da colmare, e coltivare insieme, per non separare questa consapevolezza ideale dalla materia vivente delle relazioni e dei ruoli. Non è, questo, motivo di sfiducia o addirittura di pessimismo: la ricerca dà, al contrario, la misura del lavoro che resta da fare e che vogliamo fare in uno scenario forse più chiaro. Decostruire i vecchi, e risorgenti, modelli di mascolinità non è un tema laterale rispetto alla sfida per l'equità di cui discutiamo quando studiamo le norme sulle preferenze di genere nella legge elettorale o osserviamo le disparità salariali. Ne è forse il cuore.

Un ringraziamento va al Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» e alle sette università milanesi che lo compongono, per

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

aver messo insieme competenze che nessuna disciplina da sola avrebbe potuto esaurire; a Ipsos, che ha sviluppato con rigore e generosità l'indagine; alle ottocento voci, di ragazze e ragazzi, che hanno risposto con onestà a domande spesso scomode su sé stessi.

Il ringraziamento mio e dell'intero *Corriere della Sera* va inoltre a quanti – giovani e non più giovani – si interrogano ogni giorno sul senso della libertà. La libertà di essere liberi e libere da condizionamenti, pressioni, oppressioni. Per poter vivere appieno in comunità, incrociando desideri e responsabilità. Nelle nostre case e scuole, nelle accademie come negli uffici, nella società e nello Stato. Va a chi cerca il proprio equilibrio tra ciò che si è nel tempo e ciò che il tempo vorrebbe fossimo. Senza rassegnazione e senza rancori, con il coraggio che serve ad attraversare la paura di non essere mai abbastanza.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Introduzione: l'importanza di una ricerca sui nuovi modelli

Marilisa D'Amico

Esiste ancora, oggi, qualcosa che possa dirsi "modello maschile"? E se esiste, chi lo riconosce, chi lo rifiuta, e su quali basi?

Sono domande che il discorso pubblico tende a liquidare con rapidità – talora con un'alzata di spalle, talora con la sicurezza di chi crede di conoscerne già la risposta – ma che, a uno sguardo più attento, si rivelano tutt'altro che scontate: perché riguardano direttamente il modo in cui una società costruisce, trasmette e talvolta impone i propri modelli identitari, e perché toccano, in ultima analisi, lo stesso principio costituzionale di eguaglianza tra i sessi, di cui la decostruzione degli stereotipi di genere – anche quelli che riguardano gli uomini, e non solo le donne – costituisce un tassello imprescindibile.

Da questa convinzione nasce la ricerca promossa dal Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» insieme a Ipsos e al *Corriere della Sera*: interrogare direttamente le ragazze e i ragazzi tra i 16 e i 24 anni su come immaginano la mascolinità oggi, su quali figure riconoscono ancora come riferimento, e su quanto l'espressione "uomini veri" abbia, ai loro occhi, ancora un senso.

Si tratta di una ricerca che nasce, innanzitutto, da una collaborazione istituzionale di ampio respiro. Il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» – costituito nel 2013 – è un polo di ricerca dedicato allo studio delle tematiche di genere, e riunisce otto atenei milanesi: l'Università degli Studi di Milano, l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, il Politecnico di Milano, l'Università Luigi Bocconi, l'Università IULM, l'Università Vita-Salute San Raffaele, l'Università Cattolica del Sacro Cuore e Humanitas.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Dal confronto tra le competenze diverse che animano il Centro è nata la possibilità – e necessità, per certi versi – di affrontare un tema come quello dei nuovi modelli di mascolinità con la indispensabile pluralità di sguardi, irrinunciabile su una materia che attraversa, e mette in discussione, confini disciplinari tradizionalmente distinti.

La ricerca trova poi la propria occasione divulgativa e pubblica nell'ambito de *Il Tempo delle Donne*, il festival ideato e organizzato dal *Corriere della Sera* che da anni costituisce, a Milano, un appuntamento di riferimento per la riflessione pubblica sui temi della parità e delle trasformazioni di genere.

In questa cornice sono stati presentati per la prima volta i risultati di questa indagine, con un confronto tra il Centro e Ipsos: un confronto da cui questo stesso volume, nelle pagine che seguono, raccoglie e sviluppa gli spunti più significativi.

Si tratta di una scelta non scontata.

Studiare i nuovi modelli di mascolinità significa innanzitutto riconoscere che la virilità non è un dato di natura immutabile, ma una costruzione storica e culturale e che, come ogni costruzione, può mutare nel tempo, resistere al cambiamento, oppure tornare a imporsi sotto nuove forme. Come è emerso presentando questi stessi dati, sapevamo che la cultura influenza il modo di essere delle persone molto più di quanto non fosse un tempo; tuttavia, accanto a questa consapevolezza condivisa dalla maggioranza degli intervistati, resta una fetta piuttosto significativa, soprattutto di ragazzi, che ritiene invece che sia tutto naturale.

È esattamente quello che i dati di questa ricerca permettono di osservare: da un lato una larga maggioranza di giovani che riconosce nella cultura, più che nella natura, il fattore decisivo nella formazione dell'identità maschile; dall'altro un'identificazione sorprendentemente forte – quasi nella metà del campione – con i modelli paterni e ancor più con quelli dei nonni, accompagnata da un giudizio spesso severo sulle nuove generazioni maschili rispetto a quelle precedenti.

Il riconoscimento della cultura come forza che modella l'identità maschile convive dunque, nei giovani intervistati, con una marcata nostalgia per i modelli del passato: una combinazione che aiuta a leggere fenomeni più ampi, che vanno oltre i confini di questa ricerca.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Il volume che qui si apre raccoglie ed elabora, in forma scritta, i contributi offerti dal Consiglio Scientifico del Centro nel commentare i risultati di questa indagine.

Una prima parte esplora che cosa significhi, oggi, essere uomini: tra natura e cultura nella costruzione dell'identità maschile, l'eredità dei modelli familiari del passato e l'immaginario collettivo che li rappresenta.

Una seconda parte volge lo sguardo al lavoro e alle dinamiche di potere; una terza parte si concentra sulle dinamiche affettive e relazionali; una quarta parte, infine, esplora il rapporto, di crescente rilievo, tra mascolinità e nuove tecnologie.

Ciascuno di questi contributi, pur muovendo da prospettive disciplinari distinte condivide il medesimo punto di partenza: i dati di un'indagine che ha avuto il merito di ascoltare direttamente i protagonisti e le protagoniste del cambiamento, restituendone la complessità senza appiattirla in giudizi sommari.

Il presente volume intende offrire il proprio contributo proprio a questa pluralità di sguardi, in una cornice nella quale la mascolinità, lungi dall'essere un dato pacificato e residuale rispetto al più ampio dibattito sui diritti delle donne, si rivela essa stessa un campo di tensione, di trasformazione e, a volte, di resistenza.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

I giovani e i nuovi modelli maschili

Eva Sacchi

Sommario: 1. L'immaginario maschile generale – 2. L'immaginario maschile nel mondo del lavoro – 3. L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche di potere – 4. L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche sentimentali.

Parallelamente alla messa in discussione del patriarcato nella nostra società, anche l'immaginario maschile è in fase di ridefinizione: per una maschilità che si decostruisce un'altra prende forma, ma come?

A tal proposito, è interessante richiamare la recente indagine *I giovani e i nuovi modelli maschili*, realizzata nel 2025 da Ipsos per il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» e presentata in occasione della 12ª edizione del festival del *Corriere della Sera Il Tempo delle Donne*, a cui afferisce anche l'Università Cattolica del Sacro Cuore. L'indagine ha visto intervistati un campione nazionale costituito da 800 adolescenti (400 maschi e 400 femmine) di età compresa tra i 16-24 anni, mediante questionario, somministrato con modalità CAWI (Computer Assisted Web Interview).

Un primo dato interessante che emerge è la generale consapevolezza da parte degli appartenenti alla Generazione Zeta della prevalenza della dimensione culturale rispetto a quella naturale relativamente alla definizione del modello di mascolinità dominante: il 61% del campione sostiene infatti che gli atteggiamenti dei maschi sono influenzati soprattutto da fattori culturali (lo pensa il 58% dei maschi e il 64% delle femmine). Per contro, coloro che pensano che sia la dimensione natu-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

rale a prevalere rappresentano il 13% del campione (18% dei maschi e 8% delle femmine). Non un destino biologico, dunque, ma un cantiere sociale figlio del proprio tempo e in continuo lento adattamento. Non a caso, anche la distanza dal passato è percepita nitida: il 79% vede le generazioni dei maschi di oggi molto diverse da quelle dei nonni (82% tra le ragazze), e il 60% avverte uno scarto anche rispetto ai padri quando avevano la loro età.

Ma quindi, l'uomo che abita il nostro tempo che caratteristiche deve avere? Che forma prende l'idealtipo del maschio di oggi sia sul piano generale che nel gestire le dinamiche lavorative, quelle di potere e quelle sentimentali?

1. L'immaginario maschile generale

Complessivamente, emerge un immaginario maschile ben definito, per cui un uomo oggi deve possedere, in maniera molto sviluppata, soprattutto queste caratteristiche: "Essere capace di chiedere scusa" (64%), "Saper ascoltare e comprendere le persone" (63%) e "Essere indipendente" (63%) (tab. 1). Queste "competenze" vengono prima della già nota attribuzione del "Saper prendere in mano la situazione e trovare soluzioni efficaci" (59%).

In linea generale, dunque, importanza significativa viene data alle qualità legate all'empatia e alla capacità di gestione delle emozioni. Le caratteristiche come la capacità di chiedere scusa, ascoltare e comprendere gli altri, dimostrano punteggi elevati, suggerendo che l'abilità di essere empatici e comprensivi è altamente valorizzata. Anche l'indipendenza personale e la capacità di risolvere problemi risultano importanti, ma con una leggera preferenza per le qualità relazionali rispetto a quelle legate al comando e al controllo. C'è però un nodo da sottolineare, che sono soprattutto le ragazze ad enfatizzare questa visione. I ragazzi, più classicamente, sottolineano maggiormente sicurezza in sé stessi, ambizione, assertività. Più delle ragazze ricordano poi l'importanza per un ragazzo di essere sportivo, appassionato di tecnologia e di non disdegnare qualche trasgressione.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Tab. 1 – L'immaginario maschile oggi – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Essere capace di chiedere scusa	64	54	74	+20
Saper ascoltare e comprendere le altre persone	63	54	74	+20
Essere indipendente	63	62	63	+1
Saper prendere in mano la situazione e trovare soluzioni efficaci	59	59	58	-1
Prendersi cura di altre persone	58	49	66	+17
Essere capace di perdonare	54	48	60	+12
Essere sicuro di sé	53	57	49	-8
Esprimere sempre le proprie emozioni	50	40	61	+21
Sapere sempre cosa vuole ottenere nella vita	47	44	50	+6
Saper corteggiare	45	39	52	+13
Essere attento a non deludere le altre persone	39	36	42	+6
Essere sportivo	35	39	31	-8
Essere competitivo	29	36	21	-15
Avere sempre la risposta pronta	28	33	22	-11
Essere attento al giudizio degli altri	24	24	25	+1
Essere appassionato di tecnologia	23	27	19	-8
Trasgredire le regole	11	15	5	-10

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

La distanza di genere si massimizza quando chiediamo ai giovani ragazzi di autovalutarsi e alle giovani ragazze di valutare i loro coetanei rispetto a queste caratteristiche.

Quando i maschi parlano di sé, si descrivono relativamente ben bilanciati rispetto all'idealtipo ma al di sotto rispetto alle caratteristiche che ricoprono le prime posizioni della classifica: si danno 44% sulla capacità di chiedere scusa, 49% sull'ascolto, 33% sull'indipendenza, 38% nel trovare soluzioni efficaci, e solo 26% nell'esprimere sempre le emozioni. Al contrario, si attribuiscono più tratti "performativi": competitività (46%), passione per la tecnologia (49%), attenzione al giudizio altrui (34%) e anche un po' più di trasgressione di quanto sarebbe ideale averne (21%). Quando entra in scena lo sguardo delle ragazze, il gap si allarga e diventa spesso un giudizio severo sui coeta-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

nei. Crollano i punteggi proprio sulle competenze relazionali: chiedere scusa scende al 10%, prendersi cura all'8%, perdonare al 10%, "non deludere" all'8%, "prendere in mano la situazione" al 5%. Il divario più clamoroso è sull'ascolto: -41 punti percentuali, con solo l'8% delle ragazze che riconosce ai ragazzi la capacità di ascoltare e comprendere, contro il 49% di autovalutazione maschile. Anche l'indipendenza registra -20 (13% ragazze vs 33% ragazzi). Per contro, le ragazze vedono i maschi più sportivi (42% vs 39%), più competitivi (50% vs 46%) e soprattutto molto più trasgressivi (50% vs 21%) di quanto non si auto percepiscano i ragazzi stessi.

Tab. 2 – L'immaginario maschile oggi. Un confronto tra autovalutazione maschile e valutazione femminile – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? (ai maschi) E tu personalmente quanto pensi di possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? (alle femmine) Pensa ora ai ragazzi maschi della tua età che ti circondano. In generale quanto pensi che posseggano ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Essere capace di chiedere scusa	64	44	10	-34
Saper ascoltare e comprendere le altre persone	63	49	8	-41
Essere indipendente	63	33	13	-20
Saper prendere in mano la situazione e trovare soluzioni efficaci	59	38	5	-33
Prendersi cura di altre persone	58	43	8	-35
Essere capace di perdonare	54	45	10	-35
Essere sicuro di sé	53	33	37	+4
Esprimere sempre le proprie emozioni	50	26	8	-18
Sapere sempre cosa vuole ottenere nella vita	47	37	7	-30
Saper corteggiare	45	27	8	-19
Essere attento a non deludere le altre persone	39	45	8	-37
Essere sportivo	35	39	42	+3
Essere competitivo	29	46	50	+4
Avere sempre la risposta pronta	28	29	30	+1
Essere attento al giudizio degli altri	24	34	32	-2
Essere appassionato di tecnologia	23	49	41	-8
Trasgredire le regole	11	21	50	+29

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

2. L'immaginario maschile nel mondo del lavoro

Per i giovani, sul posto di lavoro un uomo oggi deve possedere soprattutto, in maniera molto sviluppata, le seguenti caratteristiche: "Considerare importante avere un lavoro che offra benefit per la famiglia" (45%) e "Prendere l'intero periodo di paternità disponibile per accudire i figli" (42%) (tab. 3). Anche in questo caso, l'idea che gli intervistati hanno dell'uomo-lavoro è diversa da quella che rilevavamo venti, ma che solo dieci anni fa. Questo stesso risultato emerge peraltro in maniera ugualmente chiara dall'indagine nazionale (18-34enni) realizzata nel 2023 sempre da Ipsos per l'Osservatorio Giovani dell'Istituto Toniolo, pubblicata nel Rapporto Giovani 2025 (Assirelli, Introini, Lodigiani, Pasqualini, 2025). Si è visto infatti che pensando al lavoro, l'aspetto più importante per i giovani, oltre alla possibilità di realizzarsi personalmente è l'"Avere molto tempo per dedicarsi alla famiglia". Oltre a "Garantire stabilità economica e continuità dell'impiego", il lavoro deve anche "Armonizzarsi con altri aspetti della vita" dei giovani.

Caratteristiche attese sul lavoro (12 item), per totale, maschi, femmine, delta. Benefit per la famiglia: 45%, 45%, 45% (0). Congedo di paternità intero: 42%, 38%, 46% (+8). Stipendio sempre più alto: 41%, 43%, 39% (-4). Competitivo per promozioni: 35%, 40%, 30% (-10). Molte ore per la carriera: 32%, 31%, 32% (+1). Trasferirsi per lavoro: 31%, 31%, 31% (0). Part-time per la famiglia: 28%, 28%, 29% (+1). Rinunciare ad aumento per tempo libero: 24%, 27%, 21% (-6). Stipendio più alto della partner: 23%, 29%, 17% (-12). Passo indietro per la partner: 22%, 22%, 21% (-1). Priorità carriera su famiglia: 17%, 22%, 10% (-12). Giocare sporco coi colleghi: 14%, 19%, 8% (-11).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Tab. 3 – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno SUL POSTO DI LAVORO. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Considerare importante avere un lavoro che offra benefit per la famiglia	45	45	45	0
Prendere l'intero periodo di paternità disponibile per accudire i figli	42	38	46	+8
Puntare a uno stipendio sempre più alto	41	43	39	-4
Essere competitivo per ottenere promozioni	35	40	30	-10
Essere disposto a lavorare molte ore per fare carriera	32	31	32	+1
Essere disposto a trasferirsi e andare a vivere in un'altra città per lavoro	31	31	31	0
Essere disposto a chiedere un part-time per avere più tempo per la famiglia	28	28	29	+1
Essere disposto a rinunciare a un aumento di stipendio per avere più tempo libero	24	27	21	-6
Puntare ad avere uno stipendio più alto di quella della partner	23	29	17	-12
Essere disposto a fare un passo indietro nella propria carriera per agevolare quella della partner	22	22	21	-1
Dare la priorità alla carriera rispetto alla famiglia	17	22	10	-12
Giocare sporco con i colleghi per fare il proprio interesse	14	19	8	-11

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Dando una lettura complessiva dei dati, l'idealtipo di "uomo sul lavoro" presenta un profilo sfaccettato, che tiene insieme responsabilità verso la famiglia e ambizione economica ma senza estremismi. Al vertice ci sono l'attenzione ai benefit familiari (45%) e l'idea che prendersi l'intero congedo di paternità sia importante (42%), accanto al puntare a uno stipendio più alto (41%). Più tiepidi i tratti da stacanovista o da mobilità forzata (lavorare molte ore 32%, trasferirsi 31%) e poca attrazione per la competitività esasperata (35%) o per comportamenti scorretti (14%). L'impianto valoriale è anche poco "breadwinner tradi-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

zionale": solo il 23% ritiene che si debba puntare ad avere uno stipendio più alto della partner e il 17% a dare priorità alla carriera rispetto alla famiglia.

Ma anche in questo ambito le distanze di vedute tra i due generi non mancano. I maschi spingono di più sui marcatori performativi: puntare a uno stipendio sempre più alto sale al 43%, essere competitivi al 40%, e cresce anche l'idea di dare priorità alla carriera (22%) o di avere uno stipendio superiore a quello della partner (29%). Rimane invece più basso l'accento sul congedo di paternità (38%), mentre c'è allineamento sui benefit familiari (45%) e sulla disponibilità a trasferirsi (31%). Le femmine privilegiano un modello più orientato alla cura e regolato: massimizzano l'importanza del congedo di paternità (46%), ma smorzano la competizione (30%) e rifiutano in modo netto sia il primato della carriera sulla famiglia (10%) sia l'idea di "guadagnare più della partner" (17%). La scorciatoia del "giocare sporco" è respinta in modo quasi unanime (8%).

Questi scarti non sono solo numeri ma segnali di modelli di maschilità in transizione. Il -12 sull'avere uno stipendio più alto della partner dice che per molte ragazze il primato economico maschile non è più un requisito di status, mentre per i ragazzi continua ad avere una valenza identitaria e di riconoscimento sociale. Il -12 sul dare priorità alla carriera rispetto alla famiglia riflette l'aspettativa femminile di una redistribuzione della cura e il rifiuto lavoratore sempre disponibile, mentre i maschi restano un po' più allineati al copione performativo tradizionale. Il -11 su "giocare sporco" e il -10 sulla competitività suggeriscono che le ragazze associano il buon lavoro maschile a norme etiche e competenze cooperative, anche per consapevolezza dei costi di contesti ipercompetitivi sull'inclusione; i maschi, invece, legano ancora il successo a tratti agonistici. L'unico delta positivo di rilievo è legato al congedo di paternità (+8), segnale del desiderio femminile di una maschilità di cura e co-genitoriale sulla quale i ragazzi i rimangono ancora più frenati.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

3. L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche di potere

Nell'idealtipo complessivo di uomo "nelle dinamiche di potere" prevale un modello competente e cooperativo nella gestione dei conflitti: contano mediazione e soluzione pacifica (46%) (tab. 4), affrontare i conflitti senza evitarli (46%) e saper fare un passo indietro quando serve (45%), insieme alla capacità di perdonare (44%) e comunicare in modo assertivo (40%). C'è spazio anche per la dimensione etico-politica, con il riconoscere e sfidare le disuguaglianze di potere (37%) e la disponibilità a condividere il controllo (35%). Restano marginali i registri più "duri": evitare di apparire deboli (26%), alzare la voce (23%) e l'uso della violenza (17%).

Tab. 4 – L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche di potere – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno NEL GESTIRE LE DINAMICHE DI POTERE. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Intervenire in situazioni di conflitto per mediare e trovare una soluzione pacifica	46	43	49	+6
Affrontare i conflitti a testa alta, senza evitarli o reprimerli	46	40	51	+11
Riconoscere quando è il momento di fare un passo indietro e di cedere	45	36	55	+19
Perdonare e andare avanti dopo un conflitto	44	41	48	+7
Comunicare in modo deciso e assertivo	40	37	42	+5
Riconoscere e sfidare le disuguaglianze di potere	37	30	43	+13
Essere disposto a cedere il controllo e a condividere il potere	35	28	43	+15
Evitare di apparire debole	26	33	19	-14
Alzare la voce quando serve	23	32	14	-18
Usare la violenza se necessario	17	24	10	-14

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

I maschi sposano questo idealtipo soprattutto rispetto alla capacità di mediazione (43%) e sul conflitto (41% e 40%), ma mostrano un residuo di copione virilista: più propensione ad alzare la voce (32%), a evitare di apparire deboli (33%) e, se necessario, a contemplare la violenza (24%). Sono invece più cauti nel cedere potere (28%), nello sfidare le disuguaglianze (30%) e nel riconoscere quando fare un passo indietro (36%). Le femmine spingono sostanzialmente in direzione opposta: valorizzano la capacità di arretrare quando opportuno (55%), di affrontare i conflitti a testa alta senza evitarli (51%) e di intervenire per mediare (49%), insieme al perdono (48%) e alla condivisione del potere (43%). Basso consenso, invece, per alzare la voce (14%), evitare di sembrare deboli (19) e usare la violenza (10%). Lo sguardo femminile privilegia potere condiviso ed etica relazionale; quello maschile resta più vicino a un copione di controllo e intensità espressiva.

Il confronto tra autovalutazione maschile e percezione femminile del possesso di queste caratteristiche da parte dei coetanei maschi racconta di un gap profondo di vedute tra i due generi.

I ragazzi si collocano sotto l'idealtipo sui registri maturi del conflitto: si danno 38% sulla mediazione (tab 5), 33% sull'affrontare a testa alta, 30% sul saper cedere, 33% sul perdono e 31% sull'assertività. Al contrario, si vedono un po' più duri di quanto richieda l'immaginario: 33% sull' alzare la voce, 31% sull'evitare di apparire deboli e 23% sull'uso della violenza se necessario. Lo sguardo delle ragazze accentua la distanza: ai coetanei maschi attribuiscono livelli molto bassi proprio sulle competenze relazionali, con un crollo sulla mediazione (6% vs 38% di autovalutazione maschile), sull'affrontare i conflitti senza evitarli (14% vs 33%), sul saper fare un passo indietro (7% vs 30%) e sul perdonare (9% vs 33%). Al contrario, vedono più marcati i tratti aggressivi: 47% nell'evitare di apparire deboli (vs 31%), 44% nell'alzare la voce (vs 33%) e 43% nella disponibilità a usare la violenza (vs 23%). Un passaggio specifico merita il delta di 32 punti percentuali sulla mediazione: è il segnale più netto che, per le ragazze, i ragazzi non trasformano il conflitto in negoziazione, ma tendono a leggerlo come terreno di forza, lontano dall'ideale cooperativo.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Tab. 5 – L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche di potere. Un confronto tra autovalutazione maschile e valutazione femminile – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno NEL GESTIRE LE DINAMICHE DI POTERE. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? (ai maschi) E tu personalmente quanto pensi di possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? (alle femmine) Pensa ora ai ragazzi maschi della tua età che ti circondano. In generale quanto pensi che posseggano ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Intervenire in situazioni di conflitto per mediare e trovare una soluzione pacifica	46	38	6	-32
Affrontare i conflitti a testa alta, senza evitarli o reprimerli	46	33	14	-19
Riconoscere quando è il momento di fare un passo indietro e di cedere	45	30	7	-23
Perdonare e andare avanti dopo un conflitto	44	33	9	-24
Comunicare in modo deciso e assertivo	40	31	18	-13
Riconoscere e sfidare le disuguaglianze di potere	37	27	11	-16
Essere disposto a cedere il controllo e a condividere il potere	35	27	10	-17
Evitare di apparire debole	26	31	47	+16
Alzare la voce quando serve	23	33	44	+11
Usare la violenza se necessario	17	23	43	+20

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

In sintesi, se l'ideale chiede equilibrio tra fermezza e decentramento, i ragazzi si percepiscono a metà strada ma le ragazze li vedono ancora ancorati a un copione di controllo e intensità espressiva.

4. L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche sentimentali

Nell'idealtipo complessivo di uomo in relazione alle dinamiche sentimentali e amorose prevale un profilo di responsabilità emotiva e cura: contano il saper chiedere scusa (52%) (tab. 6), parlare apertamente di sentimenti ed emozioni (49%) e aiutare la partner nelle faccende senza dover essere sollecitato (48%). Restano più marginali i marcatori tradizionali e performativi: guadagnare più della partner (16%), dichiarar-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

si sempre eterosessuale (25%), non rifiutare mai un rapporto sessuale (22%), gelosia (12%), tradire (10%) e bere per lasciarsi andare (8%). Rispetto all'immaginario a totale campione, i ragazzi si collocano al di sotto di questo ideale proprio sulle competenze relazionali: si attribuiscono 42% sulla capacità di chiedere scusa, 36% sull'esprimere le emozioni e 37% sull'aiuto domestico spontaneo. Al tempo stesso, dichiarano più adesione di quanto l'ideale non richieda ai copioni più normativi: 33% sul dichiararsi sempre eterosessuale, 30% sul non rifiutare mai il sesso, 23% sull'avere un reddito superiore alla partner e 28% nel gestire le finanze di coppia. È un maschile che riconosce l'orizzonte della cura, ma che continua a portarsi dietro tratti di status e controllo.

Tab. 6 – L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche sentimentali – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno NEL GESTIRE LE DINAMICHE SENTIMENTALI E AMOROSE. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Chiedere scusa e ammettere i propri errori	52	42	64	+22
Essere in grado di parlare apertamente dei propri sentimenti e delle proprie emozioni	49	36	62	+26
Aiutare la partner nei compiti domestici senza che lei debba chiederlo	48	37	60	+23
Evitare di farsi mantenere dalla partner	31	36	26	-10
Dichiararsi sempre eterosessuale	25	33	16	-17
Gestire le finanze della coppia	22	28	17	-11
Non rifiutare mai un rapporto sessuale	22	30	13	-17
Più alto in termini di centimetrici della sua partner	20	22	17	-5
Ammettere di avere più privilegi della sua partner nella relazione di coppia	17	21	13	-8
Guadagnare di più della sua partner	16	23	9	-14
Lasciare che sia la partner a prendere le decisioni più importanti riguardo i figli	15	17	13	-4
Utilizzare app di dating (es. Tinder, Bumble…)	13	19	8	-11
Essere geloso per dimostrare di provare sentimenti forti	12	16	9	-7
Mostrarsi vulnerabili per apparire più attraente	12	12	11	-1
Tradire senza farsi scoprire	10	14	6	-8
Bere alcolici per essere più disinvolti nei rapporti di coppia	8	10	6	-4

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Le ragazze, invece, restituiscono dei coetanei un idealtipo più orientato alla cura e all'empatia di quello delineato dai ragazzi: 64% chiedere scusa, 62% parlare di emozioni, 60% aiutare senza essere sollecitati. E ridimensionano nettamente i marcatori tradizionali: solo 16% sul dichiararsi sempre etero, 13% sul non rifiutare mai il sesso, 9% sull'idea che debbano guadagnare di più della partner, 17% nel gestire le finanze di coppia. In altre parole, si aspettano relazioni più paritarie e trasparenti.

I ragazzi, nel momento dell'autovalutazione, si raccontano meno performanti proprio su quelle competenze relazionali che aprono la classifica dell'idealtipo: 40% chiede scusa (tab. 7), 29% parla di emozioni, 35% aiuta spontaneamente in casa. Al tempo stesso si attribuiscono più di quanto l'ideale non richieda alcuni tratti normativi e di status: 55% si dichiara eterosessuale ogni volta che sente la necessità di farlo, 29% non rifiuta mai il sesso, 26% guadagna o guadagnerà di più della partner e un altro 26% si prende in carico la responsabilità di gestire le finanze della famiglia.

Lo sguardo delle ragazze accentua il distacco: ai coetanei maschi riconoscono livelli molto bassi proprio sulle dimensioni di cura e trasparenza, con solo 14% nel chiedere scusa, 10% nel parlare di emozioni e 10% nell'aiutare in casa senza richiesta; al contrario, li vedono più orientati a marker tradizionali di ruolo e status: 31% sul non rifiutare mai un rapporto sessuale, 33% sull'essere più alti in centimetri rispetto alla partner e 29% sul guadagnare di più della partner, tutti valori superiori alle autovalutazioni maschili. Le ragazze dunque vedono i ragazzi lontani dall'ideale di responsabilità relazionale espresso dall'idealtipo, segnalando un deficit percepito di cura, cooperazione e trasparenza proprio nel cuore della vita di coppia.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Tab. 7 – L'immaginario maschile oggi nel gestire le dinamiche sentimentali e amorose. Un confronto tra autovalutazione maschile e valutazione femminile – Pensa alle aspettative che si hanno su come deve essere un uomo oggi giorno NEL GESTIRE LE DINAMICHE SENTIMENTALI E AMOROSE. Secondo te un uomo oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? (ai maschi) E tu personalmente quanto pensi di possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? (alle femmine) Pensa ora ai ragazzi maschi della tua età che ti circondano. In generale quanto pensi che posseggano ciascuna delle seguenti caratteristiche su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Chiedere scusa e ammettere i propri errori	52	40	14	-26
Essere in grado di parlare apertamente dei propri sentimenti e delle proprie emozioni	49	29	10	-19
Aiutare la partner nei compiti domestici senza che lei debba chiederlo	48	35	10	-25
Evitare di farsi mantenere dalla partner	31	33	29	-4
Dichiararsi sempre eterosessuale	25	55	45	-10
Gestire le finanze della coppia	22	26	23	-3
Non rifiutare mai un rapporto sessuale	22	29	31	+2
Più alto in termini di centimetrici della sua partner	20	28	33	+5
Ammettere di avere più privilegi della sua partner nella relazione di coppia	17	21	17	-4
Guadagnare di più della sua partner	16	26	29	+3
Lasciare che sia la partner a prendere le decisioni più importanti riguardo i figli	15	19	24	+5
Utilizzare app di dating (es. Tinder, Bumble…)	13	16	16	0
Essere geloso per dimostrare di provare sentimenti forti	12	22	26	+4
Mostrarsi vulnerabili per apparire più attraente	12	14	5	-9
Tradire senza farsi scoprire	10	18	25	+7
Bere alcolici per essere più disinvolti nei rapporti di coppia	8	15	16	+1

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Parte prima
Essere uomini tra natura, cultura e immaginario

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

"Uomini veri" o costruzioni culturali?

Marilisa D'Amico

Sommario: 1. Una domanda che sembra ovvia (e non lo è) – 2. Quello che pensano i ragazzi: la cultura conta più della natura – 3. Nonni, padri e nipoti: quale modello ideale? – 4. Da dove viene questa nostalgia: famiglia tradizionale e modelli del passato – 5. Quando la nostalgia diventa voto: MAGA, Trump e le c.d. "tradwives" – 6. "Uomini veri": un'etichetta che la maggioranza dei giovani non riconosce più – 7. Il diritto continua a smontare il patriarcato: una controspinta silenziosa – 8. Luci e ombre: cosa ci dice davvero questa ricerca.

1. Una domanda che sembra ovvia (e non lo è)

Chiedersi se esista, ancora oggi, un modello di "uomo vero" può sembrare un interrogativo quasi superato, più adatto a un dibattito frivolo che a un volume di ricerca scientifica. Eppure, dietro questa domanda apparentemente ingenua si nasconde una questione che riguarda da vicino il modo in cui una società costruisce, trasmette e talvolta impone i propri modelli identitari.

Da questa convinzione nasce la ricerca promossa dal Centro Interuniversitario Culture di Genere insieme a Ipsos: interrogare direttamente le ragazze e i ragazzi tra i 16 e i 24 anni su come immaginano la mascolinità oggi, su quali figure – i padri, i nonni – riconoscono ancora come riferimento, e su quanto l'espressione "uomini veri" abbia, ai loro occhi, ancora un senso.

Studiare i nuovi modelli di mascolinità significa innanzitutto riconoscere che la virilità non è un dato di natura immutabile, ma una costruzione storica e culturale e che, come ogni costruzione, può mutare

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

nel tempo, resistere al cambiamento, oppure tornare a imporsi sotto nuove forme.

Sapevamo che la cultura influenza il modo di essere delle persone molto di più di quanto non fosse un tempo, ma, accanto a questa consapevolezza da parte degli intervistati, resta una fetta piuttosto significativa, soprattutto di ragazzi, che ritiene invece che sia tutto naturale.

Questo è ciò che i dati di questa ricerca permettono di osservare: da un lato, una larga maggioranza di giovani che riconosce nella cultura, più che nella natura, il fattore decisivo nella formazione dell'identità maschile; dall'altro un'identificazione sorprendentemente forte – quasi nella metà del campione – con i modelli paterni e ancor più con quelli dei nonni, accompagnata da un giudizio spesso severo sulle nuove generazioni maschili rispetto a quelle precedenti: un dato che, personalmente, mi ha colpito tantissimo.

Il riconoscimento della cultura come forza che modella l'identità maschile convive dunque, nei giovani intervistati, con una marcata nostalgia per i modelli del passato: una combinazione che aiuta a leggere fenomeni più ampi, che vanno oltre i confini di questa ricerca. Una dinamica del genere, infatti, ci fa capire anche le tendenze sociali e politiche di questo momento, a partire dal fortissimo ritorno nostalgico della famiglia tradizionale che attraversa, con accenti diversi, anche altri contesti nazionali: il caso americano, con il fenomeno MAGA e le cosiddette *tradwives*, ne è solo l'esempio più visibile.

Su questo, e su quanto la categoria stessa di "uomini veri" stia perdendo di senso per le nuove generazioni, si concentreranno i paragrafi che seguono.

2. Quello che pensano i ragazzi: la cultura conta più della natura

Il primo dato da cui muove la ricerca è netto, e merita di essere collocato, prima ancora di esaminarne il contenuto specifico, all'interno della cornice teorica che ha accompagnato, nella storia del pensiero giuridico e sociale, la distinzione tra sesso e genere: la domanda se la mascolinità sia un dato di natura, immutabile e biologicamente determinato, oppure il prodotto di una costruzione storica e sociale, suscet-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

tibile pertanto di mutamento, non è infatti una domanda nuova. È, al contrario, la stessa domanda che ha attraversato la riflessione sulla condizione femminile dal mondo classico alle soglie della contemporaneità, e che oggi, per la prima volta con tale ampiezza, viene posta direttamente ai protagonisti di una possibile trasformazione: i giovani uomini stessi.

Alla domanda su cosa influenzi gli atteggiamenti dei giovani maschi della propria età, il 61% del campione complessivo indica la cultura – «come sono formati dalla società in cui vivono» – contro un più modesto 13% che attribuisce questi atteggiamenti a fattori naturali, cioè a come i ragazzi «sono fatti geneticamente». Un ulteriore 20% ritiene che natura e cultura agiscano in pari misura, mentre il 6% non sa rispondere.

Si tratta di un risultato che, a una prima lettura, potrebbe apparire scontato, quasi un'ovvietà recepita acriticamente dal sentire comune contemporaneo; ma che, a ben guardare, segna invece un punto di non ritorno culturale, se confrontato con l'orizzonte concettuale entro cui per secoli si è ragionato di virilità e femminilità come dati di natura, non discutibili né storicizzabili, e per ciò stesso sottratti a ogni possibilità di trasformazione giuridica e sociale.

Il dato merita tuttavia di essere letto con attenzione, perché non è uniforme, e le sue articolazioni interne dischiudono altrettante chiavi di lettura. Sono soprattutto le ragazze a riconoscere il primato della cultura (64%, contro il 58% dei ragazzi), mentre tra i ragazzi cresce, seppur restando minoritaria, la quota di chi vede nella genetica la spiegazione principale (18%, contro l'8% delle ragazze). È un primo segnale di uno scarto di sensibilità tra i due generi che la ricerca, come si vedrà nei paragrafi che seguono, ritroverà più volte, e che non sorprende chi ha studiato la storia della costruzione giuridica della differenza sessuale: sono storicamente le donne, in quanto soggetti discriminati da una pretesa "naturalità" della propria condizione subordinata, ad aver maturato – prima e con maggiore nettezza rispetto agli uomini – la consapevolezza che dietro l'apparente neutralità del dato biologico si celi, quasi sempre, una costruzione sociale interessata a perpetuare un determinato ordine di potere. Che siano oggi le ragazze a mostrarsi più convinte della matrice culturale, anche degli atteggiamenti maschili, è

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

dunque la prosecuzione di un percorso di consapevolezza che affonda le proprie radici in una storia lunga e tutt'altro che conclusa.

Il peso attribuito alla cultura aumenta inoltre con l'età: se tra i 16-17enni si ferma al 61%, sale al 65% tra i 21-24enni, quasi a indicare che la consapevolezza della costruzione sociale della mascolinità si rafforzi con la maturità e, forse, con l'esperienza diretta delle relazioni sociali, affettive e lavorative, le quali rendono via via più tangibile la pluralità dei modelli possibili e la loro non sovrapponibilità a un unico paradigma "naturale". Anche il territorio incide, e in modo non trascurabile: il Nord-Est si distingue per un'attribuzione particolarmente forte alla cultura (74%); mentre al Sud cresce, rispetto alla media nazionale, la quota di chi riconosce un peso non trascurabile alla natura (17%), in una distribuzione geografica che richiama, sia pure con le debite cautele contro ogni facile generalizzazione, le persistenti diseguaglianze territoriali che attraversano, ben oltre il tema qui in discussione, l'intero ordinamento in materia di diritti sociali e di parità di genere.

Questi numeri, letti nel loro insieme, confermano un punto centrale: la grande maggioranza dei giovani italiani non considera la mascolinità un dato biologico immutabile, ma il prodotto di un contesto sociale e culturale; un'acquisizione che non può non richiamare l'elaborazione, ormai consolidata nella dottrina e nella giurisprudenza, della distinzione tra sesso e genere, e della conseguente possibilità per l'ordinamento giuridico di intervenire, attraverso lo strumento normativo e quello giurisprudenziale, sulla decostruzione di stereotipi che si presentano come naturali ma che sono, in realtà, storicamente determinati e per ciò stesso modificabili.

Resta tuttavia, e non va sottovalutata, quella minoranza – concentrata soprattutto tra i ragazzi più giovani e nelle aree meridionali – per cui la virilità è ancora, almeno in parte, una questione di natura: un nucleo di resistenza che, lungi dall'essere statisticamente residuale, tornerà utile per comprendere perché certi modelli tradizionali continuino a esercitare un'attrazione concreta su una parte non marginale delle nuove generazioni maschili, e perché la consapevolezza teorica della matrice culturale di un fenomeno non sia, da sola, sufficiente a impedirne la persistenza, né a neutralizzarne la capacità di tradursi in domanda sociale e, talora, in rivendicazione politica.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

3. Nonni, padri e nipoti: quale modello ideale?

Se il dato sulla matrice culturale della mascolinità sembrerebbe annunciare una generazione di giovani uomini orientata a prendere le distanze dai modelli del passato, proprio perché consapevole della loro natura non immutabile e storicamente determinata, l'indagine Ipsos restituisce, su questo specifico punto, un risultato che merita di essere preso sul serio nella sua apparente contraddittorietà.

Interrogati su chi rappresenti, per loro, il modello di uomo ideale, i giovani intervistati guardano infatti tutt'altro che al futuro: guardano, semmai, all'indietro, e con un'intensità che la stessa elaborazione di questi dati ha permesso di cogliere con piena consapevolezza solo a posteriori.

Il 41% del campione complessivo riconosce nel proprio nonno il modello di uomo ideale (contro un 42% che lo nega), mentre la percentuale sale significativamente al 51% quando l'interrogativo riguarda la figura paterna (contro un 40% di risposte negative).

Sono numeri che, da soli, già dicono molto: quasi un giovane su due individua ancora, in una figura della propria famiglia d'origine, il punto di riferimento per la propria identità maschile; un dato che colpisce per la sua ampiezza, ben oltre quanto si potrebbe attendere da una generazione cresciuta, almeno sul piano cognitivo, nella consapevolezza della pluralità e della mutevolezza dei modelli di genere.

La lettura per genere conferma e accentua questa tendenza in una direzione precisa. Sono soprattutto i ragazzi a riconoscersi nei modelli familiari maschili: il 49% indica nel nonno il proprio uomo ideale (contro il 32% delle ragazze), e la percentuale sale al 58% quando si parla del padre (contro il 42% delle ragazze). Le ragazze, dal loro canto, si mostrano significativamente più critiche: il 52% di esse non riconosce nel nonno un modello, e il 50% esprime lo stesso giudizio negativo nei confronti del padre.

Si tratta di uno scarto di genere che non sorprende, alla luce di quanto già osservato a proposito della matrice culturale della mascolinità: sono le ragazze, lo si ricorderà, a riconoscere con più forza il carattere

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

socialmente costruito – e dunque storicamente superabile – dei modelli maschili; ed è dunque coerente che siano proprio loro a guardare con maggiore distacco critico alle figure che quei modelli hanno, nei fatti, incarnato.

Non meno significativa è la distribuzione per età. È tra i 18-20enni che l'identificazione con il nonno raggiunge il proprio picco (50%), per poi attenuarsi leggermente, ma non scomparire, nelle fasce contigue; quanto al padre, il valore più elevato si registra tra i più giovani, i 16-17enni (54%), mantenendosi comunque sostanzialmente stabile anche tra i 21-24enni (51%). Né si registrano, su questo punto, marcate fratture territoriali: l'identificazione con il padre supera il 60% nel Nord-Est, mentre quella con il nonno resta sostanzialmente omogenea sul territorio nazionale, con la sola eccezione di una maggiore indecisione – più che di un rifiuto netto – registrata nelle regioni meridionali.

Come si è avuto modo di osservare, ciò che colpisce non è soltanto l'ampiezza dell'identificazione con le figure familiari maschili, quanto piuttosto il fatto che essa si accompagni a un giudizio severissimo sulle nuove generazioni nel confronto diretto con quelle precedenti: un punto sul quale il prossimo paragrafo si soffermerà specificamente. Vale però la pena di anticipare qui un'osservazione di metodo, prima ancora che di contenuto: chi scrive, posta di fronte a questo dato, non ha potuto non interrogarsi sulla distanza che separa la propria esperienza generazionale da quella oggi osservata nei più giovani. Per la mia generazione – e qui il riferimento è squisitamente personale, ma proprio per questo, credo, indicativo di un più ampio mutamento culturale – il modello della madre e della nonna fu, e resta tuttora, un modello assolutamente da rifiutare: non per assenza di affetto o di stima, che permangono intatti, ma per la convinzione, allora maturata e oggi confermata dall'esperienza di una vita, che il proprio percorso esistenziale e professionale dovesse necessariamente discostarsi da quello vissuto dalle generazioni precedenti di donne. Se non fosse stata condotta questa ricerca, ammetto che non sarei stata assolutamente consapevole di una circostanza che oggi appare invece manifesta: che cioè, nell'attuale generazione di giovani uomini, questo non è così. La distanza critica verso il modello familiare di riferimento, che per la mia generazione femminile fu una condizione quasi scontata dell'emancipazione, non

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

sembra trovare, nei giovani maschi di oggi, un analogo movimento di affrancamento.

Questa asimmetria – tra un'emancipazione femminile costruita, storicamente, anche attraverso il rifiuto critico dei modelli materni e nonne, e una persistente, per non dire rafforzata, identificazione maschile con le figure paterne e patriarcali – non può essere letta come un dato neutro, privo di implicazioni per chi si occupi di diritto costituzionale e di questioni di genere. Se è vero, come si è visto, che la grande maggioranza dei giovani riconosce nella cultura, e non nella natura, il fattore che forma l'identità maschile, è altrettanto vero che la stessa cultura, una volta interiorizzata attraverso il legame familiare e affettivo, sembra esercitare una forza di attrazione verso il passato che la sola consapevolezza teorica della sua origine sociale non è, di per sé, in grado di neutralizzare.

È un punto che aiuta a comprendere perché questa nostalgia di matrice identitaria possa tradursi, in alcuni contesti più che in altri, in una vera e propria domanda politica di restaurazione dei ruoli tradizionali e perché, dunque, un fenomeno apparentemente circoscritto alla sfera degli affetti familiari meriti, in realtà, l'attenzione di chi si occupa delle trasformazioni del principio di uguaglianza.

4. Da dove viene questa nostalgia: famiglia tradizionale e modelli del passato

Il dato che più colpisce, tra quelli sin qui esaminati, non è tanto l'identificazione dei giovani uomini con le figure paterne – un'identificazione che, per quanto sorprendentemente ampia, potrebbe ancora leggersi come la persistenza di un legame affettivo non incompatibile, in sé, con una visione critica del passato – quanto piuttosto il giudizio che la stessa indagine registra sul confronto tra le nuove generazioni e quelle precedenti. Più della metà del campione (54%) ritiene che i giovani maschi di oggi siano "peggio" rispetto ai loro nonni, con un saldo negativo di 33 punti tra chi vede un miglioramento e chi vede un peggioramento; e un analogo, sebbene più contenuto, giudizio negativo (46%, saldo -25) emerge anche nel confronto con la generazione dei

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

padri. Si tratta di una valutazione condivisa, salvo differenze minime, da ragazzi e ragazze, e che risulta tanto più severa quanto più giovane è la fascia d'età considerata: i 16-17enni, in particolare, esprimono il giudizio più negativo in assoluto sul confronto con la generazione dei padri (53%).

Qui si manifesta, con la maggiore evidenza statistica possibile, ciò che altrove si è definito un "sentimento di nostalgia": non un mero rimpianto generico per "i tempi che furono", ma una specifica insofferenza per la propria condizione presente, misurata sul metro di un passato che si percepisce – a torto o a ragione, non è questa la sede per stabilirlo – come più solido, più definito, più rassicurante nella propria gerarchia di ruoli e di aspettative.

Una dinamica come questa aiuta a comprendere anche le tendenze sociali e politiche di questo momento storico, che vedono un fortissimo ritorno di nostalgia verso la famiglia tradizionale e verso i modelli che a essa si associano. Ed è un punto su cui merita soffermarsi, perché la nostalgia, intesa propriamente come sentimento di perdita rispetto a una condizione passata giudicata migliore, presuppone logicamente l'esistenza di un termine di paragone positivo: se la generazione attuale si percepisce come "peggiore" rispetto a quella dei nonni e dei padri, è perché a questi ultimi viene attribuita, retrospettivamente, una pienezza di ruolo – sociale, familiare, identitaria – che il presente non sembra più in grado di offrire con altrettanta chiarezza.

Questo meccanismo psicologico e culturale, lungi dall'essere una peculiarità italiana o una specificità di questa indagine, trova conferma diretta nel successo, sempre più visibile nel discorso pubblico, di proposte – editoriali prima ancora che politiche – che fanno della restaurazione dei ruoli tradizionali di genere il proprio nucleo argomentativo.

Il caso del generale Roberto Vannacci ne offre, nel contesto italiano, un'illustrazione particolarmente nitida. Il suo *Il mondo al contrario* (2023) – il cui capitolo dedicato alla famiglia rivendica la "normalità" dell'unione tra un uomo e una donna come fondamento del consorzio familiare, e ne respinge tanto le declinazioni omogenitoriali quanto, più in generale, le rivendicazioni del movimento femminista, presentate come responsabili di un progressivo "capovolgimento" dei valori tradizionali – si è collocato, nell'anno della sua pubblicazio-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ne, tra i libri più venduti in Italia. Pochi mesi dopo, lo stesso autore avrebbe ottenuto, alle elezioni europee del giugno 2024, oltre 530.000 preferenze personali – il risultato più alto tra i candidati italiani effettivamente eletti, superiore persino a quello di figure di lungo corso parlamentare – risultando il più votato della Lega in quattro circoscrizioni su cinque.

Un dato di questa portata merita di essere letto, ancora una volta, non come semplice episodio di colore della cronaca politica, ma come indicatore della capacità di un discorso pubblico costruito sulla restaurazione dei ruoli tradizionali di genere di tradursi, anche nell'ordinamento italiano, in legittimazione democratica diretta.

Ciò che lega, sul piano logico prima ancora che politico, il dato Ipsos qui esaminato al successo di un'operazione editoriale e politica come quella appena descritta, è la percezione – diffusa, come si è visto, soprattutto tra i più giovani – di un presente percepito come meno strutturato, meno rassicurante, meno capace di offrire un modello di riferimento chiaro rispetto a quanto si ritiene fosse offerto dal passato: una percezione che, una volta intercettata e amplificata dal discorso pubblico, può tradursi in una vera e propria domanda politica di restaurazione, capace di orientare non solo il dibattito culturale, ma le stesse scelte di voto.

5. Quando la nostalgia diventa voto: MAGA, Trump e le c.d. "tradwives"

Se i dati qui esposti restituiscono l'immagine di una generazione di giovani uomini sospesa tra il riconoscimento, sul piano cognitivo, della matrice culturale e non naturale della mascolinità un'identificazione, sul piano affettivo, ancora fortissima con le figure paterne e ancor più con quelle dei nonni, non si tratta di una contraddizione da archiviare come mera incoerenza statistica.

È, piuttosto, lo snodo da cui muove un fenomeno che attraversa, con diversa intensità, l'intero mondo occidentale, e che merita di essere letto con gli strumenti propri del diritto costituzionale, cioè non come semplice fatto di costume, ma come dinamica che produce effetti

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

sull'ordinamento giuridico, sulla composizione degli organi di garanzia e, in ultima istanza, sulla tenuta stessa dei diritti fondamentali.

Il dato, in sé, non sorprende, ancora una volta, chi abbia studiato la lunga storia della costruzione giuridica della differenza tra uomini e donne: ogni fase di accelerazione nei processi di emancipazione ha conosciuto, nella storia, una replica conservatrice, tanto più vigorosa quanto più rapido era stato il mutamento che la precedeva.

Ciò che muta, nell'esperienza più recente, è la sede in cui questa replica si manifesta: non più (o non solo) il dibattito politico-parlamentare, ma la stessa composizione e la stessa giurisprudenza degli organi di giustizia costituzionale, chiamati a tradurre in diritto vigente un orientamento culturale che la politica avrebbe altrimenti faticato a imporre con lo strumento, più trasparente e più esposto al controllo democratico, della legge.

L'esempio più nitido di questa torsione è offerto dalla vicenda *Dobbs v. Jackson Women's Health Organization* del 2022, con cui la Corte Suprema degli Stati Uniti – a seguito di un processo di nomine che negli anni della prima presidenza Trump ha condotto a una maggioranza di sei giudici su nove orientati in senso originalista – ha "travolto" quasi cinquant'anni di giurisprudenza costituzionale in materia di autodeterminazione riproduttiva, sconfessando *Roe v. Wade* (1973) e *Planned Parenthood v. Casey* (1992).

Il metodo seguito dalla maggioranza guidata dal giudice Alito è, a sua volta, indicativo: non un bilanciamento tra principi costituzionali contrapposti, secondo lo schema familiare al costituzionalismo continentale, ma un giudizio imperniato sulla ricerca di un fondamento del diritto alla *liberty* del Quattordicesimo Emendamento esclusivamente in ciò che risulti "profondamente radicato nella storia e nella tradizione" della nazione al momento della sua adozione; un metodo, l'originalismo, che una parte della dottrina statunitense ha definito, non senza fondamento, una forma di *living constitutionalism* mascherato, capace di restituire vesti di neutralità interpretativa a una scelta di valore radicalmente orientata, e di ancorare l'intero ordinamento a un'epoca anteriore al pieno riconoscimento della cittadinanza paritaria delle donne.

Non meno significativo è l'effetto immediatamente prodotto dalla decisione sul piano del riparto delle competenze: la Corte non si è li-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

mitata a negare l'esistenza di un diritto fondamentale, ma ha restituito al popolo e ai suoi rappresentanti eletti – cioè ai singoli Stati federati – l'intera materia, secondo uno schema che, nel linguaggio del nostro ordinamento, suonerebbe come una vera e propria delegificazione costituzionale del diritto alla salute riproduttiva: un meccanismo che, nei fatti, consente che la medesima libertà sia oggi riconosciuta in alcuni Stati e integralmente negata in altri, in un'eterogeneità territoriale che il costituzionalismo dei diritti fondamentali, specie nella sua declinazione europea, tende invece a respingere come incompatibile con l'eguale dignità di ogni persona, indipendentemente dal luogo di residenza.

Questa torsione istituzionale non sarebbe peraltro comprensibile, sul piano squisitamente giuridico, se non fosse letta nella sua matrice culturale e politica: qui, il dato costituzionale incrocia nuovamente quello sociologico e politico da cui si è partiti.

Una lettura recente del fenomeno ha osservato come l'uso della violenza politica da parte di Donald Trump non sia primariamente diretto a conservare il potere in sé, quanto piuttosto a impedire che siano i portatori del progresso sociale, razziale e di genere ad acquisirlo[1]: in questa prospettiva, le donne ne costituirebbero il primo, per quanto non sempre dichiarato, bersaglio, pur essendo costantemente evocate, nella retorica del movimento, come soggetti da proteggere in nome della difesa di un ordine "naturale" che il "gender" avrebbe messo in pericolo.

Il ritorno della "famiglia naturale" a categoria politica, e non più solo culturale, trova così conferma istituzionale proprio nella composizione della Corte Suprema e nella sua giurisprudenza più recente, che segna un'inversione di rotta rispetto a decenni di acquisizioni in materia di autodeterminazione femminile e che, non a caso, ha già iniziato a essere richiamata, in sede giudiziaria, anche al di fuori della materia che l'ha originata, ad esempio per sostenere restrizioni al riconoscimento giuridico delle identità di genere.

A conferma che non si tratta di una suggestione meramente teorica, ma di un fenomeno empiricamente verificabile, soccorrono i dati delle elezioni presidenziali americane del 2024: secondo l'analisi del Center for American Women and Politics (CAWP) della Rutgers

1. C. Bottici, *Trumpismo. Un mito politico*, Castelvecchi Editore, 2025.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

University, basata sull'exit poll di Edison Research, tra i giovani uomini il confronto si è invece rivelato molto più equilibrato: il 48% ha sostenuto Harris, mentre Trump ha ottenuto un consenso di poco superiore, risultando il candidato di maggioranza relativa in questo segmento senza però raggiungere la maggioranza assoluta. Il divario di genere in questa fascia d'età si è attestato a 11 punti percentuali nel 2024: un dato che, contrariamente a quanto una parte della pubblicistica pre-elettorale aveva pronosticato, segna in realtà una contrazione rispetto ai 15 punti registrati nel 2020, anziché un suo ampliamento[2].

Ugualmente, un altro fenomeno merita di essere attenzionato.

Le c.d. *tradwives* – le giovani donne che, sui social media, rivendicano con orgoglio un ritorno volontario al ruolo domestico e alla subordinazione coniugale come scelta di libertà – rappresentano il rovescio dello stesso immaginario: la costruzione discorsiva per cui l'abbandono dell'autonomia economica e professionale diventa, paradossalmente, espressione di autodeterminazione, proprio nel momento storico in cui l'ordinamento giuridico offre – almeno sulla carta – il più ampio ventaglio di alternative mai disponibile alle donne.

Anche qui, la retorica della libertà individuale si pone al servizio della restaurazione di un modello che la storia costituzionale ha imparato a riconoscere come tutt'altro che "naturale", bensì come l'esito di una costruzione sociale e giuridica precisa, sedimentata nei secoli, che torna oggi a presentarsi come scelta libera.

Significativo, in questo senso, è che la medesima area culturale che promuove il ritorno alla subordinazione coniugale arrivi a teorizzare, in alcuni dei suoi snodi più radicali, persino la cessione del voto al marito, capofamiglia designato a esprimere, in sede elettorale, la voce dell'intero nucleo familiare: una proposta che, lungi dal restare confinata a frange marginali, ha trovato eco in figure istituzionali ed esponenti mediatici di rilievo negli Stati Uniti, e che restituisce con particolare nettezza la cifra "antistorica" dell'intero fenomeno, in quanto rimette in discussione una conquista – l'autonomia della titolarità del voto in capo a ciascun individuo, indipendentemente dal vincolo coniugale –

2. Disponibili qui: *https://cawp.rutgers.edu/blog/gender-differences-2024-presidential-vote*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

che il costituzionalismo democratico ha faticosamente costruito proprio attraverso il superamento della rappresentanza familiare mediata dal capofamiglia.

In tale prospettiva, chi si occupa di questi temi non può non interrogarsi sulle condizioni materiali – economiche, culturali, educative – che rendono concretamente esercitabile, e non meramente proclamata, la libertà di autodeterminazione di cui ogni ordinamento democratico si dichiara garante.

6. "Uomini veri": un'etichetta che la maggioranza dei giovani non riconosce più

Infine, merita un'attenzione particolare un ultimo dato, il cui esito appare, a prima vista, di segno opposto rispetto alle tendenze fin qui delineate, che merita, per ciò stesso, di essere maneggiato con la cautela interpretativa che la complessità del fenomeno richiede.

Alla domanda se abbia ancora senso, oggi, parlare di "uomini veri", la maggioranza del campione complessivo (54%) risponde negativamente, contro un 40% che ritiene l'espressione ancora attuale (il restante 6% non sa rispondere).

Il rifiuto della categoria è particolarmente netto tra le ragazze (63%), mentre tra i ragazzi il quadro si presenta assai più diviso, con un perfetto pareggio tra chi reputa l'espressione ancora sensata e chi la considera superata (46% contro 46%).

È un dato che merita di essere letto in combinazione con il fattore età, che qui agisce con particolare nettezza: se tra i 16-17enni e i 18-20enni il giudizio resta relativamente equilibrato (rispettivamente 46%-48% e 48%-43% tra sì e no), tra i 21-24enni la maggioranza che respinge l'etichetta sale fino al 66%, contro appena il 31% di chi la ritiene ancora valida; un solco generazionale interno alla stessa coorte giovanile, che segnala come il superamento della categoria si rafforzi proprio con la maturazione anagrafica, in coerenza, del resto, con quanto già osservato a proposito della matrice culturale della mascolinità.

Anche il dato territoriale conferma questa lettura: è il Nord-Est – l'area che, come si è visto, attribuisce con maggiore convinzione la for-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

mazione del maschile a fattori culturali – a mostrare il rigetto più netto della formula (59%), mentre il Nord-Ovest si distingue per la quota più ampia di chi la ritiene ancora attuale (44%), pur restando quest'ultima una posizione minoritaria.

Come si è anticipato, questo dato non contraddice, a un'analisi più attenta, quanto osservato nei paragrafi precedenti a proposito della nostalgia per i modelli familiari del passato: descrive, semmai, un fenomeno diverso e per certi versi complementare. Un giovane può infatti riconoscere nel proprio padre o nel proprio nonno un modello di riferimento personale e affettivo, e al tempo stesso ritenere che la categoria astratta e generalizzante di "uomo vero" – con il suo carico di normatività universale, la sua pretesa di fissare in un'unica formula ciò che un uomo "deve" essere – non sia più adeguata a descrivere una realtà sociale che la stessa indagine, lo si è visto, riconosce come plurale e storicamente mutevole.

È, in altri termini, la differenza che corre tra l'identificazione con una persona concreta, radicata in un legame familiare specifico e irripetibile, e l'adesione a una categoria normativa astratta, pensata per valere *erga omnes*: ed è proprio questa seconda dimensione, quella della pretesa di normatività generale, a incontrare oggi le maggiori resistenze tra le nuove generazioni, anche tra quei ragazzi che pure, individualmente, continuano a guardare al passato familiare come a un orizzonte di senso.

Non è, peraltro, un caso isolato nella storia della costruzione giuridica delle categorie di genere: la crisi delle etichette generalizzanti – "uomo vero", ma si potrebbe dire lo stesso per "vera donna", "famiglia naturale", e per l'intero repertorio lessicale che pretende di ricondurre a un'unica, immutabile essenza l'esperienza concreta delle persone – è un tratto ricorrente nei momenti di trasformazione del costituzionalismo dei diritti, nei quali il diritto è chiamato a riconoscere, sotto la pressione di mutamenti sociali già in atto, ciò che la società ha da tempo cominciato a vivere come plurale, prima ancora che la dottrina giuridica e la stessa giurisprudenza costituzionale ne traggano le debite conseguenze sul piano normativo.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

7. Il diritto continua a smontare il patriarcato: una controspinta silenziosa

La persistente identificazione affettiva con i modelli familiari del passato, la nostalgia che da essa promana, la sua capacità di tradursi in domanda politica di restaurazione potrebbe indurre a una lettura eccessivamente pessimistica del presente, quasi che il processo di superamento del modello patriarcale fosse oggi in arresto, o in regresso. Una simile conclusione sarebbe, a ben guardare, affrettata: perché se è vero che la percezione diffusa tra i più giovani guarda spesso all'indietro, è altrettanto vero che il diritto non ha mai smesso di lavorare, e continua a lavorare, alla decostruzione di quello stesso modello.

Vale la pena ripercorrere, sia pure per sommi capi, alcune tappe di questo processo, perché la loro scansione temporale rivela un dato significativo: l'ordinamento italiano ha smantellato l'architettura patriarcale del proprio diritto positivo non in un unico momento costituente, ma attraverso un processo incrementale, spesso innescato proprio dalla giurisprudenza costituzionale, che ha dovuto correggere sé stessa prima ancora di correggere il legislatore.

Emblematico, in questo senso, è il caso dell'adulterio: la Corte costituzionale, con la sentenza n. 64 del 1961, non ravvisò alcuna violazione del principio di eguaglianza nella norma del codice penale che puniva l'adulterio della sola moglie; appena sette anni dopo, con la sentenza n. 126 del 1968, la stessa Corte mutò radicalmente orientamento, riconoscendo che quella discriminazione era di «grave nocumento alla concordia ed alla unità della famiglia»: un autentico cambio di punto di vista, che testimonia come anche l'organo di garanzia costituzionale non sia immune dal condizionamento del proprio tempo, ma sia al contempo capace di correggersi.

A questo intervento giurisprudenziale ha fatto seguito, nel 1975, la riforma del diritto di famiglia (l. n. 151), che ha eliminato il potere unilaterale del marito sulla residenza familiare e ha sancito la pari responsabilità di entrambi i coniugi: una riforma che ha scardinato la storica figura del capofamiglia. Solo nel 1981, poi, la legge n. 442 ha abrogato due norme che legittimavano direttamente la violenza contro le donne:

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

l'attenuante per l'omicidio o le lesioni "a causa di onore" e la causa di estinzione del reato per "matrimonio riparatore".

È stata ancora la Corte costituzionale, con la sentenza n. 561 del 1987, a tracciare la via verso il pieno riconoscimento della libertà sessuale come «uno degli essenziali modi di espressione della persona umana», tutelata dall'art. 2 Cost.: un principio che la legge n. 66 del 1996 avrebbe poi tradotto, sul piano normativo, nella riqualificazione dei reati sessuali da delitti contro la moralità pubblica a delitti contro la persona.

Anche tempi più recenti offrono testimonianza di questa stessa, costante opera di decostruzione: si pensi alla sentenza n. 286 del 2016, con cui la Corte costituzionale – sollecitata, in questo caso, dal precedente della Corte di Strasburgo nel caso *Cusan e Fazzo c. Italia* – ha dichiarato l'illegittimità costituzionale dell'automatica prevalenza del patronimico sul cognome materno, intervenendo su uno dei simboli più immediatamente visibili, perché quotidianamente pronunciato, dell'ordine patriarcale; o alla decisione *Oliari e altri c. Italia*, che ha aperto la strada al riconoscimento legislativo delle unioni civili, sottraendo al modello tradizionale della famiglia il monopolio del riconoscimento giuridico delle relazioni affettive[3].

Il filo che lega questi interventi, distanti tra loro per decenni e per materia, è quello che la nostalgia dei più giovani, descritta nei paragrafi precedenti, tende a offuscare: il modello patriarcale che essi guardano con rimpianto non era, sul piano giuridico, un modello neutro o meramente "diverso" da quello attuale, ma un modello costruito su disuguaglianze che il diritto ha riconosciuto, una dopo l'altra, come incompatibili con i principi costituzionali, e che ha impiegato decenni a disarticolare.

Che oggi una parte dei giovani uomini provi nostalgia per quella stagione non significa, dunque, che quella stagione fosse migliore: significa, piuttosto, che il lavoro paziente di smantellamento giuridico del patriarcato – lungi dall'essere percepito come una conquista da cu-

3. Sia consentito, per un approfondimento, il rinvio a M. D'Amico, B. Liberali, *Manuale di diritto delle donne*, Giuffrè, 2026.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

stodire – rischia di essere vissuto, da chi non ne ha conosciuto le ragioni storiche, come una perdita da rimpiangere.

E quindi possiamo concludere che nello scarto tra il diritto che continua a decostruire e la cultura che talora rimpiange ciò che viene decostruito si misura la sfida che attende, nei prossimi anni, tanto il legislatore quanto la società tutta.

8. Luci e ombre: cosa ci dice davvero questa ricerca

Giunti al termine di questo percorso, è possibile tentare una lettura d'insieme dei dati finora esaminati, senza tuttavia cedere alla tentazione – sempre presente, e sempre fuorviante, quando si maneggiano rilevazioni statistiche su temi di tale complessità – di ricondurli a una conclusione univoca, rassicurante nella sua semplicità, ma per ciò stesso infedele alla realtà che essi descrivono.

Questa ricerca mostra una serie di luci e di ombre che meritano di essere tenute insieme, senza che le prime cancellino le seconde, né le seconde oscurino le prime.

La luce, innanzitutto.

La grande maggioranza dei giovani italiani intervistati riconosce, con una nettezza che forse la mia generazione non avrebbe immaginato possibile, la matrice culturale e storicamente determinata della mascolinità: un'acquisizione che costituisce il presupposto stesso di ogni possibile intervento di decostruzione degli stereotipi di genere, perché solo ciò che si riconosce come costruito può essere, in linea di principio, ricostruito diversamente.

A questa consapevolezza si affianca, sia pure in modo meno lineare e più tormentato, il progressivo logoramento di una categoria normativa generalizzante come quella di "uomo vero": un'etichetta che la maggioranza dei giovani, specie tra le ragazze, non riconosce più come adeguata a descrivere la pluralità dei modi possibili di vivere la propria identità maschile.

L'ombra, tuttavia, è altrettanto netta, e non può essere sottaciuta in nome di un facile ottimismo. La stessa generazione che riconosce, sul piano cognitivo, la natura culturale della mascolinità continua a guardare, sul piano affettivo e identitario, ai modelli familiari del passato

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

con un'intensità di identificazione che la mia generazione, cresciuta nel rifiuto critico, per quanto affettuoso, dei modelli materni e nonne, non avrebbe potuto prevedere senza il concreto riscontro di questi dati.

E questa nostalgia, lo si è visto, non resta confinata alla sfera degli affetti privati: trova sponda in un discorso pubblico capace di tradurla in domanda politica di restaurazione, con effetti che si propagano fino alla composizione degli organi di giustizia costituzionale e alla tenuta stessa, nel lungo periodo, dei diritti fondamentali conquistati nel secolo scorso.

Il punto, allora, non è scegliere tra le luci e le ombre, come se si trattasse di stabilire un bilancio a somma zero da cui trarre un giudizio sommario sulle nuove generazioni di uomini. Il punto è, piuttosto, comprendere che luci e ombre convivono nello stesso soggetto, spesso nella stessa persona, e che è in questa convivenza – apparentemente contraddittoria, in realtà coerente con la complessità di ogni autentico processo di trasformazione culturale – che si gioca la partita, ancora aperta, della costruzione di nuovi modelli di mascolinità.

Una partita che non riguarda soltanto i ragazzi che hanno risposto a questa indagine, ma chiunque sia chiamato oggi a interrogarsi su come adattare – non smarrendo i principi acquisiti, ma rendendoli effettivamente comprensibili e desiderabili per chi dovrà viverli nel proprio presente – il proprio sguardo a quello dei ragazzi e ragazze: senza paternalismo, senza sconti, ma anche senza la pretesa di imporre, dall'alto di una consapevolezza già acquisita, un percorso di emancipazione che ciascuna generazione è chiamata, in ultima istanza, a ripercorrere e a reinventare per proprio conto.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Narrazioni e rappresentazioni del maschile. Specchi deformanti o espressione di potere?

Valeria Bucchetti

Sommario: 1. Il divario è un punto di partenza – 2. Fattori culturali, le immagini riflettono – 3. Ricorrenze, modelli, prototipi di maschilità – 3.1. Maschilità eroica e invulnerabile – 3.2. Maschilità e maturità di successo – 3.3. Maschilità egemonica adattiva – 4. Specchi deformanti ed espressione di potere.

1. Il divario è un punto di partenza

Questa riflessione muove da alcune evidenze che i dati ci mostrano e, in particolare, dallo scarto tra le risposte dei ragazzi e quelle delle ragazze, che risulta con grande chiarezza in alcuni passaggi, così come evidenziato anche in altri contributi. Ed è proprio questo scarto che, se osservato dal punto di vista disciplinare del design della comunicazione, ossia delle teorie e pratiche alla base degli enunciati iconici che popolano i media, permette di formulare alcune considerazioni.

Compito di queste pagine è fornire ulteriori spunti a partire dalla ricerca svolta, leggere questi dati per porsi, e porre, domande altre, per tracciare connessioni, a partire da molteplici campi disciplinari, che possano aiutare ad assumere nuove responsabilità.

Ma prima ancora di soffermarmi sulle evidenze espresse dal delta che caratterizza alcuni risultati, vorrei assumere come punto di partenza il dato che fa riferimento a una delle prime questioni poste, che misura quanto gli 'atteggiamenti dei maschi siano influenzati soprattutto da fattori culturali'. Con questa affermazione è completamente d'accordo il 61% degli intervistati, il 58% dei maschi (M) e il 64% delle femmine (F). Si tratta di una maggioranza certamente non schiacciante, ma che

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

richiede di portare l'attenzione sulla dimensione culturale che permea la società e che, in particolar modo, ci invita a concentrarci sulle forme di rappresentazione veicolate dai media le quali, sebbene siano solo una parte dell'intero sistema artefattuale, possono essere considerate dei veri e propri strumenti rivelatori sia delle visioni del mondo promosse, sia delle disuguaglianze perpetrate.

Un altro dato di rilievo a cui vorrei fare cenno è costituito dal 54% che sostiene che non abbia più senso parlare di 'uomini veri' (46% M e 63% F), dato che, come vedremo, non trova un rispecchiamento nei modelli più frequentemente rappresentati.

Se ci si concentra poi sulle domande relative alle qualità che oggi un uomo deve avere come "saper ascoltare e comprendere le altre persone", "prendersi cura di altre persone", "essere capace di perdonare", la differenza tra ciò che i maschi hanno risposto in relazione al proprio immaginario, alla propria autovalutazione e ciò che invece le ragazze ritengono che i ragazzi della loro età posseggano evidenzia uno scarto importante che varia, a seconda delle affermazioni, tra il 41% e il 35%.

Allo stesso modo, se osserviamo i dati della sezione che ha come focus come un uomo oggi gestisce le dinamiche di potere e le dinamiche sentimentali, le affermazioni pertinenti "all'uso della violenza se necessario", "riconoscere quando è il momento di fare un passo indietro e cedere", "chiedere scusa e ammettere i propri errori", "aiutare la partner nei compiti domestici senza che debba essere lei a chiederlo", fanno nuovamente emergere una differenza tra ciò che i ragazzi pensano di sé e la percezione che le coetanee hanno di loro, evidenziando uno scarto intorno al 25%, in positivo o in negativo a seconda della formulazione dell'asserzione, ma sempre rimarcando un giudizio di segno opposto da parte delle ragazze nei confronti dei loro pari.

E sono proprio queste disparità che mi hanno portato a correlare i dati, e le qualità a cui si riferiscono, all'universo della comunicazione e, in particolare, agli enunciati iconici dei quali in questi anni tanto ci siamo occupati in relazione alla prospettiva di genere, con l'obiettivo di far emergere ulteriori nessi che possano contribuire alla comprensione della realtà. La lettura dei dati, così come dei contenuti veicolati dalla formulazione delle asserzioni e i tratti della maschilità che ne emergono hanno infatti immediatamente acceso delle connessioni con un reperto-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

rio visivo raccolto nel corso del tempo, attraverso le ricerche documentali effettuate nel campo del design della comunicazione, richiamando alla memoria immagini-tipo e modelli di riferimento reiterati.

Si tratta di modelli trasmessi dalle rappresentazioni che più comunemente vengono riproposte nella sfera mediatica, e dall'advertising più specificamente, che hanno permeato la dimensione culturale all'interno della quale le giovani e i giovani intervistati sono cresciuti, che altre generazioni hanno imposto loro e mantenuto saldi attraverso la reiterazione di cliché in cui uomini e donne sono troppo frequentemente relegati a ruoli stereotipici e le cui narrazioni continuano a essere offerte come valori fondanti.

Sono dati, dunque, che, se correlati alla dimensione culturale delle immagini e al loro portato all'interno della società non possono suscitare alcuno stupore, al contrario, sarebbe stata una salienza se dalla ricerca fossero emerse risposte di segno opposto.

Si tratta quindi, ancora una volta, di rimettere al centro la sfera culturale, la cui incidenza è stata riconosciuta come determinante (61%) e di cui alcune generazioni, compreso quella di chi scrive deve assumersi, quantomeno in parte, la responsabilità. Le osservazioni e le considerazioni che è possibile fare sul campione oggetto della ricerca, non possono non tenere conto del fatto che si sta indagando una generazione che vive una dimensione socio-culturale che altri hanno costruito per loro.

Pertanto, queste riflessioni possono avere la funzione di aiutarci a comprendere derive ed errori con la finalità di intercettare e progettare correttivi e strumenti a loro supporto.

2. Fattori culturali, le immagini riflettono

Se ci caliamo in una lettura della società per mezzo della rappresentazione che le immagini ci restituiscono, non possiamo non considerare il rapporto tra cultura e comunicazione e le implicazioni che da questa relazione derivano.

Si tratta di concentrarsi su un insieme di questioni che hanno a che fare con le diverse forme di dominazione immateriale che, come è noto, sono tra le più potenti, e che agiscono sul mercato dei simboli in assenza di costrizione fisica.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Forme di dominazione che si ripercuotono sulla costruzione delle relazioni e che si sviluppano attorno a dispositivi simbolici indissociabili dalla dimensione socio-culturale veicolando forme di subordinazione indiretta, agite attraverso l'imposizione di una determinata visione del mondo, dei ruoli sociali, delle categorie cognitive e delle strutture mentali[1].

Discorso e linguaggio – in tutte le loro dimensioni semantiche – sono pilastri portanti all'interno di questo quadro[2]. In particolare, dobbiamo considerare la funzione che discorso e linguaggio rivestono all'interno dei media, in qualità di amplificatori delle convenzioni sociali, rispetto alle differenze sessuali e all'acquisizione di comportamenti e pratiche che coinvolgono i ruoli. Essi esercitano la loro azione quotidiana attraverso la reiterazione di modelli che contribuiscono a perpetrare discriminazioni che penalizzano le donne attraverso rappresentazioni distorte, oggettificate, stereotipiche, cristallizzate in base a ruoli convenzionali e costrittivi, nelle loro molteplici forme[3] e che passano attraverso l'affermazione di forme omologate di maschilità che si fanno espressione di normatività.

Se da un lato l'esigenza di interpretare la realtà, di attribuire senso all'esperienza, di ordinarla e organizzarla cognitivamente, porta gli individui a essere costantemente immersi in una dimensione profondamente culturale, che definisce gli schemi di categorizzazione necessari per classificare il mondo e l'alterità[4] dall'altro queste stesse forme di ordinamento della realtà vincolano i soggetti in incasellamenti seman-

1. P. Bourdieu*, La domination masculine*, Seuil, 1998; trad. it. *Il dominio maschile*, Feltrinelli, 1998.

2. E. Federici, V. Leonardi (eds.), *Bridging the Gap between Theory and Practice in Translation and Gender Studies*, Cambridge Scholars Publishing, 2013.

3. In questo si vedano V. Bucchetti, *Modelli quotidiani, stereotipi diffusi. Parametri progettuali e insidie silenziose*, in G. Baule, V. Bucchetti (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, FrancoAngeli, 2012, pp. 79-93; V. Bucchetti, *Rappresentazioni mediatiche, tra androcentrismo e alterità*, in S. Zingale (a cura di), *Design e alterità. Conoscere l'Altro, pensare il possibile*, FrancoAngeli, 2022.

4. S. Zingale (a cura di), *Design e alterità. Conoscere l'Altro, pensare il possibile*, FrancoAngeli, 2022.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ticamente prestabiliti, in un *continuum di senso già dato*[5]. Allo stesso tempo, esse bloccano i soggetti in una griglia che li influenza, li determina, e che esercita le proprie ricadute sulla costruzione delle relazioni all'interno di una dinamica di intersoggettivà[6] in costante ricerca di equilibrio.

È in questa prospettiva che il paesaggio comunicativo gioca un ruolo cruciale; circondando e impregnando di sé il contesto quotidiano, esso diventa costanza comunicativa, ininterrotto atto di formazione inavvertita, di assimilazione passiva, di involontaria introiezione. Cioè, costituisce uno degli elementi cardine che potenzia l'inerzia di pensiero[7]. Lo stato di inquinamento che ha investito la semiosfera[8] non solo si caratterizza per la forte concentrazione di stereotipi e per l'alta frequenza nella loro veicolazione, non è dunque dovuto solamente al tipo di agenti messi in circolo, ma si manifesta attraverso la quantità e pervasività del fenomeno e la costante ricaduta percettiva che ne deriva[9].

In ragione di queste considerazioni dobbiamo leggere la relazione tra universo delle immagini e dati emersi dalla ricerca come una chiave interpretativa che può contribuire alla riflessione. Le immagini prodotte e veicolate in un circuito come quello pubblicitario[10] si trasformano

5. A. Cambianica, *La risignificazione delle pratiche di genere nel medium pubblicitario*, in *DigitCult*, vol. 8, n. 1, 2023, p. 43.

6. P. Violi, *Beyond the Body: Towards a Full Embodied Semiosis*, in R. Franck, R. Dirven et al. (eds.), *Body, Language and Mind. Volume 2: Sociocultural Situatedness*, Mouton de Gruyter, 2008, p. 261.

7. C. Criado Perez, *Invisible Women: Exposing Data Bias in a World Designed for Men, Vintage Publishing*, 2019; trad. it. *Invisibili. Come il nostro mondo ignora le donne in ogni campo. Dati alla mano*, Einaudi, 2020.

8. U. Volli, *Apologia del silenzio imperfetto. Cinque riflessioni intorno alla filosofia del linguaggio*, Feltrinelli, 1991. Nello stesso senso V. Bucchetti, *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere*, FrancoAngeli, 2021.

9. Sul punto si vedano G. Baule, V. Bucchetti (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, FrancoAngeli, 2012; N. Mirzoeff, *Come vedere il mondo. Un'introduzione alle immagini: dall'autoritratto al selfie, dalle mappe ai film (e altro ancora)*, Johan & Levi Editore, 2017.

10. E. Goffman, *Gender Advertisements*, Harper & Row Publishers, 1987. Si vedano anche G. Baule, V. Bucchetti (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progetta-*

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

dunque in una fonte documentale attraverso la quale è possibile compiere un'osservazione circa le relazioni tra donne e uomini, in cui il genere diviene un asse descrittivo privilegiato, una categoria analitica fondamentale (Decataldo e Ruspini, 2014) attraverso la quale riflettere sul potere delle immagini, sul panorama simbolico entro il quale costruiamo le nostre identità e, non ultimo, sul design della comunicazione come pratica di amplificazione dei fenomeni o di resistenza a essi.

Si tratta di un territorio, quello pubblicitario, considerato uno degli ambiti di maggiore densità entro il quale si sviluppano soluzioni più fortemente ed esplicitamente penalizzanti per la crescita di una società egualitaria, tale da essere divenuto, in passato, oggetto di documenti di indirizzo politico da parte dell'Unione Europea[11] per contrastarne gli effetti.

Le immagini, raccolte e catalogate all'interno di questo perimetro, si fanno anche materia di studio, si dispongono allo sguardo permettendoci di osservare e comprendere.

Sappiamo quanto siano poderose la produzione e la diffusione di immagini che rappresentano la donna con modalità, finalità o in contesti distorcenti, immagini che ne mortificano la dignità, a cui si affiancano immagini di uomini rappresentati secondo i canoni di una 'mascolinità' dominante con tutte le proprie ambiguità[12].

Immagini che ostacolano, attraverso il loro potere, la crescita di una società paritaria. Sappiamo anche quanto l'affermazione di una cultura della parità sia strettamente connessa al mondo della rappresentazione che andiamo a costruire, al mondo delle immagini che quotidianamen-

re per la comunicazione di genere, FrancoAngeli, 2012 e M. Nadotti, *Necrologhi. Pamphlet sull'arte di consumare*, il Saggiatore, 2015.

11. Si v. la Risoluzione del Parlamento europeo del 3 settembre 2008 sull'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne e uomini (2008/2038(INI)). Risoluzione del 2008 e da quella successiva del 2018); la Risoluzione del Parlamento europeo del 12 marzo 2013 sull'eliminazione degli stereotipi di genere nell'Unione europea (2012/2116(INI)), documento strategico che impegna gli Stati membri a combattere i ruoli di genere tradizionali, inclusi quelli veicolati dai mezzi di comunicazione e dalla pubblicità.

12. G. Albert, G. Carluccio, G. Muggeo (a cura di), *Ciao maschio. Politiche di rappresentazione del corpo maschile nel Novecento*, Rosenberg & Sellier, 2020.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

te produciamo e come la comunicazione rifletta le disuguaglianze di genere attraverso la diffusione di stereotipi che, al contempo, essa stessa contribuisce a rafforzare.

Immagini e rappresentazioni comuni e ipersemplificate della realtà influenzano il pensiero collettivo riempiendo così di specifici contenuti le convinzioni e le idee di un determinato gruppo sociale rispetto a uomini e donne e rapporti tra essi[13].

Diventa, quindi, irrinunciabile far emergere gli elementi costitutivi di una memoria visiva di cui si nutrono tanto la nostra cultura quanto la nostra quotidianità; cogliere «la persistenza di motivi iconografici nella memoria culturale collettiva – brandelli tuttora vitali di esperienze sepolte nel tempo»[14], che si ripropongono con carattere di ricorrenza e con modalità inalterate nelle situazioni spazio-temporali più diverse.

Ciò che viene osservato è il modo in cui l'intenzione comunicativa (e dunque il design della comunicazione), tramite gli enunciati iconici, modella la realtà sociale creando o il rafforzando vincoli sociali normativi taciti[15].

Attraverso la sintesi progettuale i contenuti vengono 'messi in figura' e resi disponibili: il design della comunicazione 'dà forma' ai contenuti, agisce sui contenuti stessi e sulle loro modalità di rappresentazione, così come sul contesto comunicativo all'interno del quale essi sono veicolati. Un contesto e un sistema comunicativo orientati e orientanti poiché, come osserva Hans Belting[16], esiste una relazione tra le immagini legate al proprio tempo e l'autorità data loro dalla coscienza collettiva.

Fornendo immagini, frammenti di immagini, elementi iconici, i media esercitano un'influenza nel percorso di comprensione del ruolo che il singolo individuo ha nella società e nella determinazione di un universo estetico ed etico, trasferendo implicitamente questioni profonde: "Cosa mi piace di me e degli altri? Quali sono i diritti e i doveri come

13. A. Decataldo, E. Ruspini, *La ricerca di genere*, Carocci, 2014, pp. 17 ss.

14. M. Vitta, *Il sistema delle immagini. Estetica della rappresentazione quotidiana*, Liguori, 1999, p. 67.

15. V. Bucchetti, *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere*, FrancoAngeli, 2021.

16. H. Belting, *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*, Wilhelm Fink Verlag, 2001; trad. it. *Antropologia delle immagini*, Carocci, 2011.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

maschio o come femmina? In base a cosa mi sento intelligente, o abile, o bello/a?" E, per quanto riguarda l'indagine condotta, quanto è appropriato, rispetto ai vincoli sociali normativi taciti, saper chiedere scusa e ammettere i propri errori o riconoscere quando è il momento di fare un passo indietro e cedere?

Ciò che viene richiamato è dunque il piano, come direbbe Floch[17], delle relazioni tra i valori riprodotti dalle immagini e i valori prodotti da queste le quali troppo frequentemente – agendo sottosoglia – generano forme di svalorizzazione, di umiliazione, di invisibilità, di disprezzo nei confronti delle donne e di esaltazione, di eroismo, di invulnerabilità negli uomini.

Le immagini non sono un segno tra gli altri, ma hanno un potere specifico[18], quello di far vedere, di mettere in scena forme, spazi, corpi, che vengono così offerti allo sguardo, richiamando tre istanze indissociabili: il visibile, l'invisibile e lo sguardo che li mette in relazione. E in questa strana logica del "terzo incluso" è la visione ricreata, o riprodotta da ciascuna immagine, a interessarci.

3. Ricorrenze, modelli, prototipi di maschilità

Le rappresentazioni della maschilità e della femminilità (peraltro intese comunemente secondo canoni binari ed eterosessuali) si propongono come luogo per la ricerca delle forme visuali che abitano la semiosfera, degli enunciati iconici che giocano un ruolo cruciale nella costruzione della rappresentazione sociale.

Sono le immagini, attraverso la loro costruzione[19], a rinforzare il circolo vizioso che alimenta l'inerzia di pensiero[20] e, se analizzate e decostruite, esse evidenziano aspetti utili a comprendere le ragioni di alcuni

17. J.M. Floch, *Forme dell'impronta. Cinque fotografie di Brandt, Cartier-Bresson, Doisneau, Stieglitz, Strand*, Meltemi, 2018.

18. M.J. Mondzain, *L'image peut-elle tuer?*, Bayard Éditions, 2015.

19. Si intendono le scelte sul piano compositivo e retorico in base alle quali si indirizzano gli effetti di senso.

20. V. Bucchetti, F. Casnati, *Tracce di iper-in-visibilità. Rappresentazione e disparità di genere: uno sguardo sulla quotidianità*, FrancoAngeli, 2022.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

dati che emergono dalla ricerca. In particolare, quelli riferiti al delta emerso dal confronto tra le risposte M e F.

Secondo la logica del "terzo incluso", a cui si è fatto cenno, è interessante soffermarci sulla visione ricreata, o riprodotta da ciascuna immagine ponendola in relazione ai modelli di maschilità che ne derivano.

In questo contesto e con questa prospettiva ci si concentra su alcune immagini pubblicitarie alle quali si deve riconoscere in primis il carattere seduttivo della pratica pubblicitaria, arrivando a smascherare proprio quegli «spazi di produzione e ricezione dei significati culturali»[21] in cui gli individui sono immersi e da cui sono costantemente definiti.

Il focus, in questo caso, è posto sull'immagine fotografica, come 'semilavorato' di un annuncio pubblicitario, sul suo portato semantico[22], ossia sul valore connotativo del messaggio iconico, Si tratta di un approccio, radicato in letteratura, che ha visto nel corso degli ultimi anni numerosi studi sviluppati in quel campo disciplinare che interseca design della comunicazione e gender culture; studi che si sono concentrati sul potere narrativo e discriminatorio e che hanno analizzato un ampio spettro di immagini, dai repertori presenti negli archivi di immagini stock, a quelli che connotano gli artefatti comunicativi destinati all'infanzia, sino alle immagini patinate che caratterizzano i codici espressivi dei film horror[23].

In queta prospettiva ho scelto di selezionare tre immagini, tre narrazioni che ritengo particolarmente esplicative del fenomeno in esame. Tre ritratti di uomini di età differenti (giovane uomo, uomo adulto e maturo) protagonisti di altrettanti messaggi pubblicitari veicolati negli ultimi 18 mesi che ci permettono un affondo sulle forme di rappresentazione del maschio consentendoci di ragionare sui modelli del ma-

21. C. Demaria, *Teorie di genere. Femminismi e semiotica*, Bompiani, 2019, p. 280.

22. J.M. Floch, *Forme dell'impronta. Cinque fotografie di Brandt, Cartier-Bresson, Doisneau, Stieglitz, Strand*, cit.; L. Zoja, *Vedere il vero e il falso*, Einaudi, 2018; D. Levi Strauss, *Perché crediamo alle immagini fotografiche*, Johan & Levi, 2021.

23. Si fa riferimento al lavoro di ricerca di Matteo Tammaro *Violenze patinate. Quando l'estetica occulta la violenza: il caso dei film horror*, lavoro confluito nella sua tesi di laurea magistrale in Design della comunicazione, Politecnico di Milano (a.a. 2020-2021).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

schile, e di portarne in superficie le ambiguità analizzando alcune delle modalità attraverso le quali si costruisce l'identità.

Tre narrazioni che ci aiutano a riflettere sui modelli di maschilità e sugli elementi figurali e simbolici che li determinano, così come sui meccanismi di riproduzione sociale della mascolinità e sul ruolo dei modelli egemonici come facilitatori dei meccanismi di identificazione[24].

3.1. Maschilità eroica e invulnerabile

La campagna del 2025 di un noto marchio di biancheria intima maschile sceglie di comunicare attraverso un'immagine che propone un uomo in mutande che avanza con fare sicuro venendo incontro all'osservatore mentre si lascia alle spalle un'esplosione di fuoco.

L'immagine propone un modello di maschilità eroica e invulnerabile, costruito attraverso un linguaggio visivo che richiama l'action movie e il mito dell'uomo capace di dominare il pericolo senza esserne minimamente toccato. Si tratta di una maschilità che combina forza fisica e sicurezza di sé (il corpo è atletico, esposto e mostrato come elemento centrale della comunicazione), controllo emotivo (il volto appare calmo e impassibile nonostante l'esplosione alle spalle), invulnerabilità (l'uomo attraversa una situazione estrema senza riportare conseguenze visibili). Ma anche autonomia individuale (è rappresentato da solo, senza relazioni o supporti esterni) e virilità (la postura sicura e l'atteggiamento deciso) richiamando codici iconografici storicamente associati al maschile.

Una rappresentazione che, nel suo complesso, si rifà alla maschilità egemonica, fondata su forza, autocontrollo, coraggio e dominio della situazione.

L'uomo cammina in avanti con passo deciso, lo sguardo è rivolto verso chi fruisce l'immagine, comunica sicurezza, controllo e padronanza dello spazio, non c'è traccia di paura rispetto al pericolo, stato d'animo espresso da un atteggiamento leggermente compiaciuto o distaccato. L'espressione rafforza l'idea che l'uomo sia superiore agli

24. G. Albert, G. Carluccio, G. Muggeo (a cura di), *Ciao maschio. Politiche di rappresentazione del corpo maschile nel Novecento*, cit.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

eventi che lo circondano. La centralità compositiva – la sua figura è posta sull'asse verticale della composizione – trasforma il soggetto in un vero e proprio eroe. E il tutto crea un paradosso comunicativo: il corpo esposto diventa prova della sua superiorità. Il fuoco, tradizionalmente associato a energia, potenza, aggressività, trasformazione, qui diventa un'estensione simbolica della forza maschile: un 'vero uomo' mantiene il controllo anche nelle situazioni più estreme. Dal punto di vista semiotico, il messaggio nasce dall'opposizione tra caos (esplosione) e controllo (uomo): il protagonista diventa il punto stabile attorno a cui tutto il resto esplode, incarnando un ideale di maschilità forte, autonoma e imperturbabile.

3.2. Maschilità e maturità di successo

Un uomo brizzolato, dall'abbigliamento elegante ma informale è ritratto mentre sta uscendo da un edificio di prestigio; in una mano ha una borsa da viaggio, nell'altra un paio di occhiali che trattiene in un gesto che suggerisce l'istantaneità della situazione, come se fosse stato ripreso un attimo prima di indossarli. Si tratta dell'immagine di una campagna per una marca di abbigliamento sportivo, in cui emerge un altro modello di maschilità rispetto a quello precedentemente descritto: non più l'eroe invulnerabile dell'azione, ma una maschilità matura, raffinata, ad alto capitale sociale, fondata sul prestigio, sul controllo di sé, sul successo. L'uomo rappresentato incarna una figura che potremmo definire affermata che rimanda al mondo manageriale o professionale, una maschilità della maturità di successo. Il valore centrale non è la forza fisica ma la distinzione sociale. La sua autorevolezza deriva dalla posizione, dal gusto e dall'esperienza. La maschilità non è, in questo caso, associata alla giovinezza o alla prestanza atletica, ma alla maturità. Il soggetto cammina con naturalezza e sicurezza, il suo portamento è eretto ma non aggressivo, i suoi gesti suggeriscono controllo e disinvoltura. La postura comunica autorevolezza senza bisogno di ostentazione. Lo sguardo è rivolto verso l'esterno dell'immagine e il non cercare il contatto diretto con l'osservatore produce un effetto di autonomia: sembra avere uno scopo, una direzione ben definiti. Ogni

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

elemento, dall'abbigliamento agli accessori, segnala competenza, gusto e disponibilità economica. Il bagaglio non è un bagaglio funzionale, ma un accessorio di status. Gli occhiali, pur non indossati, diventano segno di competenza, intelligenza, discernimento, sono un simbolo culturale più che funzionale.

Qui l'opposizione principale è uomo/prestigio. L'ambiente, gli oggetti e l'abbigliamento funzionano come segni di un'identità maschile definita dal successo e dalla rispettabilità. L'immagine traduce un messaggio che potrebbe essere così sintetizzato: un 'vero uomo' non si definisce più attraverso la forza, ma attraverso il successo, l'esperienza e il controllo della propria immagine. Non deve dimostrare la propria forza poiché la sua posizione sociale viene riconosciuta e legittimata dai simboli che lo circondano.

Si tratta di una rappresentazione molto diffusa nella comunicazione contemporanea in alcuni settori merceologici: una maschilità egemonica aggiornata, meno centrata sull'aggressività fisica e più sul capitale economico, culturale e simbolico. L'uomo ideale non è il guerriero che sopravvive all'esplosione, ma il professionista affermato che si muove con naturalezza negli spazi del privilegio e del prestigio.

3.3. Maschilità egemonica adattiva

La terza immagine a cui mi riferisco mostra un giovane uomo, un ragazzo – in giacca e camicia, *sneakers* e zainetto – ritratto con in testa una corona di alloro, elemento simbolico che testimonia l'avvenuta discussione della tesi di laurea che, come noto, rimanda alla gloria, al merito, al successo accademico, al raggiungimento di un traguardo e, dunque, al riconoscimento pubblico.

La posa scelta per il giovane, raffigurato sorridente, lo vede con le gambe allungate e i piedi in primo piano idealmente appoggiati su un supporto, la schiena leggermente inclinata all'indietro, il braccio piegato, gomito in su e mano dietro la testa.

Si tratta di uno dei soggetti della campagna di comunicazione veicolata da una scuola di design per promuovere i propri corsi; attraverso di essa viene introdotto un modello di maschilità ancora differente ri-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

spetto ai precedenti. Qui non troviamo né il guerriero, né il manager, all'apparenza, siamo di fronte a una forma di maschilità che potrebbe essere definita post-tradizionale, tipica della comunicazione rivolta alle generazioni più giovani. E, sebbene la rappresentazione sembri avvicinarsi a una maschilità giovane, informale e autoironica, costruita intorno all'espressività individuale e alla libertà di essere sé stessi, il modello che emerge è quello di una *maschilità egemonica adattiva*[25].

Da un lato il volto del soggetto esprime una soddisfazione che nasce dall'esperienza personale (il presunto risultato raggiunto), dall'altro la postura è rivelatrice. Essa è particolarmente interessante; il corpo si espande nella composizione. Secondo la prossemica, l'azione, espressa in questo caso attraverso la combinazione di schiena appoggiata all'indietro, gambe protese verso l'osservatore e accentuate dall'effetto prospettico, corrisponde a una forma di occupazione ampia dello spazio, un comportamento che rimanda a territorialità e superiorità attraverso le quali il corpo comunica potere. Il percorso formativo – presumibilmente esperito dal giovane – viene trasformato in autorealizzazione, sicurezza, legittimazione sociale, autostima, senso di controllo e autocompiacimento. È una postura che segnala un modo di essere 'padrone della situazione'.

Non è un caso che questa stessa postura ricorra nelle raffigurazioni di figure maschili di tipo manageriale. È sufficiente consultare le banche immagini o effettuare in rete una ricerca per immagini per constatare come i pattern figurali ricorrenti – piedi sulla scrivania, schiena all'indietro che poggia sullo schienale della sedia, mani incrociate dietro alla testa – veicolino un segno di sicurezza interiore che incide sulla costruzione dell'immaginario maschile.

Se poi confrontiamo quanto descritto con la declinazione della campagna a un altro soggetto che vede rappresentata invece una ragazza possiamo isolare ulteriori elementi utili alla riflessione. Il manifesto ritrae frontalmente una giovane che si mostra immobile, braccia lungo il corpo, intenta a reggere sul capo una pila di libri, sguardo all'insù rivolto al carico, intenta a verificarne l'equilibrio. Attraverso il linguaggio del corpo dei due giovani vengono, di fatto, ribaditi due modelli di soggettività e di

25. Espressione mutuata a partire dal lavoro di O. Giolo, *Conclusioni. Il patriarcato adattivo e la soggettività politica delle donne*, in O. Giolo, L. Re (a cura di), *La soggettività politica delle donne. Proposte per un lessico critico*, Aracne, 2014.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

genere non solamente molto diversi tra loro, ma anche fortemente ancorati a due visioni stereotipiche. Se da un lato la figura maschile, attraverso la postura, comunica autorealizzazione, sicurezza, legittimazione sociale, dall'altro quella femminile – raffigurata con un piano medio (o mezza figura) attraverso il linguaggio del corpo che appare frontalmente composto, contenuto e statico (la ragazza mantiene le spalle raccolte, non occupa lo spazio, tiene le braccia fuori scena, non mostra gesti ampi) – comunica concentrazione, equilibrio, controllo. Il suo sguardo verso l'alto rivolto ai libri, guardingo e preoccupato, esprime la necessità di monitorare quanto si sta facendo, poiché l'equilibrio è precario e il tutto potrebbe crollare.

Se la narrazione che riguarda il ragazzo è incentrata su un premio già ottenuto, su di un traguardo raggiunto, quella che vede protagonista la ragazza ha a che fare con il processo che richiede scrupolosità, disciplina, impegno.

Queste due immagini sembrano riprodurre una distinzione molto frequente nella comunicazione visiva contemporanea. L'uomo viene associato a libertà, spontaneità, esperienza, conquista, affermazione, mentre la donna ad applicazione, precisione, responsabilità, disciplina. L'immagine femminile veicola un profilo che deve scrupolosamente impegnarsi sotto il costante avvertimento di una spada di Damocle, rispetto a una maschile che costruisce invece il proprio significato attraverso l'idea di espansione, il giovane appare come colui che ha conquistato il successo e ora può rilassarsi.

4. Specchi deformanti ed espressione di potere

Se consideriamo i tre casi trattati, emerge un quadro interessante della pubblicità maschile contemporanea: la maschilità non viene più rappresentata attraverso un unico modello dominante, ma attraverso diverse figure ideali – l'eroe, il professionista, il giovane realizzato – che condividono comunque alcuni elementi: sicurezza di sé, autonomia, riconoscimento sociale. Ciò che cambia è il modo in cui questi valori vengono resi visibili e culturalmente desiderabili.

Ragionare sui modelli del maschile, come abbiamo detto, significa anche portarne in superficie le ambiguità e analizzare le diverse modalità attraverso le quali si costruisce l'identità.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Se da un lato alcune narrazioni, come quella veicolata da una pubblicità di quasi mezzo secolo fa – "Per l'uomo che non deve chiedere mai"[26] –, sembrano appartenere definitivamente al passato, dall'altro il denominatore comune che emerge dai casi analizzati vede come costante un uomo vincente che ha una posizione di forza e di potere, sebbene espressa attraverso declinazioni, sfumature e contesti differenti. L'eroismo che con freddezza ti fa attraversare il pericolo, il protagonismo nei piccoli gesti quotidiani, la libertà di abitare lo spazio poiché padroni della situazione traducono e testimoniano delle costanti nei meccanismi di riproduzione sociale della maschilità.

Nulla osta il fatto che i tre protagonisti descritti possano sapere anche "ascoltare e comprendere le altre persone", "chiedere scusa e ammettere i propri errori", "prendersi cura di altre persone" o "essere capaci di perdonare", ma se consideriamo il linguaggio e, nel nostro caso, il linguaggio iconico in particolare, come tecnologia sociale costruita collettivamente per l'*istruzione dell'immaginazione*[27] ci accorgiamo del ruolo chiave giocato dall'universo visuale che ci circonda. Le immagini non trasferiscono unicamente contenuti da una mente all'altra, ma danno istruzioni affinché il destinatario costruisca nella propria immaginazione la sua versione mentale dell'esperienza che vogliamo comunicare. Quindi siamo di fronte a una tecnologia sociale che richiede e presuppone che esista una società fatta di rapporti sociali, di complessità, di problemi a cui una tecnologia risponde.

Le immagini guidano così i nostri processi immaginativi, e il contesto è parte integrante del nostro sistema di istruzioni. Quindi il linguaggio iconico può essere letto come tecnologia costruita socialmente per l'istruzione dell'immaginazione. Non un trasferimento di dati ma una co-costruzione mentale. Siamo cioè di fronte a un fenomeno culturalmente costruito, negoziato tra gli individui in base ai propri quadri di riferimento. Le qualità delle tre immagini descritte esprimono dunque la volontà di attivare nell'immaginazione dell'interlocutore un modello di maschilità in cui i valori, oggetto della nostra osservazione e isolati

26. Si fa riferimento allo spot degli anni Ottanta del prodotto Denim After Shave.

27. D. Dor, *The Instruction of Imagination: Language as a Social Communication Technology*, Oxford University Press, 2015.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

dall'indagine condotta, riferiti a quel delta tra M e F da cui si è sviluppato il ragionamento, non sembrano essere contemplati, poiché a essi non è mai presente alcun rimando.

Come qualsivoglia altra categorizzazione che dà luogo a significazione, le immagini sono nutrite e regolate da ciò che «Foucault chiamava i *dispositivi di potere e di sapere*, vale a dire dall'insieme di tecniche discorsive e di strategie in grado di controllare i soggetti di una collettività»[28]. Si tratta, come scrive la semiologa Lorusso[29] di quei *dispositivi sovra-personali* che modellano appartenenze, identità e prassi, «che narrano e definiscono gli individui, che plasmano e uniformano il gruppo sociale, contribuendo alla costruzione dell'identità di genere, oltreché della soggettività individuale tutta»[30].

In questa prospettiva la cristallizzazione delle narrazioni intorno a modelli che insistono su un unico piano, su alcuni valori riferiti a potenza, successo e potere, alimenta in un'unica direzione l'istruzione dell'immaginazione e la conseguente costruzione collettiva. Se le immagini sono il frutto di una co-costruzione mentale e con esse siamo di fronte a un fenomeno culturalmente negoziato, possiamo ipotizzare che le ragazze abbiano rotto il patto di complicità simbolica. Hanno, cioè, iniziato a rifiutare e a opporsi alle 'istruzioni' che le immagini, che le ritraggono secondo narrazioni sessualizzate, degradanti e oggettificanti, propongono loro, facendo loro assumere nuove lenti attraverso le quali osservare i loro pari.

I ragazzi, invece, sembrano essere ancora lontani dal mettere in atto una reazione. Le narrazioni che li coinvolgono, sebbene possano essere lette come deformanti, parziali e condizionanti, magnificano valori riconducibili a posizioni di privilegio e potere ai quali è difficile, anche solo parzialmente, rinunciare.

28. A. Cambianica, *La risignificazione delle pratiche di genere nel medium pubblicitario*, in *DigitCult*, vol. 8, n. 1, 2023, p. 43.

29. A.M. Lorusso, *Per una semiotica delle soggettività collettive*, in *RIFL – Rivista italiana di Filosofia del linguaggio*, n. 1, 2018, p. 90. Testo disponibile al sito: *http://www.rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/519*.

30. A. Cambianica, *La risignificazione delle pratiche di genere nel medium pubblicitario*, in *DigitCult*, vol. 8, n. 1, 2023, pp. 41-57.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

In questo processo per la decostruzione del legame tra mascolinità e potere, la reiterazione dei modelli che si fa norma attraverso gli enunciati iconici non sembra quindi riuscire a esprimere il potenziale di sovversione che Butler riconosceva alla norma stessa. E se, attraverso questo accesso all'ordine simbolico e alla subordinazione alla norma, le ragazze sembrano aver acquisito paradossalmente anche *agency*, i loro coetanei appaiono invece lontani dalla possibilità di intercettare quel potenziale di sovversione, rimanendo ancorati a modelli di maschilità e di potere stabilizzati nel tempo.

Riferimenti bibliografici

Albert G., Carluccio, G., Muggeo, G. (a cura di), *Ciao maschio. Politiche di rappresentazione del corpo maschile nel Novecento*, Rosenberg & Sellier, 2020.

Baule G., Bucchetti V. (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, FrancoAngeli, 2012.

Belting H., *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*, Wilhelm Fink Verlag, 2001; trad. it. *Antropologia delle immagini*, Carocci, 2011.

Bourdieu P*., La domination masculine*, Seuil, 1998; trad. it. *Il dominio maschile*, Feltrinelli, 1998.

Bucchetti V., *Rappresentazioni mediatiche, tra androcentrismo e alterità*, in S. Zingale (a cura di), *Design e alterità. Conoscere l'Altro, pensare il possibile*, FrancoAngeli, 2022.

Bucchetti V., *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere*, FrancoAngeli, 2021.

Bucchetti V., *Modelli quotidiani, stereotipi diffusi. Parametri progettuali e insidie silenziose*, in G. Baule, V. Bucchetti (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, FrancoAngeli, 2012, pp. 79-93.

Bucchetti V., Casnati F., *Tracce di iper-in-visibilità. Rappresentazione e disparità di genere: uno sguardo sulla quotidianità*, FrancoAngeli, 2022.

Butler J., *The Psychic Life of Power: Theories in Subjection*, Stanford University Press, 1997.

Cambianica A., *La risignificazione delle pratiche di genere nel medium pubblicitario*, in *DigitCult*, vol. 8, n. 1, 2023, pp. 41-57.

Criado Perez C., *Invisible Women: Exposing Data Bias in a World Designed for Men, Vintage Publishing*, 2019; trad. it. *Invisibili. Come il nostro mondo ignora le donne in ogni campo. Dati alla mano*, Einaudi, 2020.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Decataldo A., Ruspini E., *La ricerca di genere*, Carocci, 2014.
Demaria C., *Teorie di genere. Femminismi e semiotica*, Bompiani, 2019.
Dor D., *The Instruction of Imagination: Language as a Social Communication Technology*, Oxford University Press, 2015.
Federici E., Leonardi V. (eds.), *Bridging the Gap between Theory and Practice in Translation and Gender Studies*, Cambridge Scholars Publishing, 2013.
Floch J.M., *Forme dell'impronta. Cinque fotografie di Brandt, Cartier-Bresson, Doisneau, Stieglitz, Strand*, Meltemi, 2018.
Giolo O., *Conclusioni. Il patriarcato adattivo e la soggettività politica delle donne*, in O. Giolo, L. Re (a cura di), *La soggettività politica delle donne. Proposte per un lessico critico*, Aracne, 2014, pp. 203-219.
Goffman E., *Gender Advertisements*, Harper & Row Publishers, 1987.
Koronakou M., *Rappresentazione maschile e femminile nella pubblicità: Un caso di studio delle campagne di Dolce & Gabbana*, Edizioni Sapienza, 2024.
Levi Strauss D., *Perché crediamo alle immagini fotografiche*, Johan & Levi, 2021.
Lorusso A.M., *Per una semiotica delle soggettività collettive*, in *RIFL – Rivista italiana di Filosofia del linguaggio*, n. 1, 2018, testo disponibile al sito: *http://www.rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/519*.
Mirzoeff N., *Come vedere il mondo. Un'introduzione alle immagini: dall'autoritratto al selfie, dalle mappe ai film (e altro ancora)*, Johan & Levi Editore, 2017.
Mondzain M.J., *L'image peut-elle tuer?,* Bayard Éditions, 2015.
Nadotti M., *Necrologhi. Pamphlet sull'arte di consumare*, il Saggiatore, 2015.
Violi P., *Beyond the Body: Towards a Full Embodied Semiosis*, in R. Franck, R. Dirven *et al.* (eds.), *Body, Language and Mind. Volume 2: Sociocultural Situatedness*, Mouton de Gruyter, 2008.
Vitta M., *Il sistema delle immagini. Estetica della rappresentazione quotidiana*, Liguori, 1999.
Volli U., *Apologia del silenzio imperfetto. Cinque riflessioni intorno alla filosofia del linguaggio*, Feltrinelli, 1991.
Zingale S. (a cura di), *Design e alterità. Conoscere l'Altro, pensare il possibile*, FrancoAngeli, 2022.
Zoja L., *Vedere il vero e il falso*, Einaudi, 2018.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Nuovi paradigmi del maschile? La fatica del fare esperienza di sé stessi – Note di fenomenologia sociale

Francesca De Vecchi

Sommario: 1. Introduzione – 2. Uomini veri e veri uomini – 3. Indipendenza e e adultità – 4. Nostalgia dei paradigmi di uomo del passato – il deficit di autorità epistemica e discorsiva delle donne – 5. Potere telico e identità personale: il maschile come ideale da soddisfare.

1. Introduzione

L'interesse dei dati che emergono dal questionario *I giovani e i nuovi modelli maschili*[1], somministrato a ragazzi e ragazze e a giovani donne e giovani uomini tra i 16 e i 24 anni in Italia, risiede soprattutto nello scarto di genere tra le risposte delle ragazze-giovani donne e quelle dei ragazzi-giovani uomini, e nello scarto tra l'immaginario comune a entrambi i generi e l'esperienza da un lato dei ragazzi-giovani uomini nei confronti di loro stessi e dall'altro delle ragazze-giovani donne in relazione ai ragazzi-giovani uomini[2]. Ne risulta un quadro molto complesso e dinamico rispetto al quale uno dei problemi maggiori mi sembra risie-

1. I dati citati nel mio intervento sono tratti da *I giovani e i nuovi modelli maschili* – Ipsos, Centro di ricerca interuniversitario «Culture di genere» e *Corriere della Sera*, 12 settembre 2025, Triennale di Milano. Nel mio intervento mi riferirò anche a dati della versione più ampia del medesimo questionario: *Nuovi modelli di mascolinità*, 25 luglio 2025. La versione integrale dei dati, è disponibile al QR code di cui in premessa al volume.

2. Sulla questione dello *scarto* si veda nel presente volume il contributo di Mauro Ferraresi.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

da nella difficoltà dei ragazzi e dei giovani uomini a fare esperienza di sé stessi – a sentirsi, a capire chi si vorrebbe essere e quindi a costituire la propria identità personale – e a orientarsi tra fattuale e ideale, tra essere e dover essere. Il *Leitmotiv* del mio contributo verte proprio su questo problema, analizzato a partire da una prospettiva filosofica, e più precisamente di fenomenologia sociale e ontologia qualitativa: possiamo effettivamente parlare di nuovi paradigmi del maschile, e, se sì, qual è il loro fondamento? I paradigmi, infatti, sono modelli ideali e normativi, rispetto a cui è essenziale chiedersi in che misura al contempo risuonino nell'esperienza delle persone, e la motivino. Interrogare la connessione tra la costituzione di paradigmi, in particolare paradigmi ontologico-qualitativi, cioè che riguardano non solo l'essere di qualcosa, ma anche la qualità di quell'essere, e l'esperienza delle persone, è l'approccio di fondo che caratterizza il mio intervento. Ecco le questioni che vorrei lanciare: qual è la fonte della normatività dei paradigmi del maschile che da un lato è innovatrice, apre ad aspetti imprevisti rispetto al passato, e dall'altro invece rischiaccia i ragazzi verso paradigmi del passato? Qual è il rapporto tra un immaginario che mitizza paradigmi maschili del passato e l'esperienza che i giovani uomini hanno di sé stessi? E soprattutto, quanto sono disposti i giovani uomini oggi a interrogarsi sui propri vissuti? E quanto i giovani uomini sono ricettivi rispetto alle esperienze delle giovani donne e alle salienze qualitative nuove di cui sono portatrici?

2. Uomini veri e veri uomini

La domanda del questionario *Oggi ha ancora senso parlare di "uomini veri"?* indaga il paradigma "uomini veri", in un triplice senso: intende infatti chiedere se il tema dell'"uomo vero" abbia ancora rilevanza per i giovani e le giovani oggi, e al contempo mira a cogliere, da un lato, il modello di uomo proprio dei giovani uomini, ciò che i giovani uomini ritengono siano o dovrebbero essere gli uomini, e, dall'altro, il modello di uomo dell'immaginario comune dei giovani e delle giovani, ciò che insieme ragazzi e ragazze pensano che siano o dovrebbe essere gli uomini.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Vorrei sottolineare innanzitutto due punti per me estremamente interessanti che emergono dalla domanda sugli "uomini veri": lo scarto interno all'esperienza e al pensiero dei giovani uomini, da un lato, e lo scarto relativo al rapporto tra giovani uomini e giovani donne, dall'altro; e lo scarto tra fattuale e ideale, tra essere e dover essere, sia nell'esperienza dei giovani uomini nei confronti di loro stessi sia soprattutto nell'esperienza delle ragazze rispetto ai giovani uomini.

Oggi ha senso parlare di "uomini veri"? A questa domanda cruciale il 54% dei ragazzi e delle ragazze congiuntamente risponde che non ha senso. L'aspetto più interessante di questo dato è però la sua composizione disaggregata per genere: soltanto il 46% dei ragazzi risponde negativamente a fronte del 63% delle ragazze. Sono dunque le ragazze, più che i ragazzi, che dicono no al mito degli *uomini veri.* Ma cosa significa "uomini veri"? Chi sarebbero gli "uomini veri"? E che cosa significa essere uomini? In passato, il senso comune intendeva per "uomo vero" "un uomo che non deve chiedere mai", come recitava una pubblicità degli anni '80[3]. Il modello di uomo di questa narrazione era un uomo che pensa e agisce per conto proprio, che non vuole e non deve chiedere aiuto, e che ottiene ciò che vuole senza nemmeno chiederlo, soprattutto dalle donne, rappresentate nell'immaginario maschile di allora come un polo relazionale che ha più la forma di un oggetto che di un soggetto personale. "L'uomo che non deve chiedere mai" è un uomo rappresentato come indipendente: non ha, almeno apparentemente, bisogno degli altri, perché gli altri, e soprattutto le altre, sono già e sempre lì a sua disposizione, un uomo invulnerabile nella sua quasi onnipotenza.

La rilevanza filosofico-normativa della domanda *Oggi ha senso parlare di uomini veri?* è che comporta già di per sé uno spostamento rispetto a questo paradigma vetero-conservatore e oggi anche reazionario, e apre a un nuovo paradigma in base al quale possiamo parlare di uomini pensando non agli "uomini veri" che incarnano gli stereotipi di protagonismo, invulnerabilità, prepotenza, e anche violenza nei confronti delle donne, ma appunto a una modificazione e forse superamento di

3. "Per l'uomo che non deve chiedere mai", era lo slogan di uno spot degli anni '80 del prodotto *Denim After Shave*, come ricorda Valeria Bucchetti nel suo intervento in questo volume.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

questo paradigma. In altri termini, la domanda *Oggi ha senso parlare di uomini veri?* implica anche la domanda: possiamo chiederci chi sono gli uomini oggi e come dovrebbe essere un uomo oggi per essere un buon esemplare di uomo? E che cosa significa essere dei buoni esemplari del paradigma uomo? Possiamo cercare un'identità maschile che non debba necessariamente essere quella degli "uomini veri", degli uomini che non devono chiedere mai? Possiamo parlare non più di "uomini veri", ma di *veri uomini*, nel senso di uomini che sono buoni esemplari di un paradigma di uomo, nuovo, imprevisto dalle generazioni passate, che è ora pensato, immaginato e desiderato da una certa parte di giovani uomini, ma soprattutto dalla gran parte di giovani donne? Veri uomini nel senso quindi di un paradigma ontologico (che riguarda l'essere) e qualitativo (che riguarda la qualità di quell'essere) in una prospettiva relazionale e interpersonale, empatica e affettiva[4].

L'importanza della domanda *Oggi ha senso parlare di uomini veri?* è allora soprattutto quella di legittimare la possibilità di pensare nuovi paradigmi, non stereotipici, nuovi modi in cui i giovani uomini qui e ora, fattuali e individuali, che si affacciano oggi all'adultità, possono essere tali, in una modalità più libera e originale, che non comporta l'adesione a canoni di maschilità che sono da un lato insostenibili e ingiusti per la relazione con le donne – e in cui le donne talvolta muoiono, uccise dagli uomini, in quanto donne –, e dall'altro sono costrittori per gli stessi uomini, inibitori ad esempio della loro espressività affettiva.

Vediamo allora, a partire dalle risposte fornite dai ragazzi, da un lato, e dalle ragazze, dall'altro, quali sono le qualità che caratterizzano il modello di un possibile buon esemplare di uomo, che appunto non è più l'"uomo vero" ma un "vero uomo": quello che un uomo dovrebbe propriamente essere per poter vivere e agire in relazione con le donne in un mondo interpersonalmente condiviso con le donne.

I tratti qualitativi più nuovi e positivi sono riportati nella tabella 8:

4. Per un approfondimento sul tema dei paradigmi ontologico-qualitativi, mi permetto di rinviare d F. De Vecchi, *La società in persona. Ontologia sociale qualitativa*, il Mulino, 2022.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

- essere capace di chiedere scusa: 64%;
- saper ascoltare e comprendere le altre persone: capacità empatica: 63%;
- prendersi cura di altre persone: 58%;
- saper esprimere le proprie emozioni: 50%.

Disaggregati per genere, questi dati mostrano che la valorizzazione in percentuale di queste nuove qualità relazionali ha il suo fondamento più nelle risposte delle ragazze che in quelle dei ragazzi. Infatti, il 64% attribuito da ragazzi e ragazze insieme alla capacità di chiedere scusa deriva da un 74% delle ragazze e da soltanto un 54% dei ragazzi, idem per il 63% relativo alla capacità empatica del saper ascoltare e comprendere le altre persone, mentre il 50% attribuito al saper esprimere le proprie emozioni è costituito da un 60% delle ragazze e soltanto da un 40% dei ragazzi. Il nuovo paradigma di "uomo" è quindi proposto e sostenuto più dalle ragazze che dai ragazzi.

Ma c'è un altro dato estremamente interessante che rivela lo scollamento dei ragazzi dalla propria esperienza e lo scarto da loro vissuto fra essere e dover essere: il dato relativo a quanto i ragazzi si riconoscono all'altezza del nuovo paradigma e il dato relativo a quanto le ragazze ritengano i ragazzi portatori di questo nuovo paradigma.

Infatti, rispetto alla capacità di chiedere scusa soltanto il 44% dei ragazzi dichiara di possedere questa caratteristica (vs. il 54% dei ragazzi che ritiene questa qualità costitutiva del nuovo paradigma), e solo il 10% delle ragazze pensa che i ragazzi la possiedano. Riguardo alla capacità empatica del saper ascoltare e comprendere le altre persone, il 49% dei ragazzi pensa di possedere questa caratteristica (vs. il 54% dei ragazzi che ritiene questa qualità costitutiva del nuovo paradigma), mentre soltanto l'8% delle ragazze ritiene che i ragazzi di oggi siano portatori di questa capacità. Infine, rispetto al saper esprimere le proprie emozioni, soltanto il 26% dei ragazzi si considera dotato di questa capacità (vs. il 40% dei ragazzi che ritiene questa qualità fondamentale per essere un buon esemplare di uomo), e di contro solo l'8% delle donne pensa che i ragazzi di oggi siano in grado di esprimere le proprie emozioni.

A cosa è dovuto questo scollamento? Credo che le ragioni siano principalmente da rintracciarsi da un lato nella difficoltà dei ragazzi di

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

fare esperienza di sé stessi, e dall'altro nell'insufficiente "autorità epistemica" e "autorità discorsiva" delle ragazze, che sono la vera e propria forza trainante del nuovo modello di uomo, come abbiamo visto, alle quali però i ragazzi non sembrano ancora dare sufficiente seguito[5]. Occorrerà inoltre approfondire il concetto stesso di paradigma o modello in relazione ai generi, e a questo scopo potrà essere utile avvalerci della categoria di "potere telico" e di normatività teleologica elaborata dall'ontologa sociale Åsa Burman[6].

3. Indipendenza e adultità

Prima di approfondire questo punto, vorrei commentare un'altra delle qualità del nuovo modello di uomo: l'essere indipendenti. Da un lato è una qualità apprezzata equanimemente da entrambi i generi, rispettivamente dal 63% e dal 62% dei ragazzi e delle ragazze (tabella 35, *Nuovi modelli di mascolinità*, 28 luglio), ma dall'altro risulta essere un tratto che soltanto il 33% dei ragazzi ritiene di possedere, e che addirittura soltanto il 13% delle ragazze pensa che i loro coetanei possiedano (tabella 8). Occorre, allora, chiedersi cosa significhi qui "indipendenza". Io credo che la qualità dell'indipendenza corrisponda alla capacità di *agency* dell'adultità, e non debba quindi essere ricondotta al mito dell'autonomia proprio del paradigma di uomo del passato "che non deve chiedere mai". L'indipendenza apprezzata e ricercata nei giovani uomini oggi è infatti la capacità e la possibilità agognata dalle nuove generazioni di poter affermarsi come soggetti adulti, in un'Italia, in cui i giovani fanno fatica, per vari motivi, a uscire dalla casa dei genitori e a essere economicamente ed esistenzialmente autonomi. Per questo motivo,

5. Sull'autorità epistemica e discorsiva delle donne, e le correlate "ingiustizia epistemica" e "ingiustizia discorsiva", riferimenti imprescindibili sono M. Fricker, *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*, Oxford University Press, 2007; C. Bianchi, *Hate Speech. Il lato oscuro del linguaggio*, Laterza, 2021.

6. Å. Burman, *Nonideal Social Ontology. The Power View*, Oxford University Press, 2023.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

quindi, proporrei di leggere la qualità dell'indipendenza come categoria dell'adultità, nel senso kantiano del termine: l'uscire dallo stato di minorità in cui si dipende da altri che sono responsabili per noi e il diventare capaci di pensare con la propria testa, esercitando la propria libertà e responsabilità.[7] Il tratto dell'indipendenza si accompagna infatti al "saper prendere in mano le situazioni e trovare soluzioni efficaci" che ottiene il 59% nelle risposte dell'immaginario di entrambi i generi, ed è anche questo un tratto apprezzato equanimemente sia nei ragazzi sia nelle ragazze, rispettivamente il 59% e il 58% (tabella 35, *Nuovi modelli di mascolinità*, 28 luglio 2025, pagina) dei ragazzi e delle ragazze, e che analogamente al tratto dell'indipendenza si attesta soltanto al 38% rispetto a quanto i ragazzi pensano di possedere questa qualità, e si abbassa addirittura al 5% rispetto a quanto le ragazze ritengono che i ragazzi siano portatori di questa caratteristica (tabella 8), mostrando così un importante gap di genere. Interessante è qui di nuovo lo scarto, sia tra l'immaginario e la fattualità, sia tra l'immaginario e le credenze dei due generi rispetto al possesso di questo tratto nei giovani uomini di oggi. Sono pochi i ragazzi che pensano di essere indipendenti (38%) e di essere capaci di "prendere in mano le situazioni e trovare soluzioni efficaci" (33%), ma soprattutto soltanto il 13% e il 5% delle ragazze ritengono che i loro coetanei possiedano rispettivamente queste caratteristiche.

Non solo il modello dell'"uomo che non deve chiedere mai" non esiste più per gran parte delle ragazze, ma, altrettanto significativamente, le ragazze oggi non riescono nemmeno a riconoscere nei loro coetanei i tratti propri dell'adultità. Un nuovo modello di uomo, quindi, fa capolino nell'immaginario comune di ragazzi e ragazze, ma sembra ancora non essere sufficientemente incarnato dai giovani uomini oggi: si tratta allora di un modello più immaginato che realmente vissuto dai ragazzi ed esperito dalle ragazze nelle loro relazioni con i ragazzi.

7. I. Kant (1784), *Risposta alla domanda: che cos'è l'illuminismo?*, a cura di M. Bensi, Postfazione di A.M. Iacono, ETS, 2013.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

4. Nostalgia dei paradigmi di uomo del passato – il deficit di autorità epistemica e discorsiva delle donne

I giovani uomini fanno fatica a fare esperienza di sé stessi. Questa difficoltà è attestata anche dai dati della sezione *Uomini veri o costruzioni culturali*. Qui vediamo (tabella 6) che il 49% e il 58% dei giovani uomini intervistati ravvisano rispettivamente nei nonni e nei padri dei modelli di uomini ideali, affermando inoltre che i giovani uomini di oggi sono peggiori dei loro nonni e dei loro padri. Vi è quindi da parte dei giovani uomini una mitizzazione del passato: dei modi in cui gli uomini delle generazioni dei loro padri e dei loro nonni incarnavano l'essere uomini. Le ragazze invece hanno uno sguardo più disilluso rispetto a questi modelli di uomo del passato: la percentuale di ragazze che mitizza nonni e padri è molto più bassa, il 32% e 42%.

Colpisce in questi dati lo scarto tra la mitizzazione dei paradigmi maschili del passato (nonni e padri) e l'individuazione del nuovo paradigma di uomo caratterizzato dalle qualità relazionali ed empatiche, di cui abbiamo appena parlato. Questo scarto manifesta uno scollamento tra essere e dover essere e una vera e propria confusione rispetto alla propria identità da parte dei ragazzi e giovani uomini – Chi vorrei essere? Chi dovrei essere? Che cosa ritengo giusto e necessario essere?

Forse, una volta che le giovani donne hanno cessato di vedere nei giovani uomini quello che gli uomini volevano essere, una volta quindi che le donne hanno dismesso il ruolo dello specchio di cui parla Virginia Woolf (1928), che ingigantisce e rassicura gli uomini rispetto alla propria identità, e l'efficacia di questo "specchio magnificante" è stata fortemente minata dalle donne[8], i giovani uomini si trovano smarriti e disorientati rispetto alla propria identità. Infatti, come abbiamo visto, i dati ci mostrano che le donne non credono più al modello dell'uomo vero, e quindi non lo rispecchiano più. Spetta ora ai giovani uomini l'onere del fare esperienza di sé stessi, e fanno

8. «Per secoli le donne sono state gli specchi magici e deliziosi in cui si rifletteva la figura dell'uomo, raddoppiata», Virginia Woolf, *Una stanza tutta per sé*, Feltrinelli, 2012, p. 46. Sullo "specchio magnificante", si veda l'intervento di Sveva Magaraggia nel presente volume.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

fatica. Sembra infatti che non riescano a trovare una centratura e un radicamento nella propria esperienza che consenta loro di sentirsi e di comprendere chi vogliono e possono essere. Oscillano così tra, da un lato, la nostalgia di un modello passato di uomo vero, appunto "l'uomo che non deve chiedere" mai, che è un modello rassicurante e pre-confezionato, comodo prêt-à-porter che vorrebbero poter tornare a indossare, ma che è ormai ridotto a un mero simulacro, privo del fondamento a esso dato in passato dallo sguardo delle donne, e, dall'altro un modello nuovo e rivoluzionario che è caratterizzato da qualità relazionali quali la capacità di chiedere scusa, di ascoltare e di saper esprimere le proprie emozioni e che scaturisce dall'iniziare a cimentarsi in relazioni paritetiche con le giovani donne. Questo nuovo modello, infatti, è, come abbiamo visto, proposto e sollecitato più dalle giovani donne che dai giovani uomini, i quali, persa l'identità dell'uomo vero rispecchiata e consolidata nello sguardo delle donne, devono ora imparare a declinare la domanda sulla propria identità coniugandola con lo stare in relazione con le donne. Stare in relazione con le donne significa innanzitutto prenderle sul serio, dare quindi loro credito come interlocutrici, e sperimentare così nuove possibilità di essere e agire e nel mondo. Perché i giovani uomini non si avviano spediti verso i nuovi modelli di uomo suggeriti dalle donne? Il problema è l'"autorità epistemica" e l'"autorità discorsiva" delle donne: la loro credibilità ed efficacia come interlocutrici nei vari ambiti della vita umana, dalla sfera dei rapporti interpersonali privati a quelli della vita pubblica, in cui le donne possono assumere ruoli importanti di varia natura, istituzionali, politici, scientifici, etc., è ancora deficitaria rispetto all'autorità epistemica e discorsiva degli uomini[9]. Quello che le donne sanno e dicono molto spesso non è preso sufficientemente sul serio dagli uomini e non impatta sulla loro identità personale: non orienta la loro esperienza di sé e non incide sulle loro credenze. Il nuovo paradigma di uomo che è trainato dalle donne rimane quindi ancora un paradigma sospeso.

9. M. Fricker, *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*, cit.; C. Bianchi, *Hate Speech. Il lato oscuro del linguaggio*, cit.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

5. Potere telico e identità personale: il maschile come ideale da soddisfare

È importante in questa prospettiva guardare anche ai dati relativi all'inadeguatezzaa avvertita dai giovani uomini rispetto a sé stessi nell'incarnare le qualità del nuovo paradigma di uomo. Ho menzionato prima l'idea di "potere telico" di Burman[10]. Vediamo ora che cosa è e perché potrebbe aiutarci sia a comprendere la consistenza ontologica del nuovo paradigma di uomo sia ad analizzare il senso di inadeguatezza dei giovani uomini – il fatto che non si sentano all'altezza di molte delle qualità costitutive del nuovo paradigma.

Burman sviluppa l'idea di "potere telico" nella sua "ontologia sociale non ideale"[11], partendo da riflessioni di Sally Haslanger[12] e Charlotte Witt, le quali lavorano entrambe sulla normatività relativa ai generi. Il potere telico è secondo Burman caratterizzato da una normatività teleologica che si articola in propositi e scopi, piuttosto che in diritti e obblighi come la normatività deontica, ed esercita una forza di attrazione normativa (*normative pull*) che orienta le persone a vivere i ruoli sociali e istituzionali in termini di ideali da soddisfare. La riflessione di Burman intorno al potere telico e alla normatività teleologica consente di porre la questione relativa al *modo* in cui le persone possono soddisfare i ruoli sociali o istituzionali che incarnano: mentre la normatività deontica assegna diritti e obblighi corrispondenti a ruoli e regole sociali e istituzionali, la normatività teleologica riguarda la modalità, più o meno adeguata, in cui i diritti e gli obblighi della normatività deontica possono essere soddisfatti. Le persone, quindi, non sono soltanto por-

10. Å. Burman, *Nonideal Social Ontology. The Power View*, cit.

11. L'ontologia sociale non ideale di Burman si prospetta come un'ontologia sociale che intende criticare e modificare la struttura del mondo sociale, individuando forme di potere che, a partire dalla classe economico-sociale, l'etnia e il genere delle persone, impattano sulla vita delle persone e producono disuguaglianze e privilegi.

12. Sally Haslanger e Charlotte Witt sono tra le principali filosofe a cui il lavoro di Burman si ispira, in particolare: S. Haslanger, *On Being Objective and Being Objectified*, in Ead., *Resisting Reality: Social Construction and Social Critique*, Oxford University Press, 2012; pp. 35-82; Ch. Witt, *The Metaphysics of Gender*, Oxford University Press, 2011.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

tatrici di poteri deontici, di obblighi e diritti, ma sono anche soggetti che adempiono ai loro obblighi ed esercitano i loro diritti, in modo più o meno adeguato. A mio avviso la rilevanza del lavoro di Burman sul potere telico e la normatività deontica risiede nel fatto che mostra che la vita delle persone non è soltanto connotata dall'esistenza di obblighi e diritti, ma anche dalla qualità di quell'esistenza e quindi dalla modalità in cui la loro normatività è realizzata. Ad esempio, il ruolo istituzionale di professoressa universitaria è costituito da una normatività deontica relativa a diritti e obblighi specifici di quel ruolo (tenere lezioni, dedicarsi alla ricerca, pubblicare articoli e libri, ricevere uno stipendio, essere remunerata in periodi di malattia, etc.), ma è anche caratterizzato dalla qualità propria dell'essere una professoressa universitaria. Infatti, ogni professoressa può essere eccellente, buona, mediocre o pessima, in merito, ad esempio, alla qualità delle sue lezioni o dei testi da lei pubblicati: ogni professoressa realizza il suo ruolo con una qualità di un certo grado, più o meno positivo o negativo. La normatività teleologica del potere telico è quindi una normatività relativa alla qualità del soddisfacimento dei ruoli sociali e istituzionali, di cui le persone sono investite, e in quanto tale impatta fortemente sull'identità delle persone. Le persone infatti possono essere giudicate come individui che sono all'altezza o non all'altezza dei loro ruoli sociali e istituzionali. In breve, il potere telico è un potere fondato su un ideale che influenza il nostro giudizio sulle altre persone e anche il giudizio di ogni persona rispetto a sé stessa, in quanto ogni persona introietta l'ideale normativo dei ruoli che è chiamata ad assumere.

Il punto per noi cruciale è che vi sono ruoli sociali e istituzionali di cui le persone sono portatrici rispetto al proprio genere e a norme relative ai generi. Burman osserva, con Haslanger e Witt, che anche "mascolinità" e "femminilità" (il genere maschile e il genere femminile) sono ideali o modelli rispetto a cui le persone possono essere suscettibili di valutazione: possono essere giudicate buoni o cattivi esemplari dei loro generi, a seconda che soddisfino bene o male le funzioni e i comportamenti associati a questi ideali. Burman discute l'esempio dell'impatto sulla vita delle donne del ruolo di casalinga, tradizionalmente attribuito alle donne in quanto mogli (*housewife*). L'essere una casalinga, ancora fino agli anni '90, era il ruolo sociale femmi-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

nile *par excellence*: un ruolo sociale consistente nell'adempimento di certe mansioni (tenere pulita la casa, esprimersi educatamente, vestirsi in modo decoroso, prendersi cura del marito, etc.) rispetto a cui una donna in quanto moglie poteva essere giudicata come all'altezza o non all'altezza del suo ruolo.

La valutazione dei ruoli e delle funzioni sociali connessi a un genere è una valutazione pervasiva dell'identità personale e che investe l'intera persona molto più di quanto possa tendenzialmente accadere rispetto a ruoli sociali e istituzionali specifici, relativi ad esempio a una certa professione – una donna era in quanto tale una moglie che badava al marito, alla casa, ai figli, cioè una casalinga. La normatività teleologica relativa al genere, infatti, è trasversale e intersezionale: il modo in cui una persona può soddisfare – più o meno adeguatamente – i ruoli sociali di cui è investita a causa o in virtù del suo genere si traduce immediatamente nel modo in cui una persona è giudicata rispetto alla realizzazione della propria identità personale, entro i margini e le regole definite dalla società in cui si trova a vivere. Il fatto di non riuscire a soddisfare l'ideale o meglio gli ideali connessi al proprio genere può anche avere come conseguenza sanzioni e ostracismi.

Alla luce di quest'analisi di Burman sul potere telico e la normatività teleologica possiamo comprendere meglio il significato e la portata anche del genere maschile, inteso appunto come modello e ideale da soddisfare, rispetto al quale, come abbiamo visto, i giovani uomini oggi riscontrano soprattutto due difficoltà: la difficoltà ad assumere pienamente il nuovo modello di uomo suggerito dalle donne che richiederebbe loro di instaurare relazioni finalmente di rispetto e ascolto delle donne, e la difficoltà a sentirsi all'altezza dei tratti più rivoluzionari, più relazionali ed empatici, propri di questo nuovo modello. Aprirsi a un nuovo modello di uomo significa mettere in questione la propria identità personale e affidarne la costituzione a pratiche e modi della relazione tra i generi che sono ancora da inventare, non solo da consolidare, e rispetto a cui gli uomini devono imparare a fare un passo a lato, a riconoscere le donne come interlocutrici che si muovono su un altro piano in cui gli uomini non sono più i protagonisti

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

esclusivi[13]. Ecco, allora, che possiamo meglio capire il tentennamento dei giovani uomini tra nuovi e vecchi paradigmi del maschile: i giovani uomini da una parte non si sentono ancora all'altezza del nuovo modello e dall'altra non si sentono più all'altezza del vecchio modello.

La prospettiva filosofica della fenomenologia e dell'ontologia sociale qualitativa di matrice fenomenologica può integrare i risultati dell'analisi di Burman sollecitandoci a considerare la rilevanza dell'esperienza di sé nella costituzione della propria identità personale che è sempre anche caratterizzata da un'identità di genere[14]. Che cosa, infatti, causa o motiva la normatività teleologica e su cosa quindi si fonda il potere telico secondo Burman? La risposta di Burman verte sulla pressione sociale, articolata sui vari fronti della classe economico-sociale, l'etnia, e il genere, che ci spinge non solo ad assumere certi ruoli e certi diritti e obblighi a essi connessi, propri della normatività deontica, ma anche a vivere quei ruoli come ideali da soddisfare e come modelli rispetto a cui sentirsi all'altezza. A mio avviso manca, allora, nell'analisi di Burman una riflessione sull'esperienza delle persone: manca un concetto di esperienza che possa rendere conto sia di come le persone sono esperite dalle altre persone in quanto soggetti all'altezza o non all'altezza degli ideali connessi ai loro ruoli sociali e istituzionali sia di come le persone stesse si vivano come adeguate o inadeguate rispetto a quegli ideali. Manca più precisamente l'idea che l'individualità personale di ogni uomo e donna possa far risuonare a suo modo nella propria esperienza gli ideali normativi di cui è pervasa. Come la fenomenologia sociale ci insegna, non vi è soltanto un determinismo sociale ma anche un lasciarsi motivare individuale, ognuno e ognuna a suo modo, da ciò che viviamo – certo, anche, in base al proprio genere e a certe condizioni socio-economiche, politiche e culturali[15].

13. L'idea che le donne si muovano su un altro piano, rispetto a quello maschile, è presente nel testo più famoso di Carla Lonzi, *Sputiamo su Hegel*, Rivolta femminile, 1970.

14. Sul rapporto tra identità personale e identità di genere in prospettiva fenomenologica, si veda F. Forlè, *Fenomenologia di genere. Strumenti filosofici per la parità di genere*, in M. D'Amico, B. Liberali (a cura di), *Gli strumenti della parità di genere*, Editoriale Scientifica, 2024, pp. 21-46.

15. Mi riferisco ad esempio alla fenomenologia sociale di Edith Stein, a partire

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Il problema del trovarsi ora sospesi dei giovani uomini tra un vecchio modello di uomo, incarnato dalle generazioni passate, e un nuovo modello di uomo proposto più dalle giovani donne che dai giovani uomini, rispetto al quale una buona parte dei giovani uomini dichiarano di non sentirsi all'altezza, in merito alle qualità più nuove, relazionali ed empatiche e più rispettose del genere femminile, credo che possa e debba essere affrontato non soltanto a partire dalla pressione sociale della normatività telica del vecchio modello di uomo che oppone resistenza al cambiamento, ma anche dalla difficoltà dei giovani uomini a sentirsi e a fare esperienza di sé stessi come portatori di un nuovo e imprevisto modello di uomo, ancora da immaginare compiutamente e ancora da far risuonare nella propria esperienza che ora gli uomini devono imparare a interrogare. Occorre allora un'alfabetizzazione dei giovani uomini alla vita emotiva in quanto essa costituisce la sfera più profonda dell'esperienza di sé, la quale struttura, individuandola, l'identità personale di ognuno[16].

Riferimenti bibliografici

Bianchi C., *Hate Speech. Il lato oscuro del linguaggio*, Laterza, 2021.

Bucchetti V., *Narrazioni e rappresentazioni del maschile? Specchi deformanti o espressione di potere?*, nel presente volume.

Burman Å., *Nonideal Social Ontology. The Power View*, Oxford University Press, 2023.

De Monticelli R., *La novità di ognuno. Persona e libertà*, Garzanti, 2009.

De Vecchi F., *La società in persona. Ontologia sociale qualitativa*, il Mulino, 2022.

Ferraresi M., *Lo scarto relazionale. Competenze emotive, aspettative femminili e ritardi della mascolinità*, nel presente volume.

da *Il problema dell'empatia* (1917) trad. it. di M. Nicoletti, Milano, Franco Angeli, 1998, fino studi successivi sul rapporto tra *Individuo e comunità* (1922), in *Psicologia e scienze dello spirito. Contributi per una fondazione filosofica*, trad. it. di A.M. Pezzella, presentazione di A.A. Bello, Roma, Città Nuova, pp. 159-327.

16. Sulla fenomenologia dell'identità personale in quanto fondata sulla vita emotiva si veda, oltre ai già citati testi di E. Stein, anche il lavoro di Roberta De Monticelli, di cui mi limito a menzionare, *La novità di ognuno. Persona e libertà*, Garzanti, 2009.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Forlè, F., *Fenomenologia di genere. Strumenti filosofici per la parità di genere*, in M. D'Amico, B. Liberati (a cura di), *Gli strumenti della parità di genere*, Editoriale Scientifica 2024, pp. 21-46.
Fricker M., *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*, Oxford University Press, 2007.
Haslanger S., *On Being Objective and Being Objectified*, in Ead., *Resisting Reality: Social Construction and Social Critique*, Oxford University Press, 2012.
Kant I. (1784), *Risposta alla domanda: che cos'è l'illuminismo?,* a cura di M. Bensi, Postfazione di A.M. Iacono, ETS, 2013.
Lonzi C., *Sputiamo su Hegel. La donna clitoridea e la donna vaginale*, Rivolta femminile, 1970.
Magaraggia S., *Maschilità e potere: come i giovani uomini gestiscono le dinamiche di dominio*, nel presente volume.
Stein, E. (1917), l problema dell'empatia,, trad. it. di M. Nicoletti, Milano, FrancoAngeli, 1998
Stein, E. (1922), *Individuo e comunità*, in *Psicologia e scienze dello spirito. Contributi per una fondazione filosofica*, trad. it. di A.M. Pezzella, presentazione di A.A. Bello, Roma, Città Nuova, pp. 159-327.
Witt C., *The Metaphysics of Gender*, Oxford University Press, 2011.
Woolf V., *Una stanza tutta per sé*, Feltrinelli, 2012.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Parte seconda
Lavoro, potere, ruoli

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Maschilità, lavoro e paradigma del *breadwinner*. Una lettura alla luce del costituzionalismo di genere

Eleonora Montani e Graziella Romeo

Sommario: 1. Il paradigma del *breadwinner* – 2. Il modello del *breadwinner* nel costituzionalismo di genere – 3. Una lettura dei dati: la carriera dell'uomo – 3.1 Persistenze e trasformazioni dell'identità maschile tra lavoro e famiglia – 3.2 Dalle trasformazioni culturali alle implicazioni organizzative – 4. Lavoro, denaro, famiglia tra le generazioni – 4.1. L'esperienza lavorativa come fattore di ridefinizione delle aspettative – 4.2. La transizione alla vita adulta e il mutamento delle priorità – 4.3. Il congedo di paternità e la progressiva ridefinizione del paradigma del *breadwinner* – 5. Conclusioni.

1. Il paradigma del *breadwinner*

La letteratura che ha affrontato gli studi di genere dalla prospettiva del diritto costituzionale ha spesso individuato nella figura del *breadwinner* uno dei principali paradigmi attraverso cui comprendere la costruzione della disuguaglianza tra i sessi e, per estensione, all'interno della famiglia. Il *breadwinner* identifica il soggetto cui è affidata la responsabilità primaria del sostentamento economico del nucleo familiare. La sua centralità, tuttavia, non dipende soltanto dalla funzione di percettore di reddito, ma soprattutto dal modello di relazioni familiari che tale figura presuppone e contribuisce a stabilizzare. L'idea stessa di *breadwinner* implica infatti l'esistenza di una figura complementare, tradizionalmente femminile, cui sono attribuite le attività di cura, il lavoro domestico e, più in generale, la gestione della sfera privata. In questa prospettiva, la divisione tra chi produce reddito e chi svolge il lavoro di cura non rappresenta soltanto una distribuzione di compiti,

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ma costituisce un modello culturale e giuridico che ha influenzato la rappresentazione dei ruoli di genere, incidendo sulle aspettative individuali, sulle scelte professionali e soprattutto sulla disciplina della famiglia negli ordinamenti giuridici della tradizione occidentale. Gli studi del femminismo giuridico, poi, hanno ormai definitivamente chiarito come questa divisione del lavoro abbia profonde conseguenze sulla costruzione della soggettività politica. Proprio la prospettiva della separazione tra la cura del privato e la responsabilità sociale e pubblica spiega infatti l'esclusione delle donne dalla sfera del politico, dai luoghi cioè in cui si esercita la sovranità. La subalternità politica, anche in ragione delle modalità in cui si è strutturata la rappresentanza nel costituzionalismo liberale, è intimamente connessa a quella lavorativa e, dunque, economica. Ogni questione di genere è allora necessariamente anche una questione politica giacché la disuguaglianza socio-economica – spesso tradottasi in invisibilità sociale – e quella politica sono coprodotte, sono cioè il frutto di dinamiche che si sono reciprocamente alimentate nel tempo e che, in parte, continuano a riproporsi.

Il presente contributo offre una lettura dei dati della ricerca IPSOS "*I giovani e i nuovi modelli maschili*"[1] muovendo da una precisa cornice teorica: esiste un modello di divisione del lavoro che tende a strutturarsi attorno alla differenza sessuale e che contribuisce alla riproduzione di relazioni di diseguaglianza sociale e politica. In questa prospettiva, i dati qui commentati consentono di interrogarsi sul modo in cui le giovani generazioni rappresentano il lavoro, il sostentamento economico della famiglia e, più in generale, il ruolo maschile nello spazio lavorativo e produttivo.

L'obiettivo è verificare se il modello del *breadwinner* continui a esercitare una funzione ordinatrice dell'immaginario dei giovani oppure se emergano segnali di un suo progressivo superamento. La cornice teorica del *breadwinner*, tuttavia, non viene assunta come uno schema entro

1. Il riferimento è a Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili*. Risultati della ricerca per il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere», Triennale di Milano, 12 settembre 2025. La ricerca è stata condotta con metodo CAWI (Computer Assisted Web Interview) su un campione di 800 interviste complete (400 maschi, 400 femmine), tra la popolazione italiana (tra i 16 e i 24 anni), stratificato per genere, età e area geografica. Periodo di rilevazione: 9-15 luglio 2025.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

cui ricondurre necessariamente le risposte degli intervistati, né come un semplice termine di paragone rispetto al quale misurare il grado di emancipazione dal modello tradizionale. Essa non intende dunque esaurire la complessità dei dati; essa costituisce piuttosto uno strumento interpretativo che consente di leggere la diseguaglianza di genere anche attraverso la costruzione sociale e culturale della maschilità nel mondo del lavoro.

La restante parte di questo capitolo è dunque articolata in quattro sezioni. Innanzitutto, si offre un inquadramento teorico del modello del *breadwinner* al fine di precisare i contorni della questione di genere che i dati possono illuminare (par. 2). Il capitolo affronta poi l'analisi dei dati della ricerca, accompagnati da una lettura interpretativa che tiene conto delle acquisizioni teoriche del costituzionalismo di genere (*gender constitutionalism*) (par. 3 e 4). Infine, il contributo offre alcune conclusioni rispetto alle prospettive di superamento di modelli di divisione del lavoro che riproducono dinamiche stereotipiche (par. 5).

2. Il modello del *breadwinner* nel costituzionalismo di genere

La filosofia politica femminista, da Carol Pateman a Catherine MacKinnon, ha da tempo offerto una critica alle costruzioni teoriche del contrattualismo egualitario settecentesco mettendo in luce l'intrinseca contradditorietà tra un universalismo proclamato e la sistematica esclusione delle donne dalla sfera del politico[2]. Nei medesimi anni in cui la filosofia politica teorizzava l'eguaglianza tra gli esseri umani quale base sulla quale costruire un'idea di rappresentanza politica, si consolidava l'idea della subalternità della donna e si edificavano istituzioni che di tale subalternità facevano uno dei presupposti dell'ordine sociale e giuridico. È del resto in questa contraddizione che si consolida e si perpetua la divisione tra la sfera pubblica e quella privata, destinata a segnare profondamente tanto le fasi ottocentesche di progressivo allargamento della base sociale degli stati liberali, quanto e le prime esperienze post-belliche di suffragio universale. Questa contraddizione

2. C. Pateman, *Il contratto sessuale*, Editori Riuniti, 1997; C.A. MacKinnon, *Toward a Feminist Theory of the State*, Cambridge University Press, 1989.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

è stata resa possibile, secondo Ruth Rubio Marin[3], dal "paradosso matrimoniale" per il quale le donne contraevano liberamente un contratto – il matrimonio – che istituzionalizzava le strutture di subordinazione del patriarcato. È proprio in questo contesto che la divisione dei ruoli si struttura attraverso l'assegnazione del ruolo *produttivo* all'uomo e della responsabilità *riproduttiva* alla donna. Secondo Rubio Marin, le costituzioni del secondo dopoguerra hanno contribuito alla "normalization, naturalization and depoliticization of the marital family-based political order"[4] nella misura in cui non hanno messo in radicale discussione l'ordine familiare costruito dai codici civili dell'Ottocento.

La figura del *breadwinner* emerge in questo contesto giuridico e culturale come fulcro di una dinamica che deve assicurare la perpetuazione della corrispondenza tra la dicotomia maschile/femminile e quella pubblico/privato. L'uomo si espone nella società, si esprime, si realizza attraverso l'attività lavorativa e in questo modo provvede ai bisogni materiali della famiglia e le consente una esistenza esteriore e sociale. La donna si occupa della cura del nucleo familiare all'interno delle mura domestiche e assicura così l'unità intima della famiglia. La sua dedicazione alla vita privata è così la migliore garanzia della tenuta della stabilità familiare e, al contempo, la migliore spiegazione della sua invisibilità pubblica.

Il modello del *breadwinner* è, dunque, indispensabile alla più ampia struttura patriarcale che regge quel che Carol Pateman ha efficacemente definito il "contratto sessuale"[5], ossia la subordinazione del sesso femminile veicolata anche attraverso l'assenza di soggettività politica. Molte costituzioni del secondo dopo guerra pur adottando un principio di eguaglianza sostanziale, come l'art. 3, comma 2 della Costituzione italiana, non sono state capaci di scardinare la struttura portante della divisione dei ruoli tra il maschile e il femminile, anche in ragione dell'esistenza di condizioni sociali e culturali di contesto che hanno a lungo perpetuato modelli di subordinazione. Ciò non significa tuttavia che queste costituzioni non contenessero un principio di anti-subor-

3. R. Rubio Marin, *Global Gender Constitutionalism and Women's Citizenship*, Cambridge University Press, 2022.

4. *Ibidem.*

5. C. Pateman, *Il contratto sessuale*, cit.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

dinazione di genere, come avverte Barbara Pezzini rispetto alla Costituzione italiana[6], ma che tale principio è emerso soltanto attraverso la riflessione e l'esperienza costituzionali di molti anni successiva all'adozione del testo costituzionale.

Come Catharine MacKinnon ha acutamente osservato gli studi femministi e di genere hanno l'obiettivo di sollevare il velo di ignoranza che rende la società incapace di comprendere l'esperienza femminile. In *Toward a feminist theory of the state* scrive infatti: "Consciousness raising … inquires into an intrinsically social situation, into that mixture of thought and materiality which comprises gender in the broadest sense"[7]. È insomma la commistione tra riflessione teorica e analisi della realtà materiale a consentire una piena comprensione dei problemi legati alle diseguaglianze di genere.

Per questa ragione, la riflessione contemporanea sulla parità di genere può notevolmente beneficiare dagli studi che esplorano come gli uomini pensano e rappresentano sé stessi rispetto al mondo del lavoro, della carriera, dei traguardi economici. Questo elemento, infatti, è cruciale per comprendere come gli uomini si posizionano anche nell'ambito della vita privata e, indirettamente, come strutturano le responsabilità familiari. Attraverso uno sguardo attento su questa prospettiva è infatti possibile raggiungere una conoscenza più puntuale di come il ripensamento del ruolo del sesso maschile nella società possa contribuire all'abbattimento delle condizioni strutturali della diseguaglianza di genere.

3. Una lettura dei dati: la carriera dell'uomo

Se si analizza il campione totale delle risposte ottenute nella rilevazione, appare evidente che le caratteristiche più importanti che "l'uomo ideale" deve possedere sul lavoro sono tre: avere un lavoro che

6. B. Pezzini, *Costituzione italiana e uguaglianza dei sessi. Il principio antisubordinazione di genere*, in B. Pezzini, A. Lorenzetti (a cura di), *70 anni dopo tra uguaglianza e differenza. Una riflessione sull'impatto del genere nella Costituzione e nel costituzionalismo*, Giappichelli, 2019, pp. 1-14.

7. C.A. MacKinnon, *Toward a Feminist Theory of the State*, cit., p. 83.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

offra benefit per la famiglia (45%); utilizzare l'intero congedo di paternità (42%) e puntare a uno stipendio elevato (41%). I primi due dati fanno riferimento a responsabilità di cura, mentre l'ultimo sembra far riemergere l'immaginario di un uomo, la cui identità è definita dal suo successo professionale. La contraddizione apparente potrebbe essere spiegata nel senso che il mito del successo non sia inseguito come strumento per affermare una superiorità relazionale, ma per garantire un complessivo benessere di vita, anche nella dimensione familiare. Questa lettura è confermata da un quarto dato molto significativo: solo il 23% del campione ritiene importante avere uno stipendio superiore a quello della partner. È qui che il modello del *breadwinner* tradizionale sembra crollare. La soddisfazione economica non pare veicolare la gerarchizzazione dei rapporti professionali, ma resta un elemento decisivo nell'immaginario dell'uomo sul lavoro, come suggerito anche dal fatto che il 41% del campione pensa sia importante puntare a uno stipendio sempre più alto. In questo senso, i dati non confortano l'ipotesi di una scomparsa totale del modello del *breadwinner*. Mostrano piuttosto la progressiva trasformazione del suo contenuto normativo e valoriale. L'idealtipo maschile continua a essere profondamente legato al lavoro e alla capacità di garantire sicurezza economica, ma questa responsabilità non è più concepita come il fondamento di una superiorità gerarchica rispetto alla partner. L'uomo ideale è, ancora, colui che è in grado di essere economicamente responsabile. Tuttavia, questa figura è ora chiamata al tempo stesso a essere presente nella cura della famiglia e dei figli. Questa logica è promettente nella misura in cui tende a lasciare spazio a un modello di corresponsabilità, pur senza mettere completamente in discussione la centralità del lavoro nella costruzione dell'identità maschile.

Si potrebbe obiettare che un'attitudine alla cura così concepita sia lungi dall'essere ideale poiché potrebbe, patologicamente, assumere la dimensione della superiorità della performance maschile per cui l'uomo ideale è in grado di svolgere responsabilità tradizionalmente affidate alla donna, senza però arretrare sul piano della realizzazione personale e della carriera. Una tale lettura, tuttavia, non prenderebbe in considerazione la misura in cui il nuovo ideale maschile potrebbe essere invece attivato dalle diverse aspettative che l'universo femminile

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ha maturato rispetto alla figura del partner. È ragionevole immaginare che l'affermarsi di un modello di corresponsabilità sia in buona parte il prodotto del mutamento dell'immaginario femminile, per il quale l'uomo ideale assume su di sé responsabilità di cura che vanno bel al di là del mero contributo economico. Infatti, le risposte che si commentano in questa sezione sono offerte da coloro che sono già entrati nel mercato del lavoro e che quindi hanno maturato un'esperienza in grado di porre in discussione alcuni degli assunti e preconcetti culturali che hanno determinato il successo del modello del *breadwinner*. È in questa dimensione di realtà, dunque, che devono essere osservati i segnali della persistenza ovvero di un progressivo superamento o ripensamento di una concezione classica di divisione del lavoro tra uomini e donne.

3.1. Persistenze e trasformazioni dell'identità maschile tra lavoro e famiglia

I risultati della ricerca consentono un'ulteriore riflessione, volta a meglio delineare in quale misura il paradigma del *breadwinner* continui a esercitare una funzione ordinatrice dell'immaginario giovanile. L'analisi complessiva non consente di osservare né la piena persistenza del modello tradizionale, né il suo definitivo superamento. Piuttosto, emerge una riconfigurazione, nella quale alcuni elementi storicamente associati alla maschilità convivono con aspettative nuove e, per molti aspetti, ancora non pienamente integrate.

In questo processo, la dimensione economica continua a occupare una posizione centrale nella definizione del ruolo maschile, ma tende progressivamente a perdere quella funzione gerarchica che, nel modello tradizionale, legittimava una organizzazione asimmetrica delle responsabilità all'interno della famiglia. Parallelamente, assumono crescente rilievo dimensioni riconducibili alla presenza paterna, alla partecipazione a compiti di cura e alla possibilità di conciliare tempi di vita e tempi di lavoro.

Questa trasformazione, tuttavia, non appare ancora accompagnata da un modello sufficientemente consolidato di integrazione tra le diverse aspettative. I dati sembrano piuttosto restituire una condizione di

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

transizione, nella quale la responsabilità economica continua a rappresentare una componente significativa dell'identità maschile, mentre la responsabilità di cura acquista progressivamente legittimazione, senza che risultino ancora chiaramente definite le modalità attraverso cui tali dimensioni possano essere armonizzate nella pratica quotidiana. È proprio questa coesistenza di aspettative differenti a costituire uno degli elementi più significativi emersi dalla ricerca.

3.2. Dalle trasformazioni culturali alle implicazioni organizzative

La lettura dei dati suggerisce, infatti, che la trasformazione dei modelli di maschilità non possa essere interpretata esclusivamente come un cambiamento nelle rappresentazioni individuali. Se le giovani generazioni sembrano attribuire crescente valore alla condivisione delle responsabilità familiari e alla partecipazione degli uomini alle attività di cura, la concreta possibilità di tradurre tali orientamenti in pratiche effettive dipende anche dalle caratteristiche dei contesti organizzativi e delle istituzioni del lavoro.

Il tema della conciliazione, dunque, non riguarda soltanto l'estensione dei diritti individuali, ma investe più complessivamente il modo in cui le organizzazioni continuano a costruire la figura del lavoratore "ideale". Finché la piena disponibilità temporale e la continuità della carriera resteranno i principali indicatori di successo professionale, la dimensione della cura rischierà di essere percepita come una deviazione rispetto alla norma, anziché come una dimensione ordinaria della vita lavorativa di uomini e donne.

I risultati della ricerca sembrano quindi indicare una possibile direzione di sviluppo anche sul piano delle politiche pubbliche e organizzative. Il rafforzamento degli strumenti di condivisione della cura — dall'effettiva fruibilità del congedo di paternità a modelli di flessibilità organizzativa che non comportino penalizzazioni di carriera — non rappresenta soltanto una misura di sostegno alle famiglie, ma costituisce una condizione essenziale, affinché la ridefinizione della maschilità possa tradursi in un effettivo mutamento delle pratiche organizzative e sociali.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

In tale prospettiva, un ruolo centrale è destinato ad assumere il welfare aziendale. Se il cambiamento culturale in atto mette progressivamente in discussione la tradizionale attribuzione della cura alle sole donne, anche gli strumenti di welfare sono chiamati a superare una concezione dello stesso costruita prevalentemente attorno alla maternità, per approdare a un modello fondato sulla condivisione dei compiti di cura e rivolto all'intera popolazione aziendale. L'emergere di modelli di maschilità maggiormente orientati alla corresponsabilità familiare suggerisce la necessità di sviluppare politiche organizzative rivolte alle persone, indipendentemente dal genere, capaci di riconoscere che le responsabilità di cura costituiscono una dimensione fisiologica dei percorsi lavorativi e non un'eccezione da gestire.

4. Lavoro, denaro, famiglia tra le generazioni

Un innovativo profilo di interesse della ricerca qui commentata riguarda il confronto tra i giovani già inseriti nel mercato del lavoro e coloro che devono ancora farvi ingresso.

Esiste infatti una certa distanza tra la rappresentazione ideale della maschilità e le modalità attraverso cui essa viene rielaborata nel contesto lavorativo. Se le risposte relative all'uomo ideale delineano un modello che tenta di ricomporre ambizione professionale e responsabilità di cura, l'analisi delle differenze tra i sottogruppi del campione suggerisce una dinamica più articolata.

In particolare, coloro che hanno già maturato un'esperienza lavorativa mostrano una maggiore apertura verso modalità di organizzazione del lavoro orientate alla conciliazione tra vita professionale e vita familiare, mentre tra chi non è ancora entrato nel mercato del lavoro permane una rappresentazione più fortemente centrata sulla progressione di carriera (essere disposto a lavorare molte ore per fare carriera 41% *vs* 30%), sull'avanzamento professionale (essere competitivo per ottenere promozioni 47% *vs* 26%) e sulla crescita reddituale (puntare a uno stipendio sempre più alto 55% *vs* 49%). Non si tratta necessariamente di una contrapposizione tra modelli valoriali differenti, quanto piuttosto della diversa incidenza che l'esperienza esercita sulle aspettative.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

L'incontro con l'organizzazione concreta del lavoro sembra, infatti, favorire una revisione di rappresentazioni inizialmente più idealizzate, evidenziando la difficoltà di sostenere nel lungo periodo un modello di disponibilità professionale illimitata.

I dati suggeriscono, allora, che la rappresentazione della maschilità nel lavoro si modifichi sensibilmente al crescere dell'esperienza professionale. Tra i giovani che non lavorano ancora emerge una maggiore enfasi su elementi tradizionalmente associati alla realizzazione professionale: l'importanza attribuita ai benefit per la famiglia raggiunge il 59%, contro il 35%, di chi lavora già; analogamente, risultano più elevate le aspettative rispetto alle promozioni (47% contro 26%) e alla costruzione della carriera (41% contro 30%). Parallelamente, appare significativo che soltanto una quota residuale del campione ritenga desiderabile attribuire priorità alla carriera rispetto alla famiglia (17%) o legittimi strategie competitive fondate su comportamenti opportunistici (14%). Questi ultimi dati consentono di escludere che la competitività costituisca, nell'immaginario delle giovani generazioni, un valore in sé; essa sembra piuttosto configurarsi come una componente della riuscita professionale, destinata tuttavia a convivere con aspettative di equilibrio tra le diverse dimensioni della vita.

4.1. L'esperienza lavorativa come fattore di ridefinizione delle aspettative

L'insieme di queste evidenze consente di formulare un'ipotesi interpretativa. I giovani che non hanno ancora sperimentato direttamente il lavoro costruiscono le proprie aspettative a partire da una rappresentazione ancora fortemente idealizzata della carriera, nella quale successo economico, avanzamento professionale e capacità di garantire sicurezza materiale alla famiglia continuano a occupare una posizione centrale. L'ingresso nel mercato del lavoro sembra, invece, produrre un progressivo riadattamento di tali aspettative, rendendo maggiormente visibili i vincoli organizzativi e le difficoltà che accompagnano la conciliazione tra responsabilità professionali e responsabilità familiari.

Alla luce di tali evidenze, la riduzione dell'enfasi attribuita alla carriera non appare come un indebolimento dell'investimento nel lavoro,

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

bensì come il risultato di una più realistica valutazione delle condizioni entro cui le scelte individuali vengono concretamente esercitate. Le nuove generazioni sembrano condividere un ideale di maggiore equilibrio tra lavoro e famiglia, ma continuano a confrontarsi con un'organizzazione del lavoro costruita attorno a modelli di disponibilità e continuità professionale che riflettono, almeno in parte, la persistenza dell'eredità culturale del *breadwinner*.

4.2. La transizione alla vita adulta e il mutamento delle priorità

Le differenze riscontrate tra chi è già inserito nel mercato del lavoro e chi deve ancora farvi ingresso possono essere lette anche da una diversa prospettiva interpretativa. Esse potrebbero, infatti, riflettere non soltanto gli effetti dell'esperienza lavorativa, ma anche il diverso momento del ciclo di vita in cui si collocano gli intervistati. L'ingresso nel mondo del lavoro coincide frequentemente con una fase di progressiva transizione verso l'età adulta, nella quale le prospettive individuali tendono ad ampliarsi oltre la dimensione della formazione e della realizzazione professionale, includendo con maggiore concretezza il progetto familiare e le responsabilità che esso comporta.

Da questo punto di vista, appare significativo che proprio tra i giovani che ancora non lavorano emergano aspettative più elevate rispetto alla carriera, alle promozioni e ai traguardi economici. Tali orientamenti potrebbero non rappresentare tanto una maggiore adesione a un modello competitivo della maschilità, quanto piuttosto l'espressione di una fase biografica nella quale la dimensione lavorativa viene ancora immaginata prevalentemente come spazio di affermazione individuale. La famiglia, pur riconosciuta come valore, rimane inevitabilmente sullo sfondo dell'orizzonte progettuale, perché non costituisce ancora un tema percepito come imminente.

L'avvicinarsi alla vita adulta lascia emergere una diversa configurazione delle priorità. Quando il progetto familiare entra nell'orizzonte biografico dell'individuo, anche il significato attribuito al lavoro tende a modificarsi. Il lavoro continua a essere concepito come elemento essenziale della realizzazione personale e della sicurezza economica, ma

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

viene progressivamente inserito all'interno di una visione più ampia dell'esistenza, nella quale assumono rilievo la qualità delle relazioni familiari, la presenza nella vita dei figli e la possibilità di conciliare aspetti più direttamente riconducibili alla dimensione professionale e compiti di cura. In questa prospettiva, il ridimensionamento dell'enfasi sulla carriera osservabile tra i giovani già occupati potrebbe riflettere non tanto un minore investimento nel lavoro, quanto una diversa gerarchia degli obiettivi di vita.

Alla luce di quanto osservato, dunque, il dato forse più interessante non consiste tanto nella riduzione dell'importanza attribuita alla carriera tra coloro che già lavorano, quanto nella trasformazione del significato stesso che il lavoro sembra assumere lungo il corso della vita. L'inserimento nel mondo del lavoro e la maturazione biografica sembrano concorrere a spostare l'attenzione da una rappresentazione del successo prevalentemente individuale a una concezione nella quale il lavoro costituisce uno degli elementi attraverso cui costruire un equilibrio complessivo tra dimensione professionale, economica e familiare. Il valore attribuito alla sicurezza economica non viene meno; esso viene piuttosto reinterpretato all'interno di una più ampia idea di responsabilità, che comprende anche la presenza nella vita familiare e la condivisione dei compiti di cura.

4.3. *Il congedo di paternità e la progressiva ridefinizione del paradigma del* breadwinner

Questa lettura consente di comprendere anche il rilievo attribuito al congedo di paternità all'interno della ricerca. La sua valorizzazione, secondo la chiave di lettura da ultimo proposta, non appare come un semplice indicatore di maggiore sensibilità verso la genitorialità, ma come il segnale di una progressiva ridefinizione del rapporto tra lavoro e famiglia nella costruzione di un idealtipo maschile. Il congedo rappresenta, infatti, uno dei pochi istituti capaci di mettere concretamente in discussione la tradizionale separazione tra il ruolo produttivo dell'uomo e quello riproduttivo della donna, offrendo agli uomini la possibilità di esercitare la cura senza essere costretti a rinunciare alla propria identità professionale. Proprio per questo motivo, la sua rile-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

vanza simbolica eccede la dimensione del diritto individuale e investe più complessivamente il modello di organizzazione del lavoro e delle relazioni familiari.

Questa lettura appare coerente anche con un ulteriore dato emerso nella ricerca. La quota molto contenuta di intervistati che ritiene auspicabile attribuire priorità alla carriera rispetto alla famiglia (27% dei ragazzi che non lavorano e 12% dei ragazzi che lavorano) o ricorrere a comportamenti opportunistici per ottenere successo professionale (23% dei ragazzi che non lavorano e 13% dei ragazzi che lavorano) suggerisce che la competizione non costituisce un valore autonomo, ma è subordinata a un più generale progetto di realizzazione personale.

Alla luce di tali evidenze, il paradigma del *breadwinner* non appare semplicemente sostituito da un diverso modello di maschilità, ma viene progressivamente rinegoziato lungo il corso della vita. Le aspettative che accompagnano l'ingresso nel mercato del lavoro sembrano, infatti, differire da quelle che emergono quando il lavoro viene collocato entro un progetto esistenziale più ampio, nel quale trovano spazio la formazione di una famiglia, la genitorialità e la ricerca di un equilibrio tra responsabilità professionali e personali.

5. Conclusioni

L'analisi dei dati consente di formulare una considerazione conclusiva che, al tempo stesso, conferma la persistenza di alcuni tratti storici della costruzione della maschilità e ne evidenzia le profonde trasformazioni.

Il paradigma del *breadwinner*, assunto in questo contributo come chiave interpretativa delle relazioni tra lavoro, famiglia e identità maschile, non sembra essere superato. Esso continua a rappresentare il principale quadro simbolico entro cui i giovani collocano il rapporto tra maschilità e lavoro, poiché la responsabilità economica rimane il linguaggio privilegiato attraverso cui viene immaginata la realizzazione dell'uomo nella sfera pubblica e familiare.

Ciò che appare mutato è, piuttosto, il significato attribuito a tale responsabilità. Se nel modello tradizionale la capacità di garantire il sostentamento economico costituiva il fondamento di una distribuzione

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

gerarchica dei ruoli tra uomini e donne, i dati della ricerca suggeriscono che questa funzione legittimante sia oggi progressivamente indebolita. I risultati della ricerca sembrano suggerire che la dimensione economica continui a occupare una posizione centrale nella costruzione dell'identità maschile, pur non costituendo più il principale fondamento simbolico di una distribuzione gerarchica dei ruoli all'interno della famiglia. La sicurezza economica permane quale forma di responsabilità, più che quale fonte di potere.

Alla luce di quanto emerso, il contributo più significativo della ricerca non consiste nell'individuare un nuovo modello di maschilità destinato a sostituire quello precedente, bensì nel mettere in luce una fase di transizione nella quale categorie tradizionali e aspettative emergenti convivono e si rinegoziano reciprocamente. La centralità del lavoro permane, ma viene progressivamente integrata con una diversa concezione della paternità, della presenza nella vita familiare e della condivisione delle responsabilità di cura. L'idealtipo maschile appare così collocarsi in uno spazio intermedio, nel quale il successo professionale non viene negato, ma perde progressivamente il carattere di criterio esclusivo attraverso cui misurare il valore sociale dell'uomo.

Proprio questa tensione tra continuità e trasformazione rappresenta, probabilmente, il risultato più rilevante della ricerca. Le rappresentazioni sociali sembrano infatti evolvere più rapidamente delle istituzioni e delle organizzazioni del lavoro chiamate a sostenerle. La crescente legittimazione della corresponsabilità familiare si confronta ancora con modelli organizzativi costruiti attorno all'idea di un lavoratore pienamente disponibile e privo di responsabilità di cura. In questo senso, il futuro della trasformazione della maschilità dipenderà non soltanto dall'evoluzione degli immaginari collettivi, ma anche dalla capacità del diritto del lavoro, delle politiche pubbliche e del welfare organizzativo di accompagnare questo cambiamento.

Questa lettura consente di precisare come il paradigma del *breadwinner* non venga meno, ma assuma contenuti parzialmente diversi rispetto al modello tradizionale. Il tratto distintivo della maschilità contemporanea non sembra più risiedere nella funzione di unico percettore di reddito, né nella superiorità economica rispetto alla partner, quanto piuttosto nella dichiarata aspirazione ad integrare la dimensio-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ne economica e i compiti di cura all'interno di un progetto di vita fondato sulla corresponsabilità.

È in questa ridefinizione del rapporto tra lavoro, reddito e relazioni familiari che si gioca, probabilmente, una delle trasformazioni più significative delle identità di genere contemporanee.

In tale scenario, lo studio delle rappresentazioni della maschilità può offrire spunti significativi per comprendere se e in quale misura stiano maturando le condizioni sociali attraverso cui il principio costituzionale di eguaglianza possa trovare una più piena realizzazione anche nella divisione del lavoro, nella famiglia e, più in generale, nelle relazioni tra i generi.

Riferimenti bibliografici

Ipsos, «I giovani e i nuovi modelli maschili. Risultati della ricerca per il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere», presentazione al festival "Il Tempo delle Donne"», Triennale di Milano, 12 settembre 2025.

MacKinnon C.A., *Toward a Feminist Theory of the State*, Cambridge University Press, 1989.

Pateman C., *Il contratto sessuale*, Editori Riuniti, 1997.

Pezzini B., *Costituzione italiana e uguaglianza dei sessi. Il principio antisubordinazione di genere*, in B. Pezzini, A. Lorenzetti (a cura di), *70 anni dopo tra uguaglianza e differenza. Una riflessione sull'impatto del genere nella Costituzione e nel costituzionalismo*, Giappichelli, 2019, pp. 3-4.

Rubio Marin R., *Global Gender Constitutionalism and Women's Citizenship. A Struggle for Transformative Inclusion*, Cambridge University Press, 2022.

Rudan P., *Il centro eccentrico. Le donne, il femminismo e il soggetto a senso unico*, in *Filosofia politica*, n. 3, 2011, pp. 365 ss.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Maschilità e potere: come i giovani uomini gestiscono le dinamiche di dominio

Sveva Magaraggia

Sommario: 1. Il potere in transizione: dominio o relazione? – 2. La grammatica emotiva del nuovo potere maschile – 3. Ciò che resiste: i vecchi codici – 4. Lo sguardo femminile e la caduta dello specchio magnificante – 4.1. Il potere oltre il cambiamento – 5. Una responsabilità maschile.

1. Il potere in transizione: dominio o relazione?

Che cosa intendiamo, oggi, quando parliamo di potere maschile? Per gran parte del Novecento la risposta implicita è stata univoca: potere come capacità di imporre la propria volontà nonostante la resistenza altrui, secondo la definizione weberiana che ha attraversato indenne generazioni di studi sulle relazioni di genere. È una definizione che colloca la forza fisica, economica o simbolica al centro dell'esperienza maschile, e che per molto tempo ha reso quasi impensabile un potere che non passasse dal dominio. Esistono tuttavia altre grammatiche del potere. Hannah Arendt, in un testo fondante per la teoria politica femminista, distingue nettamente potere e violenza: il potere, per Arendt (1970), è la capacità umana di agire di concerto, non la capacità di un singolo di imporsi con la forza, e la violenza entra in scena proprio quando il potere viene meno. Michel Foucault (1978), da un'altra angolatura, ci ha insegnato a pensare al potere non come un possesso ma come una rete di relazioni diffuse, che si esercita più che detenersi.

Queste prospettive sono bussole utili per leggere i dati del sondaggio, perché entrambe permettono di uscire dall'equazione, tanto scontata

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

quanto ideologica, tra maschilità, potere e forza fisica. Un sondaggio è un dispositivo che permette di fotografare le opinioni dichiarate più che le pratiche agite, e in questo caso ha restituito con chiarezza inattesa una tensione che chi studia le maschilità contemporanee sospetta da tempo: siamo nel bel mezzo di una fase di transizione, non dentro un cambiamento compiuto. Le fasi di transizione sono per definizione ambivalenti, sono un "non più" e al contempo un "non ancora".

La mia impressione, nel leggere i dati sul potere, è che i giovani uomini italiani non abbiano abbandonato l'idea del potere come dominio, ma che, a questa visione, abbiano affiancato un vocabolario nuovo, fatto di mediazione, ascolto, capacità di cedere. Il risultato non è un modo di fare i maschi nuovo che rimpiazza le vecchie abitudini, bensì una convivenza contradditoria tra due repertori culturali diversi, attivati a seconda del contesto, dell'interlocutore, della posta in gioco. È in questa convivenza che si gioca la partita del cambiamento.

Vale la pena soffermarsi ancora un momento sulla distinzione arendtiana, perché capace di fornirci delle chiavi interpretative preziose. Per Arendt (1996), potere e violenza non sono gradi diversi dello stesso fenomeno, sono fenomeni diversi: il potere nasce dalla pluralità umana e dalla capacità di agire insieme, mentre la violenza è sempre uno strumento che richiede mezzi (ivi pag. 10), si esercita su un singolo o su pochi, ed è tanto più necessario quanto più il potere, inteso come consenso e capacità di azione condivisa, viene meno (ivi 69-70). Se applichiamo questa distinzione nella lettura dei dati capiamo come il 66% dei giovani uomini che rifiuta la violenza non stia semplicemente esprimendo un valore pacifista astratto: sta, implicitamente, riconoscendo che il potere autentico, quello che nella teoria appena esposta permette di agire in un mondo condiviso con altri, non ha bisogno della violenza per affermarsi. È una lettura che rovescia il senso comune, per cui la violenza sarebbe la forma più intensa del potere maschile, mostrando invece come essa ne segnali, semmai, la crisi o l'assenza.

Anche l'impianto foucaultiano merita una precisazione: la sua intera opera indaga come il potere produca soggetti disciplinati e insiste sul fatto che il potere non è mai la proprietà esclusiva di un gruppo (gli uomini) da esercitare su un altro (le donne): è una rete capillare che attraversa i corpi, i discorsi, le istituzioni, e che per questo può essere

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

anche contestata, negoziata, spostata dal basso. Questo ci offre un'ulteriore chiave interpretativa per i dati che andremo ad analizzare: se il potere è relazione diffusa più che possesso, allora uno spostamento (parziale) nell'immaginario di potere delle nuove generazioni è più che un dettaglio di costume, è un movimento reale dentro i rapporti di forza tra i generi.

Un'ultima premessa di metodo. La survey indaga tre livelli distinti, che è importante tenere separati: l'immaginario condiviso su come un uomo oggi "dovrebbe" gestire il potere; l'autopercezione dei giovani uomini rispetto ai medesimi tratti; e la percezione che le giovani donne hanno dei propri coetanei sugli stessi tratti. È la distanza tra questi tre livelli a raccontare la storia più interessante, come vedremo soprattutto nel paragrafo dedicato al confronto tra sguardo maschile e sguardo femminile.

Bisogna infine collocare tutta questa analisi dentro una cornice più ampia, quella che Raewyn Connell (1990) chiama *ordine di genere*: non una somma di atteggiamenti individuali, ma una struttura storicamente sedimentata di rapporti tra i generi che regola l'accesso al lavoro, alla cura, alla rappresentanza politica, al riconoscimento pubblico. Questa consapevolezza per noi significa che le opinioni che i giovani uomini dichiarano su un questionario non nascono nel vuoto: riflettono, e in parte anticipano, tensioni che attraversano quell'ordine più ampio, come la crescente presenza femminile nell'istruzione superiore e nel mercato del lavoro qualificato, la trasformazione delle famiglie, la messa in discussione pubblica, mediatica e politica del modello patriarcale tradizionale. I dati Ipsos sono un termometro puntuale di un cambiamento che precede ed eccede questo scenario di trasformazione strutturale.

2. La grammatica emotiva del nuovo potere maschile

Il primo dato che colpisce, guardando la tabella 4, p. 22, è la centralità che i giovani uomini attribuiscono a competenze relazionali che la tradizione non avrebbe mai associato al potere maschile. Il 46% ritiene molto importante saper mediare nei conflitti e trovare una soluzione pacifica; una quota identica, il 46%, valorizza l'affrontare i conflitti *a*

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

testa alta, senza evitarli né reprimerli; il 45% riconosce l'importanza di fare un passo indietro quando serve; il 44% quella di saper perdonare e andare avanti. E soprattutto, come anticipato nel paragrafo precedente, il 66%, quindi la maggioranza assoluta del campione, afferma che la violenza non va mai usata (vedi tabella a pagina 22).

Ci troviamo di fronte a quella che la letteratura più recente chiama *care masculinities*, maschilità di cura: modelli identitari maschili che integrano valori relazionali, attenzione ed empatia senza percepirli come una minaccia alla propria identità di genere (Elliott, 2016). Non si tratta di un dettaglio lessicale. Se il potere si definisce anche attraverso la capacità di mediare e di cedere, il potere smette di essere un bene scarso che si possiede togliendolo a un altro o a un'altra e diventa una competenza che si esercita *con* l'altro.

bell hooks (2004) ha scritto pagine pungenti sul prezzo che gli uomini pagano per aderire al modello dominante di maschilità: la rinuncia alla vita emotiva, l'incapacità di amare, la solitudine strutturale del maschio che non può mostrarsi vulnerabile. Per hooks, il cambiamento maschile passa esattamente da qui: dalla possibilità di costruire un io maschile che non tema la propria interiorità, che sappia "riconoscere e nominare i propri sentimenti invece di reprimerli" (ivi, p. 27). I dati Ipsos suggeriscono che una parte consistente dei giovani uomini italiani si sta muovendo, almeno a livello dichiarativo, in questa direzione.

Va detto, però, che si tratta di un lavoro identitario faticoso, non di un'acquisizione spontanea. Dichiarare di saper mediare, di saper perdonare, di rifiutare la violenza implica un processo di risocializzazione che mette in discussione disposizioni profondamente incorporate. Le pratiche attraverso cui gli uomini hanno imparato a esercitare il potere e a costruire il proprio riconoscimento sono infatti il prodotto di una lunga sedimentazione culturale e biografica, e proprio per questo risultano difficili da trasformare. Ciò non significa, tuttavia, che tale cambiamento sia necessariamente vissuto come una rinuncia: quando diventa possibile sperimentare modalità di relazione e di esercizio del potere più coerenti con i propri desideri e meno vincolate agli imperativi della maschilità egemonica, questa trasformazione può aprire a forme di soggettività percepite come più autentiche e maggiormente generative.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Resta poi da chiedersi da dove nasca questo spostamento generazionale. La mia ipotesi, che meriterebbe verifiche più sistematiche, è che vi concorrano almeno tre fattori: l'esposizione, fin dall'infanzia, a modelli educativi e scolastici che promuovono esplicitamente competenze socio-emotive; la crescente presenza femminile in posizioni di autorità quotidiana che normalizza l'idea che l'autorevolezza non richieda necessariamente i tratti tradizionali della forza; e, infine, il dibattito pubblico sulla violenza di genere che negli ultimi anni ha contribuito a delegittimare la forza fisica come attributo maschile legittimo. A queste dinamiche strutturali se ne affianca però un'altra, meno osservabile ma altrettanto rilevante: la crescente legittimazione del desiderio, da parte di molti uomini, di stare meglio nelle proprie relazioni e con se stessi, riconoscendo e attraversando la complessità della propria vita emotiva senza viverla come una minaccia alla propria identità di genere. Le diverse spinte convergono verso l'adozione di un vocabolario più relazionale, e verso la possibilità di immaginare forme di soggettività maschile in cui la competenza emotiva, la vulnerabilità e la cura diventino risorse per una vita percepita come più piena e soddisfacente.

C'è poi un secondo aspetto che merita attenzione, ed è la coesistenza, all'interno della stessa dimensione, di due tratti apparentemente contraddittori: il 46% che valorizza la mediazione e il 46% che valorizza l'"affrontare i conflitti a testa alta, senza evitarli o reprimerli". Non siamo di fronte a due gruppi contrapposti di giovani uomini, si tratta, con ogni probabilità, delle stesse persone che tengono insieme, senza percepirle come incoerenti, l'idea che il conflitto vada affrontato apertamente e l'idea che vada disinnescato. È un'ulteriore prova che il nuovo vocabolario relazionale del potere non elimina la componente del confronto, la reinterpreta: non si tratta più di vincere lo scontro con la forza, ma di non fuggirlo, restando però capaci di ricomporlo. È una versione aggiornata dell'ideale virile della fermezza.

Torno sul rifiuto della violenza, il dato più netto di tutta la tabella 4, p. 22), con il suo 66%, non può essere sopravvalutato come indicatore di un cambiamento strutturale. Il rifiuto dichiarato della violenza fisica come strumento del potere maschile può convivere, come mostrerò più avanti, con forme più sottili di controllo, di svalutazione verbale, di micro-aggressioni quotidiane che la letteratura femminista chiama da

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

tempo *continuum della violenza*: la violenza fisica è solo l'estremità più visibile di uno spettro che comprende comportamenti normalizzati e raramente riconosciuti come tali da chi li agisce. Il fatto che due terzi degli intervistati rifiutino la violenza in senso stretto non ci dice nulla, di per sé, sulla persistenza di dinamiche di controllo meno appariscenti.

3. Ciò che resiste: i vecchi codici

Se ci fermassimo qui, la lettura sarebbe consolatoria e, temo, ingenua. Perché accanto ai tratti relazionali, la tabella mostra la persistenza robusta di indicatori più tradizionali: il 40% dei giovani uomini considera fondamentale comunicare in modo assertivo, il 26% ritiene che non si debba mai apparire deboli, il 23% legittima l'alzare la voce quando serve, e un 17% legittima l'uso della violenza se necessario. Non sono percentuali marginali: il 17% sulla violenza, in particolare, riguarda quasi un giovane uomo su cinque.

La studiosa australiana Raewyn Connell ha proposto di leggere questi dati come espressione di una configurazione di pratiche storicamente situata, da lei definita *maschilità egemonica*: non un insieme di caratteristiche proprie degli uomini, ma il modello culturale di maschilità che, in un determinato contesto storico e sociale, legittima e rende desiderabile la posizione dominante degli uomini sulle donne e la gerarchizzazione tra diverse forme di maschilità (Connell e Messerschmidt, 2005): la maschilità egemonica "ha incarnato il modo attualmente più onorevole di essere un uomo, e ha richiesto a tutti gli altri uomini di prendere posizione in relazione ad essa, e ha ideologicamente legittimato la subordinazione globale delle donne agli uomini" (Connell e Messerschmidt 2005, 832).

È una configurazione di pratiche che non richiede che tutti gli uomini la incarnino integralmente: richiede che tutti gli uomini la riconoscano come modello di riferimento, anche quando non riescono o persino non desiderano aderirvi del tutto. Ecco perché convivono, nello stesso campione e talvolta nello stesso individuo, il 66% che rifiuta la violenza e il 40% che continua a considerare l'assertività un tratto fondamentale: non sono necessariamente in contraddizione, sono due strati della stessa struttura culturale.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Michael Kimmel ha aggiunto un tassello decisivo a questa lettura, mostrando come la maschilità normativa si costruisca soprattutto nello sguardo di altri uomini: gli uomini, scrive Kimmel (1994), recitano la propria mascolinità per un pubblico maschile, temendo il giudizio di altri uomini più che quello delle donne. È l'omosocialità il vero teatro di legittimazione della virilità tradizionale. Questo spiega perché tratti come *non apparire deboli* o *alzare la voce quando serve* restino così vitali: non servono, principalmente, a impressionare le donne, ma a non perdere la faccia davanti ad altri uomini.

Vale la pena approfondire perché il concetto di maschilità egemonica, così come riformulato da Connell insieme a James Messerschmidt nel 2005, resti uno strumento così efficace. Gli autori insistono su un punto spesso frainteso: la maschilità egemonica descrive il modello culturalmente più onorato, quello rispetto al quale tutte le altre maschilità, comprese quelle subordinate o marginalizzate, vengono collocate gerarchicamente. Non descrive il comportamento più diffuso tra gli uomini, anzi spesso è un ideale incarnato solo da una minoranza. Applicato ai nostri dati, questo significa che anche il giovane uomo che dichiara di rifiutare la violenza e di saper mediare continua a misurarsi con un modello egemonico che premia fermezza e autocontrollo emotivo mostrato all'esterno: da qui la persistenza, non contraddittoria ma strutturale, del 40% che valorizza l'assertività.

A questo si aggiunge un ulteriore elemento teorico, utile a spiegare la persistenza di questi tratti anche in una generazione che si dichiara più aperta: la teoria della *precarious manhood*, della maschilità precaria. A differenza della femminilità, che nella maggior parte delle culture occidentali è pensata come uno stato naturale e stabile, la maschilità viene rappresentata come uno status da conquistare attraverso prove pubbliche e da difendere costantemente, perché può sempre essere messo in dubbio e perduto[1]. Se il proprio status di uomo è precario per definizione, allora i segnali di forza (come la voce alzata, il rifiuto di apparire deboli, persino la disponibilità residua alla violenza) funzionano

1. J.A. Vandello, J.K. Bosson, *Hard Won and Easily Lost: A Review and Synthesis of Theory and Research on Precarious Manhood*, in *Psychology of Men & Masculinity*, vol. 14, n. 2, 2013, pp. 101-113; E. Giomi, S. Magaraggia, *Male and Female Violence in Popular Media*, Bloomsbury Academic, 2022.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

come risorse difensive attivabili quando quello status viene percepito come minacciato. Il modello relazionale descritto nel paragrafo precedente convive con un modello difensivo che si riattiva nei momenti di insicurezza identitaria: due repertori, non due tipi di uomini.

Questo doppio registro spiega anche perché il 17% che legittima la violenza "se necessario" non vada trattato come una frangia patologica isolata dal resto del campione, ma come l'estremità più esplicita di un *continuum* che attraversa, in forme più sfumate, quote ben più larghe di intervistati. Chi considera fondamentale non apparire mai debole, e chi legittima l'alzare la voce quando serve, condivide con quel 17% la stessa premessa culturale anche se si ferma prima dell'ultimo gradino della scala: entrambi pensano che la maschilità vada difesa attivamente, con mezzi che vanno dal controllo verbale fino alla forza fisica. È un *continuum* di legittimazione, non una soglia netta tra uomini violenti e uomini non violenti; una prospettiva che la letteratura femminista sulla violenza, penso in particolare al lavoro pionieristico di Liz Kelly (1987) sul *continuum* della violenza sessuale, ci ha insegnato ad applicare ben oltre i casi eclatanti.

4. Lo sguardo femminile e la caduta dello specchio magnificante

Il dato più interessante, anche in questo caso, emerge dal confronto tra ciò che i giovani uomini dichiarano di possedere e ciò che le loro coetanee riconoscono loro (Tabella 5, p. 24). Il delta è impressionante e sistematicamente orientato in una direzione: le ragazze non riconoscono ai giovani uomini proprio quelle qualità pacificatrici e riflessive che loro dichiarano di possedere. Ad esempio, la capacità di mediare passa dal 38% degli uomini che ritengono di possedere questa caratteristica quando gestiscono le dinamiche di potere, al 6% delle donne che la riconoscono agli uomini, un delta di 32 punti; il fare un passo indietro crolla di 23 punti; il perdonare di 24. Specularmente, l'allineamento tra l'autopercezione maschile e lo sguardo delle coetanee è maggiore proprio in corrispondenza dei tratti più tradizionali e problematici della maschilità. Le ragazze riconoscono nei loro coetanei, più di quanto essi stessi facciano, la tendenza a evitare di apparire deboli (+16 punti), ad

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

alzare la voce quando serve (+11) e, soprattutto, a ricorrere alla violenza (+20). Un dato che suggerisce come, al di là dell'ideale dichiarato, siano proprio le pratiche più riconducibili alla maschilità egemonica a risultare maggiormente visibili e riconoscibili nelle interazioni quotidiane (vedi *Tab. 5 – L'immaginario maschile nel gestire le dinamiche di potere: auto-percezione e sguardo femminile a confronto, p. 24).*

Questa frattura percettiva tocca un meccanismo di riproduzione simbolica della maschilità che la teoria femminista ha analizzato a lungo. Questo iato mi ha ricordato un insegnamento di Virginia Woolf che nel 1929, quasi un secolo fa, descriveva le donne come uno *specchio magnificante* (looking-glasses) della civiltà: lo sguardo femminile è stato lo specchio che per secoli ha restituito agli uomini un'immagine ingigantita di sé: della propria forza, del proprio valore, della propria centralità (Woolf 2012, pp. 45-46). Se leggiamo i nostri dati alla luce di questa immagine, ciò che emerge è che lo specchio, oggi, restituisce un riflesso molto meno generoso. Le ragazze non magnificano più: registrano le contraddizioni.

Il sociologo francese Pierre Bourdieu ci offre uno strumento concettuale utile per comprendere perché questo rappresenti un cambiamento cardinale. Per Bourdieu (1998), il potere simbolico maschile non si sostiene soltanto attraverso la forza o l'imposizione, ma grazie al riconoscimento di chi lo subisce. Opera infatti attraverso un processo di *misconoscimento*, per cui i rapporti di dominio vengono percepiti come naturali, inevitabili e persino legittimi tanto da chi li esercita quanto da chi li subisce. Questo misconoscimento non è il prodotto di una falsa coscienza o di un errore di valutazione: nasce dall'incorporazione, nel corso della socializzazione, degli stessi schemi di percezione e di giudizio che strutturano il rapporto di dominio. Donne e uomini finiscono così per interpretare il mondo, i corpi e le relazioni attraverso le categorie prodotte dalla dominazione stessa, contribuendo inconsapevolmente alla sua riproduzione. È in questo senso che, per Bourdieu, la dominazione simbolica agisce soprattutto attraverso il corpo e le emozioni, attraverso quelle che definisce le "passioni", più che mediante atti pienamente coscienti. Nel linguaggio di Virginia Woolf, questo processo si manifesta nella "magnificazione": lo specchio che riflette

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

gli uomini "due volte più grandi del naturale"[2] non funziona perché le donne scelgano consapevolmente di ingigantirli, bensì perché esse stesse sono state socializzate entro un ordine simbolico che attribuisce naturalmente maggiore valore al maschile.

Bourdieu aggiunge poi un altro punto decisivo: questo ordine simbolico può reggersi solo finché lo sguardo che lo osserva collabora, più o meno inconsapevolmente, alla sua naturalizzazione (Ivi, p. 68). Se quello sguardo diventa critico, quindi se le donne smettono di restituire un'immagine ingigantita e cominciano a nominare le fragilità dei ragazzi, le fondamenta simboliche dell'ordine di genere iniziano a vacillare, non perché sia cambiato il comportamento maschile: a essere cambiato è lo sguardo che l'osserva.

Judith Butler (1990) aggiunge un ulteriore livello di comprensione, insegnandoci che il genere non è un'essenza ma una *performance* che va ripetuta continuamente, mai acquisita una volta per tutte, e che dipende in modo strutturale dalla convalida di un pubblico. Se il pubblico smette di applaudire il copione tradizionale della forza e della fermezza, la maschilità egemonica rischia di mostrarsi per quello che è: una costruzione tenuta insieme dalla ripetizione e dalla complicità sociale, non da un fondamento naturale.

Va precisato che, anche per Butler, il pubblico principale per la performance della maschilità tradizionale, come abbiamo visto discutendo Kimmel nel paragrafo precedente, è soprattutto omosociale: sono altri uomini, prima ancora delle donne, il pubblico che convalida il copione della forza. Questo però non riduce la portata di questo iato registrato dai dati Ipsos, la sposta semmai su un piano ancora più interessante: se anche il pubblico femminile, che non è quello primariamente cercato e valorizzato, smette di restituire conferma, viene meno un secondo canale di legittimazione. La maschilità egemonica, per riprodursi integralmente, ha storicamente avuto bisogno di una doppia convalida: quella orizzontale degli altri uomini e quella, più discreta ma non meno strutturale delle donne come pubblico che dà valore, attraverso l'attrazione, l'ammirazione o anche solo l'accondiscendenza, alla performance virile. Quando entrambi i canali si incrinano contemporaneamente la tenuta complessiva del modello egemonico si indebolisce in modo

2. V. Woolf, *Una stanza tutta per sé*, Feltrinelli, 2012, p. 46.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

più significativo che se venisse meno uno solo dei due. Possiamo presumere forse che anche lo sguardo omosociale, così prezioso per i ragazzi, sia meno magnificante per via della crescente varietà di modelli maschili che coesistono.

Queste crepe all'interno del mondo delle maschilità emergono anche nell'analisi della *manosphere*, in cui è palese una narrazione di crisi della maschilità che si alimenta esattamente di questa perdita di complicità femminile: quando lo sguardo delle donne smette di restituire l'immagine potenziata, una parte minoritaria ma rumorosa di uomini non rielabora la propria maschilità in senso relazionale. Non avendo gli strumenti per farlo, reagisce con risentimento, rivendicando un ordine di genere percepito come perduto[3]. Il 17% che nella Tabella 1 legittima ancora la violenza *se necessario* non va letto come un residuo statistico trascurabile: è, con ogni probabilità, il bacino potenziale di questa retorica difensiva.

Axel Honneth (2002) ci aiuta a mettere a fuoco la posta psicologica e sociale in gioco: l'identità si costituisce attraverso relazioni di riconoscimento reciproco e, quando il riconoscimento atteso viene negato o ritirato, la reazione tipica non è la rielaborazione pacifica dell'identità ma il risentimento, la rivendicazione rabbiosa di uno status percepito come dovuto. I dati Ipsos non raccontano soltanto un disallineamento percettivo tra ragazze e ragazzi: raccontano l'apertura di uno spazio in cui la maschilità può essere ridefinita, ma che può anche essere occupato da narrazioni regressive, se gli uomini non se ne fanno carico in prima persona.

È importante non confondere due piani distinti, che il dibattito pubblico italiano tende invece a sovrapporre con eccessiva facilità: la manosfera non è la causa della persistenza dei tratti tradizionali che leggiamo in tabella 4, ne è piuttosto un sintomo estremizzato e organizzato

3. G. Vingelli, Crisi della mascolinità e risentimento antifemminista nel discorso pubblico contemporaneo, in *aut aut*, n. 382, 2019, pp. 112-129; A. Dordoni, S. Magaraggia, Modelli di maschilità nei gruppi online Incel e Red Pill: narrazione vittimistica di sé, deumanizzazione e violenza contro le donne, in *AG AboutGender. Rivista internazionale di studi di genere*, vol. 10, n. 19, 2021, pp. 35-67; A. Dordoni, *Incels in the Italian Manosphere: Labour Conditions, Social Exclusion and Self-Victimization*, Emerald, 2026.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

in comunità online. La maggioranza dei giovani uomini che, nel nostro campione, dichiara di apprezzare l'assertività o di non voler apparire debole non frequenta forum incel. Questa maggioranza silenziosa condivide però con le minoranze più radicalizzate lo stesso terreno culturale su cui la manosfera innesta la propria narrazione più tossica. Per questi mondi la maschilità è uno status da difendere. È per questo che la ricerca sulla manosfera, per quanto riguardi fenomeni di nicchia, ci parla anche del *mainstream*: ne rende visibile, portandola alle estreme conseguenze, una logica che nel resto della popolazione resta più temperata ma non del tutto assente.

Il contesto italiano aggiunge un ulteriore elemento di specificità. Come emerge da numerosi recenti studi, i giovani uomini italiani si trovano a orientarsi in uno spazio pubblico in cui i modelli di maschilità proposti sono spesso contraddittori: da un lato una comunicazione politica e istituzionale che talvolta rivaluta esplicitamente tratti di autorità e fermezza tradizionali, dall'altro un ecosistema mediale e social che offre, contemporaneamente, tanto figure di uomini più aperti ed emotivamente disponibili quanto influencer che rilanciano con successo la retorica della maschilità aggressiva. Queste tensioni aiutano a spiegare l'ambivalenza dei dati Ipsos meglio di qualunque ipotesi di semplice progresso lineare.

4.1. Il potere oltre il cambiamento

Per comprendere appieno la portata politica dello iato percettivo descritto, è necessario operare una lettura trasversale e combinata delle due tabelle. Se la prima tabella isola l'orizzonte normativo astratto (il dover essere dell'immaginario), la seconda scompone tale orizzonte nelle sue componenti relazionali, svelando una profonda asimmetria tra l'adesione cognitiva ai nuovi codici e la persistenza delle strutture materiali del dominio. Il dato che emerge con maggiore urgenza analitica concerne *l'item* cruciale per la riproduzione dell'ordine patriarcale: «Essere disposto a cedere il controllo e a condividere il potere».

Nella Tabella 4, solo il 35% dei giovani uomini ritiene che questa caratteristica sia 'molto' necessaria per gestire le dinamiche di potere

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

nel mondo contemporaneo, a fronte di un consistente 33% che la considera 'per niente' rilevante. Già in questa prima istantanea si ravvisa il punto di arresto della transizione generazionale: la disponibilità emotiva e la retorica della cura sembrano accettabili finché si configurano come un extra della soggettività maschile, ma incontrano una resistenza granitica quando investono la dimensione materiale e simbolica del privilegio.

Quando tuttavia si passa alla Tabella 5, assistiamo a un vero e proprio collasso percettivo: la quota di ragazze coetanee che riconosce nei giovani uomini una reale inclinazione a «cedere il controllo e a condividere il potere» precipita al 10%, registrando un differenziale negativo drammatico (17 punti). Questa forbice non descrive semplicemente un deficit di comunicazione, ma illumina un meccanismo che la sociologia critica femminista definisce come l'emergere delle *maschilità ibride*[4]. Secondo questa prospettiva, i modelli egemonici contemporanei non si rigenerano attraverso la rigida reiterazione dei vecchi codici machisti, bensì appropriandosi selettivamente di istanze storicamente codificate come femminili, quali l'empatia, l'ascolto, la sensibilità ecologica o la stessa declamazione del pacifismo. Questa appropriazione selettiva ha il fine di occultare e perpetuare le asimmetrie di potere strutturali. L'uomo 'nuovo' impara a performare la morbidezza del linguaggio per assicurarsi la titolarità del comando. Si assiste, per usare le categorie di Nancy Fraser (2013), a una forma di neoliberismo culturale applicato al genere, in cui il lessico dell'emancipazione viene sussunto per disinnescarne la carica conflittuale e trasformativa.

La lettura incrociata dei dati evidenzia come i giovani uomini abbiano interiorizzato la sanzione sociale che colpisce le manifestazioni più grossolane del patriarcato, ma non abbiano minimamente disinvestito dai dividendi del patriarcato stesso[5]. La condanna della violenza fisica coesiste con l'indisponibilità a rinunciare al controllo. Dal punto di vista strutturale, cedere il controllo significa redistribuire risorse ma-

4. T. Bridges, C.J. Pascoe, *Hybrid Masculinities: New Forms of Hegemony among Globally Privileged Men*, in *Sexualities*, vol. 17, n. 3, 2014, pp. 246-258.

5. R.W. Connell, *Maschilità. Pluralità e mutamento delle identità mascoline*, Feltrinelli, 2005; Id., *Change among the Gatekeepers: Men, Masculinities, and Gender Equality in the Global Arena*, in *Signs*, vol. 30, n. 3, 2005.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

teriali, dividere equamente il carico del lavoro di cura non retribuito, accettare la leadership femminile nei contesti organizzativi e rinunciare allo statuto di arbitro ultimo della sfera relazionale. I dati Ipsos mettono a nudo la natura ancora epidermica di questa transizione: il vocabolario relazionale descritto nel secondo paragrafo funge da strategia di legittimazione, una risorsa retorica che permette di capitalizzare un'immagine pubblica progressista senza dover pagare il prezzo politico e sociale della rinuncia al privilegio.

Questo fenomeno si riverbera con chiarezza nella scissione macroscopica che caratterizza l'autopercezione maschile rispetto allo sguardo delle coetanee su tutti i tratti associati alla gestione pacifica del conflitto. Come osservato in precedenza, la capacità di mediare crolla dal 38% dell'autopercezione maschile al 6% della percezione femminile (Tabella 5). Siamo di fronte a ciò che potremmo definire una *scotomizzazione del dominio* da parte dei soggetti storicamente dominanti. Il potere non viene più tematizzato come posta in gioco delle relazioni di genere, ma viene oscurato da un linguaggio della cura, dell'empatia e della comunicazione che rende meno visibili le asimmetrie senza necessariamente modificarle. Un giovane uomo tende a percepire se stesso come 'purificato' dalle logiche patriarcali ('Io so mediare', 'Io non alzo la voce'), proiettando le dinamiche di prevaricazione (evitare di apparire debole, alzare la voce, ricorrere alla violenza) esclusivamente sull'altro da sé generico ('un uomo oggi' del questionario) o sui segmenti più radicalizzati e visibili della popolazione maschile, come le comunità virtuali della *manosphere*. Questa frammentazione del Sé maschile produce un effetto paralizzante sul piano politico. Se il patriarcato e la violenza relazionale sono sempre prerogative degli altri uomini, se l'autopercezione del singolo si auto-assolve ancorandosi a un'immagine idealizzata di sensibilità e cura, viene meno la possibilità di un'assunzione di responsabilità collettiva o individuale. Il dominio maschile si dematerializza nel discorso dei giovani uomini, trasformandosi in un fantasma sociologico che agisce ovunque ma non abita mai in nessuno nello specifico. Le giovani donne, al contrario, subendo l'impatto materiale di ciò che la sociologia chiama il *continuum delle micro-aggressioni* e del controllo

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

quotidiano[6], squarciano questo velo di auto-rappresentazione virtuosa. Il loro sguardo renitente a farsi specchio magnificante registra la discrepanza fondamentale tra le dichiarazioni di principio sull'uguaglianza e la concreta indisponibilità maschile a cedere quote reali di controllo.

5. Una responsabilità maschile

Torno, per chiudere, a Judith Butler e alla sua concettualizzazione del genere come performance fragile, mai compiuta una volta per tutte. Se il pubblico smette di applaudire i copioni tradizionali, la maschilità egemonica appare per quello che è sempre stata: una costruzione vuota.

Questo approfondimento quantitativo ci mostra, forse per la prima volta in modo così netto, che la complicità femminile non è più garantita: ed è proprio in questa incrinatura che si apre lo spazio per una ridefinizione radicale delle relazioni di potere tra i generi. Ma questo spazio, per quanto reso possibile dallo sguardo critico delle donne, non può essere occupato dalle donne stesse.

Il sociologo e attivista australiano Michael Flood (2015) insiste su un punto pienamente condivisibile: il cambiamento culturale nei modelli di maschilità richiede la partecipazione attiva degli uomini come agenti, non come destinatari passivi di una trasformazione pensata e condotta altrove. Raewyn Connell (2005) parla proprio di *gatekeepers* per descrivere gli uomini nelle posizioni di potere capaci di aprire o chiudere le porte al cambiamento. Questa metafora vale, in scala ridotta, per ogni giovane uomo che oggi si trova a scegliere quale delle due grammatiche del potere attivare.

La ridefinizione del potere maschile che i dati Ipsos lasciano intravedere trova dunque terreno fertile nello sguardo critico delle donne, ma deve essere assunta in prima persona dagli uomini, chiamati a mettere in discussione i propri privilegi e a riscrivere attivamente le forme della propria soggettività. Tutto questo può essere fatto se coinvolge la dimensione del piacere e non solo per compiacere un giudizio esterno.

6. L. Kelly, *The Continuum of Sexual Violence*, in J. Hanmer, M. Maynard (eds.), *Women, Violence and Social Control*, Macmillan, 1987, pp. 46-60; R. Solnit, *Gli uomini mi spiegano le cose*, Ponte alle Grazie, 2014.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Chiudo con un'osservazione che vuole essere una indicazione di lavoro. I dati discussi in questo capitolo riguardano opinioni dichiarate, non comportamenti osservati: sappiamo che tra ciò che si dichiara e ciò che si agisce, in materia di genere, la distanza può essere considerevole, e questo vale sia per il 66% che rifiuta la violenza sia per il 40% che rivendica l'assertività. Sarà compito di un approfondimento qualitativo verificare quanto di questa ambivalenza dichiarata si traduca in pratiche effettive di cambiamento, e quanto resti invece un aggiornamento del linguaggio che lascia intatte le gerarchie sostanziali. È una domanda aperta, consapevole che la sociologia della cultura ha il compito, oggi più che mai, di continuare a interrogare la distanza tra le parole e le pratiche del potere.

Riferimenti bibliografici

Arendt H., *Sulla violenza*, Guanda, 1996.

Bourdieu P., *Il dominio maschile*, Feltrinelli, 1998.

Bridges T., Pascoe C.J., *Hybrid Masculinities: New Forms of Hegemony among Globally Privileged Men*, in *Sexualities*, vol. 17, n. 3, 2014.

Butler J., *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Laterza, 2013.

Connell R.W., *Maschilità. Pluralità e mutamento delle identità mascoline*, Feltrinelli, 2005.

Connell J.W., *Messerschmidt, Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept*, in *Gender & Society*, vol. 19, n. 6, 2005.

Connell R.W., *Change among the Gatekeepers: Men, Masculinities, and Gender Equality in the Global Arena*, in *Signs*, vol. 30, n. 3, 2005.

Connell R.W., *The State, Gender, and Sexual Politics*, in *Theory and Society*, vol. 19, n. 5, 1990.

Demetriou D.Z., *Connell's Concept of Hegemonic Masculinity: A Critique*, in *Theory and Society*, vol. 30, n. 3, 2001.

Dordoni A., Magaraggia S., *Modelli di maschilità nei gruppi online Incel e Red Pill: narrazione vittimistica di sé, deumanizzazione e violenza contro le donne*, in *AG AboutGender. Rivista internazionale di studi di genere*, vol. 10, n. 19, 2021.

Dordoni A., *Incels in the Italian Manosphere: Labour Conditions, Social Exclusion and Self-Victimization*, Emerald, 2026.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Elliott K., *Caring Masculinities: Theorizing an Emerging Concept*, in *Men and Masculinities*, vol. 19, n. 3, 2016.
Flood M., *Work with men to end violence against women: a critical stocktake*, in *Culture, Health & Sexuality*, vol. 17, suppl. 2, 2015.
Foucault M., *La volontà di sapere. Storia della sessualità*, I vol., Feltrinelli, 1978.
Fraser N., *Fortune del femminismo. Dal capitalismo statale alla crisi neoliberista*, Ombre Corte, 2013.
Giomi E., Magaraggia S., *Male and Female Violence in Popular Media*, Bloomsbury Academic, 2022.
Honneth A., *Lotta per il riconoscimento*, il Saggiatore, 2002.
b. hooks, *The Will to Change. Men, Masculinity, and Love*, Atria Books, 2004.
Kelly L., *The Continuum of Sexual Violence*, in J. Hanmer, M. Maynard (eds.), *Women, Violence and Social Control*, Macmillan, 1987.
Kimmel M., *Masculinity as Homophobia: Fear, Shame and Silence in the Construction of Gender Identity*, in H. Brod, M. Kaufman (eds.), *Theorizing Masculinities*, Sage, 1994.
R. Solnit, *Gli uomini mi spiegano le cose*, Ponte alle Grazie, 2014.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Parte terza
Amori, relazioni, emozioni

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Relazioni affettive e nuovi modelli di maschilità. Una lettura dei dati IPSOS attraverso la psicologia sociale dei legami familiari

Raffaella Iafrate

Sommario: 1. Introduzione – 2. La relazione di coppia come spazio di costruzione identitaria – 3. Il superamento degli stereotipi tradizionali di genere – 4. Le discrepanze di genere: il divario tra percezione maschile e femminile – 5. Giovani, virtualità e sfide della tecnologia – 6. Il ruolo educativo del mondo adulto – 7. Verso una cultura della reciprocità – 8. Conclusioni.

1. Introduzione

Le profonde trasformazioni sociali e culturali degli ultimi decenni hanno inciso in maniera significativa sui modelli identitari maschili e femminili, ridefinendo le modalità attraverso cui le giovani generazioni interpretano le relazioni affettive, la costruzione della coppia e il rapporto con la famiglia. Il tema della maschilità contemporanea, oggi al centro del dibattito pedagogico, psicologico, sociologico e culturale, si intreccia inevitabilmente con la crisi dei modelli tradizionali di genere, con l'emergere di nuove sensibilità relazionali e con le tensioni prodotte da una società caratterizzata da crescente individualizzazione, fluidità dei legami e trasformazione tecnologica.

I dati della ricerca IPSOS *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025)[1] offrono uno spunto particolarmente interessante per riflettere sui pro-

1. La versione integrale dei dati è disponibile nel qrcode di cui in premessa al volume. I riferimenti ai grafici contenuti nel testo si riferiscono a grafici presenti nella presentazione dei dati accessibile tramite QR code, cui si rimanda.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

cessi identitari delle nuove generazioni e sul modo in cui i giovani uomini percepiscono oggi il proprio ruolo all'interno delle relazioni di coppia. Le evidenze raccolte mostrano infatti una rappresentazione della maschilità in evoluzione, nella quale convivono elementi di continuità con il passato e segnali di cambiamento nelle aspettative relazionali, nella gestione del potere, del lavoro e della sfera affettiva.

Dal punto di vista della psicologia sociale della famiglia, le relazioni affettive costituiscono uno dei principali contesti di costruzione dell'identità personale e sociale. È infatti nel rapporto con l'altro che il soggetto sperimenta riconoscimento, reciprocità, differenza e appartenenza, elaborando progressivamente una rappresentazione di sé come partner e come membro di una relazione significativa.

Come mostrano i risultati relativi alla dimensione dell'amore, i giovani attribuiscono particolare valore alla lealtà, alla fedeltà, alla capacità di chiedere scusa, alla comunicazione aperta delle emozioni e a una gestione più condivisa della vita quotidiana e delle responsabilità economiche della coppia. Tali risultati sembrano delineare, almeno sul piano ideale, una rappresentazione della maschilità maggiormente orientata alla relazione, alla cura e alla reciprocità rispetto ai modelli tradizionali.

Si tratta di elementi che testimoniano il progressivo superamento di alcuni stereotipi storicamente associati alla figura maschile – distanza emotiva, autosufficienza, dominio e scarsa partecipazione alla sfera della cura – e che sembrano indicare una crescente valorizzazione delle competenze relazionali. Tuttavia, come emergerà nel corso dell'analisi, accanto a questi segnali positivi persistono ambivalenze significative.

Le discrepanze tra la percezione maschile e quella femminile dei comportamenti concreti all'interno delle relazioni, la distanza tra valori dichiarati e pratiche effettive, la crescente fragilità progettuale e la difficoltà a costruire legami duraturi suggeriscono infatti che il cambiamento culturale sia ancora in corso e presenti aspetti non pienamente consolidati.

Le giovani generazioni appaiono oggi sospese tra il desiderio di relazioni autentiche e la paura del vincolo stabile; tra il bisogno di intimità e il timore della dipendenza; tra la ricerca di autonomia individuale e il bisogno di appartenenza. A tali tensioni si aggiunge il ruolo sempre più pervasivo delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale, che stanno modificando non solo le modalità comunicative, ma anche la

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

rappresentazione stessa del legame affettivo, della sessualità e dell'identità personale.

Alla luce di queste trasformazioni, il contributo della psicologia sociale delle relazioni familiari appare particolarmente prezioso per comprendere i processi che attraversano la costruzione della coppia contemporanea e per interrogarsi sulle sfide educative che attendono il mondo adulto. In questa prospettiva, la lettura dei dati IPSOS suggerisce che il nodo critico non risieda nell'indebolimento del valore attribuito alle relazioni affettive. Al contrario, i giovani continuano a riconoscere nella reciprocità, nella lealtà e nella stabilità elementi qualificanti del legame di coppia. La sfida sembra piuttosto riguardare la possibilità di tradurre tali orientamenti valoriali in pratiche relazionali concrete, capaci di sostenere nel tempo un progetto condiviso e reciprocamente generativo. È attorno a questa tensione tra valori dichiarati e vissuti relazionali che si sviluppa la riflessione proposta in questo contributo.

2. La relazione di coppia come spazio di costruzione identitaria

Le ricerche scientifiche in ambito psicosociale dedicate alla relazione di coppia hanno mostrato da tempo come un rapporto soddisfacente e stabile si fondi sulla compresenza di dimensioni emotive, affettive ed etiche[2]. La letteratura internazionale ha evidenziato l'importanza di fattori quali l'intimità emotiva, la passione, la comunicazione, l'empatia e la reciprocità, ma anche di elementi più propriamente "etici" o relazionali, come l'impegno verso il legame, la capacità di sacrificio, il sostegno reciproco, la fiducia, la fedeltà e la disponibilità al perdono.

La coppia non rappresenta infatti soltanto un luogo di gratificazione personale o di soddisfazione emotiva, ma costituisce una vera e propria esperienza di costruzione identitaria condivisa. Attraverso la relazione con il partner, il soggetto ridefinisce continuamente se stesso, apprende a negoziare bisogni e desideri, sviluppa capacità di ascolto e di reci-

2. Per una panoramica delle ricerche internazionali sul tema, si veda Scabini, E. Scabini, R. Iafrate, *Psicologia dei legami familiari*, il Mulino, 2019.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

procità e sperimenta forme di appartenenza che contribuiscono alla maturazione psicologica.

Da questo punto di vista, la coppia può essere considerata uno spazio relazionale generativo, nel quale l'identità individuale si intreccia progressivamente con quella dell'altro fino a costruire una dimensione duale del sé. È proprio questa capacità di integrare il proprio punto di vista con quello del partner che consente alla relazione di diventare stabile, resiliente e capace di affrontare le inevitabili crisi che ogni legame attraversa nel corso del tempo.

I risultati della ricerca IPSOS confermano, almeno sul piano valoriale, la centralità di queste dimensioni interessanti sono i dati relativi ai comportamenti ritenuti importanti nella relazione sentimentale, disponibili nella ricerca. Le percentuali più elevate riguardano infatti elementi che implicano la compresenza di componenti affettive (parlare apertamente delle emozioni, non avere bisogno di stimoli esterni per esprimere il proprio affetto) ed etico-relazionali (non tradire, essere leali, chiedere scusa).

Questi dati appaiono particolarmente interessanti perché mostrano come, nonostante la crescente fluidità dei rapporti contemporanei, continui a permanere nelle nuove generazioni il desiderio di relazioni autentiche e profonde. In un contesto culturale spesso descritto come individualista e narcisistico, i giovani sembrano ancora riconoscere il valore della reciprocità, della fedeltà e della responsabilità insita negli affetti.

Ciò suggerisce che il bisogno di legame rappresenti ancora oggi una dimensione antropologica fondamentale. Come mostrano molte ricerche sulla famiglia e sulle relazioni affettive, l'essere umano continua a ricercare forme di appartenenza stabile e significativa, anche in una società caratterizzata da crescente precarietà sociale, lavorativa e relazionale.

3. Il superamento degli stereotipi tradizionali di genere

Un altro aspetto rilevante che emerge dalla ricerca riguarda la percezione di una maggiore parità all'interno delle relazioni di coppia. Le risposte relative alla divisione dei ruoli, alla gestione economica e alla

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

condivisione delle responsabilità sembrano infatti evidenziare un progressivo superamento dei modelli tradizionali di genere.

La figura maschile appare oggi meno rigidamente ancorata a ruoli di dominio o esclusivo sostegno economico e maggiormente orientata alla partecipazione emotiva e alla collaborazione nella vita quotidiana. Elementi come "aiutare la partner", condividere le responsabilità domestiche o non considerare normale essere mantenuti economicamente testimoniano una crescente adesione a modelli relazionali più paritari.

Questo cambiamento va collocato all'interno di un più ampio processo storico e culturale che ha investito le società occidentali negli ultimi decenni. L'emancipazione femminile, l'ingresso massiccio delle donne nel mondo del lavoro, la ridefinizione dei ruoli familiari e il progressivo indebolimento delle strutture patriarcali hanno inevitabilmente modificato anche l'identità maschile.

L'uomo contemporaneo si trova infatti a confrontarsi con aspettative nuove e spesso contraddittorie. Da una parte gli viene richiesto di mantenere alcune caratteristiche tradizionalmente associate alla maschilità – autonomia, successo, sicurezza, capacità decisionale – dall'altra gli viene chiesto di sviluppare competenze emotive e relazionali che storicamente non appartenevano al modello maschile tradizionale.

Questo processo di trasformazione può generare incertezza e fragilità identitaria. Molti giovani uomini crescono oggi senza modelli chiari di riferimento e si trovano a dover costruire la propria identità in un contesto nel quale le norme tradizionali sono state messe in discussione ma non sono ancora state completamente sostituite da nuovi modelli condivisi.

La transizione da una maschilità fondata sul potere e sulla distanza emotiva a una maschilità più relazionale e dialogica rappresenta dunque un processo complesso, non privo di ambivalenze e resistenze.

Tuttavia, il fatto che le giovani generazioni esprimano sul piano ideale una visione più paritaria della coppia costituisce certamente un elemento positivo. Significa che, almeno a livello culturale e simbolico, si sta progressivamente consolidando l'idea che la relazione affettiva debba fondarsi sulla reciprocità e sulla condivisione piuttosto che sulla gerarchia e sulla divisione rigida dei ruoli.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

4. Le discrepanze di genere: il divario tra percezione maschile e femminile

Accanto a questi aspetti incoraggianti, la ricerca evidenzia tuttavia alcune importanti discrepanze tra la percezione maschile e quella femminile dei comportamenti all'interno della relazione di coppia.

Nel confronto tra ragazzi e ragazze del sottocampione che ha attribuito punteggi elevati alle domande relative ai comportamenti affettivi ed etici, emerge infatti una significativa differenza nella valutazione dei comportamenti concreti. I ragazzi tendono generalmente ad attribuire a se stessi atteggiamenti più positivi rispetto a quanto percepito dalle ragazze.

Questo fenomeno può essere interpretato alla luce del cosiddetto "self-serving bias", meccanismo ben noto alla psicologia sociale. Si tratta della tendenza degli individui ad attribuire a se stessi caratteristiche e comportamenti più positivi rispetto a quelli riconosciuti agli altri, proteggendo così la propria autostima e la propria identità.

Nel contesto delle relazioni di coppia, il self-serving bias porta frequentemente ciascun partner a sovrastimare il proprio contributo positivo alla relazione e a minimizzare le proprie responsabilità nei conflitti o nelle difficoltà relazionali.

Le ricerche di Parise, Iafrate, Manzi e Pagani[3] hanno mostrato come questo meccanismo rappresenti però un elemento da attenzionare nella costruzione dell'identità di coppia. Quando i partner restano fortemente centrati sulla difesa del proprio sé individuale, la relazione tende a essere più fragile e conflittuale. Al contrario, la capacità di superare il self-serving bias per sviluppare un "other-serving bias" – cioè la tendenza a valorizzare il partner e a riconoscere i suoi contributi positivi – favorisce la costruzione di un'identità duale e di un'alleanza di coppia più stabile.

L'other-serving bias implica infatti la capacità di spostare il focus dal sé alla relazione, riconoscendo il valore dell'altro e assumendo una prospettiva condivisa. Questo passaggio rappresenta uno degli indicatori più importanti della maturità relazionale.

3. M. Parise, R. Iafrate, C. Manzi, A.F. Pagani, *È tutta colpa mia! Il self-serving bias nella relazione di coppia*, in *Ricerche di Psicologia*, n. 4, 2010, pp. 521-537.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Le discrepanze emerse dalla ricerca sembrano invece suggerire che tale passaggio sia ancora parzialmente incompiuto nelle giovani generazioni. La distanza tra l'immagine positiva che i ragazzi hanno di sé e la percezione femminile dei loro comportamenti concreti potrebbe infatti segnalare una difficoltà a uscire da una prospettiva fortemente centrata sul sé e poco disponibile a vedere il "buono" nell'altro.

Da questo punto di vista, la fragilità delle relazioni contemporanee potrebbe essere interpretata anche come espressione di una più ampia difficoltà culturale a costruire forme di reciprocità profonde e durature. In una società fortemente orientata all'autorealizzazione individuale, il legame rischia infatti di essere vissuto prevalentemente in funzione della soddisfazione personale piuttosto che come spazio di costruzione reciproca.

Le discrepanze di punteggi tra aspettative e realtà rilevate sembrano però parlarci anche di un altro fenomeno ricorrente anche in altre ricerche dedicate alle generazioni giovani degli ultimi decenni: la cosiddetta discrepanza tra il "dire e il fare" sia sulle dimensioni etico-affettive che sugli aspetti di divisione dei ruoli. Dalle risposte degli intervistati, alle intenzioni e all'ideale di comportamento che ci si aspetta dagli uomini sembra non corrispondere, soprattutto nella percezione delle ragazze, un reale comportamento.

È, questo, un dato ricorrente anche nelle ricerche sulla famiglia condotte in questi anni dalle quali emerge per esempio come i giovani dichiarino di attribuire grande importanza alla famiglia, alla coppia e alla stabilità affettiva, ma mostrino contemporaneamente difficoltà sempre maggiori nel tradurre questi valori in scelte concrete e progettuali.

La famiglia continua a essere rappresentata come luogo di sicurezza emotiva, sostegno e realizzazione personale. Eppure, quando si tratta di progettare il futuro, costruire relazioni durature, sposarsi o avere figli, emergono esitazioni, paure e tendenze alla procrastinazione.

Le ricerche citate in un contributo di Iafrate e Barni[4] così come il Rapporto Cisf 2020 curato da Regalia e Marta[5], evidenziano chiara-

4. R. Iafrate, D. Barni, *La trasmissione dei valori tra genitori e figli*, in *Vita e Pensiero*, n. 3, 2010, pp. 100-105.

5. C. Regalia, E. Marta, *La famiglia per i giovani nella società post-familiare: rappresentazioni, valori, progettualità*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (a cura di), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto Cisf 2020*, Edizioni San Paolo, 2020.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

mente questa contraddizione. I giovani continuano a considerare la famiglia un valore fondamentale, ma faticano sempre più a immaginarsi protagonisti di un progetto familiare stabile.

Molti dichiarano di avere paura del "per sempre", di non sentirsi pronti ad assumersi responsabilità definitive o di percepire il futuro come troppo incerto per poter investire in un progetto relazionale duraturo.

I giovani sembrano quindi spesso esprimere valori, ideali e desideri profondamente orientati alla relazione, alla reciprocità e alla stabilità affettiva, ma mostrano contemporaneamente difficoltà nel tradurre tali valori in comportamenti concreti.

Questa cesura tra il pensiero e l'azione, tra ciò che si proclama e ciò che si agisce non è del tutto nuova. Le giovani generazioni hanno sempre rappresentato un terreno di tensione tra ideali e realtà. Tuttavia, nella contemporaneità tale distanza sembra essersi accentuata.

L'epoca digitale ha infatti trasformato profondamente il modo di comunicare, esprimere emozioni e costruire relazioni. I social network e gli ambienti virtuali consentono una continua esposizione di sé, favorendo modalità comunicative immediate, veloci e altamente simboliche.

Parole tradizionalmente dense di significato relazionale – amicizia, amore, vicinanza – vengono oggi utilizzate in contesti estremamente fluidi e spesso superficiali. I "like", i "love", le interazioni virtuali e le connessioni online sembrano testimoniare un forte bisogno di riconoscimento e appartenenza, ma non sempre si traducono in relazioni profonde e durature.

Molti giovani crescono in un ambiente nel quale la dimensione virtuale occupa uno spazio crescente nella costruzione dell'identità e delle relazioni sociali. Questo produce nuove opportunità comunicative ma anche nuove fragilità.

La possibilità di costruire relazioni rapide, reversibili e continuamente modificabili può infatti ridurre la capacità di tollerare la complessità e la continuità che caratterizzano i legami reali.

La relazione affettiva richiede inevitabilmente tempo, presenza, capacità di affrontare conflitti, rinunce e compromessi. Richiede inoltre la disponibilità ad accettare la vulnerabilità propria e altrui.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

In una cultura fortemente centrata sulla performance, sull'immagine e sull'immediatezza, tali competenze rischiano però di essere sempre meno sviluppate.

Le relazioni diventano così spesso più instabili e discontinue, segnate dalla difficoltà a sostenere l'impegno nel tempo.

5. Giovani, virtualità e sfide della tecnologia

Il rapporto tra giovani generazioni e virtualità rappresenta dunque oggi uno degli aspetti più delicati da analizzare.

Le tecnologie digitali non costituiscono semplicemente strumenti neutri di comunicazione, ma influenzano profondamente il modo di percepire se stessi, gli altri e le relazioni.

L'esperienza relazionale online è caratterizzata da alcune peculiarità: rapidità, simultaneità, moltiplicazione delle connessioni, esposizione continua, possibilità di controllo dell'immagine di sé e riduzione della presenza corporea.

Queste caratteristiche modificano inevitabilmente anche il modo in cui vengono vissuti l'intimità, il desiderio e la costruzione del legame.

La comunicazione digitale tende infatti a privilegiare forme di relazione immediate e frammentate, nelle quali il tempo dell'attesa e della costruzione progressiva del rapporto si riduce significativamente.

Parallelamente, l'esposizione continua ai modelli proposti dai social media contribuisce a costruire aspettative spesso irrealistiche rispetto alle relazioni sentimentali. L'immagine della coppia perfetta, costantemente felice e gratificante, rischia di rendere più difficile accettare la complessità e la fatica dei legami reali.

Inoltre, la possibilità di mantenere aperte molteplici connessioni contemporaneamente può alimentare una percezione di sostituibilità dei rapporti, rendendo più difficile investire profondamente in una relazione specifica.

Da questo punto di vista, la fragilità delle relazioni contemporanee appare strettamente intrecciata alle trasformazioni culturali e tecnologiche che caratterizzano la società digitale.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

A partire da queste considerazioni, particolarmente significativo appare allora il dato della ricerca relativo alla percezione dell'intelligenza artificiale e del suo impatto sulle relazioni sentimentali.

Sebbene i dati IPSOS non consentano di valutare l'effettivo impatto dell'intelligenza artificiale sulle relazioni affettive, essi offrono indicazioni preziose sulle rappresentazioni che i giovani hanno della tecnologia. È proprio questa dimensione culturale a risultare particolarmente rilevante, poiché le rappresentazioni sociali orientano aspettative, atteggiamenti e comportamenti ben prima che gli effetti delle innovazioni siano pienamente osservabili.

Più delle percentuali di chi si dichiara preoccupato per l'influenza che l'IA potrà avere sulle relazioni, colpisce l'elevata quota di giovani (soprattutto maschi) che non manifesta particolari timori.

Questo atteggiamento può essere interpretato in modi differenti.

Da una parte potrebbe indicare una maggiore apertura al cambiamento e una capacità delle nuove generazioni di adattarsi rapidamente alle trasformazioni tecnologiche.

I giovani di oggi sono cresciuti in un ambiente profondamente digitalizzato e tendono quindi a percepire la tecnologia come parte integrante della quotidianità. La familiarità con gli strumenti digitali può renderli meno inclini a vivere l'innovazione tecnologica come minaccia.

Dall'altra parte, tuttavia, questa apparente assenza di preoccupazione potrebbe anche segnalare una sottovalutazione degli effetti profondi che le trasformazioni tecnologiche possono avere sulle relazioni umane, sulla sessualità e sulla costruzione dell'identità.

Particolarmente delicato appare il tema della pornografia online e dell'utilizzo del corpo femminile nei social media.

Negli ultimi anni numerose ricerche hanno evidenziato come l'accesso precoce e massiccio a contenuti pornografici possa influenzare profondamente la rappresentazione della sessualità e delle relazioni affettive.

La pornografia contemporanea tende spesso a proporre modelli relazionali caratterizzati da oggettivazione del corpo, dissociazione tra sessualità ed emotività, riduzione dell'altro a strumento di gratificazione personale.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Questi modelli rischiano di incidere soprattutto sui più giovani, influenzando aspettative, comportamenti e modalità di relazione.

L'intelligenza artificiale apre inoltre scenari completamente nuovi. La possibilità di creare immagini artificiali, simulazioni relazionali, chatbot emotivamente interattivi e ambienti virtuali sempre più realistici pone interrogativi importanti sul futuro delle relazioni umane.

Quale sarà l'impatto di queste tecnologie sulla capacità di costruire legami autentici? In che modo influenzeranno la percezione del corpo, dell'intimità e della reciprocità?

Si tratta di domande ancora aperte, ma che richiedono una riflessione educativa e culturale urgente.

6. Il ruolo educativo del mondo adulto

Le questioni emerse dalla ricerca chiamano inevitabilmente in causa il ruolo educativo del mondo adulto.

Famiglia, scuola, università, istituzioni culturali e sociali sono oggi chiamate a confrontarsi con sfide educative sempre più complesse.

Non basta infatti trasmettere valori astratti; occorre aiutare i giovani a trasformare tali valori in competenze relazionali concrete.

La capacità di costruire relazioni stabili, affrontare i conflitti, tollerare la frustrazione, assumersi responsabilità e sviluppare reciprocità non è innata, ma si apprende attraverso esperienze relazionali significative.

In questo senso la famiglia continua a svolgere un ruolo fondamentale.

Le modalità attraverso cui i genitori vivono le relazioni, gestiscono i conflitti e comunicano emozioni costituiscono infatti modelli impliciti che influenzano profondamente lo sviluppo affettivo dei figli.

Alcune ricerche sulla trasmissione intergenerazionale dei valori[6] mostrano chiaramente come la coerenza tra valori dichiarati e comportamenti concreti rappresenti uno degli elementi più importanti nei processi educativi.

I giovani apprendono soprattutto attraverso l'esperienza relazionale concreta. Se percepiscono incoerenza tra ciò che gli adulti proclamano

6. *Ibidem*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

e ciò che effettivamente vivono, tenderanno a sviluppare sfiducia nei confronti dei legami e delle istituzioni relazionali.

Anche la scuola e l'università possono svolgere un ruolo decisivo.

Promuovere educazione affettiva, competenze emotive e riflessione critica sulle relazioni significa infatti offrire ai giovani strumenti fondamentali per affrontare la complessità contemporanea.

Particolarmente importante appare inoltre la necessità di educare a un uso consapevole delle tecnologie digitali.

I giovani devono essere aiutati a sviluppare capacità critiche rispetto ai modelli relazionali proposti dai social media, dalla pornografia online e dagli ambienti virtuali.

Non si tratta di demonizzare la tecnologia, ma di comprendere come essa influenzi i processi identitari e relazionali.

7. Verso una cultura della reciprocità

Le trasformazioni che attraversano oggi le relazioni affettive e i modelli maschili richiedono probabilmente una più ampia riflessione culturale sul significato del legame.

La società contemporanea tende infatti a valorizzare fortemente l'autonomia individuale, la libertà personale e la realizzazione di sé. Questi valori hanno certamente favorito importanti processi di emancipazione e libertà.

Tuttavia, quando vengono assolutizzati, rischiano di indebolire la capacità di costruire appartenenze stabili e relazioni profonde.

La relazione affettiva richiede inevitabilmente reciprocità, dipendenza reciproca, capacità di rinuncia e disponibilità a riconoscere l'altro come valore.

Ciò implica una visione della libertà non come assenza di legami, ma come capacità di scegliere responsabilmente relazioni significative.

In questo senso appare necessario promuovere una vera e propria cultura della reciprocità.

Una cultura capace di valorizzare il legame non come limite all'autonomia individuale, ma come spazio generativo di crescita personale e sociale.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Le relazioni affettive autentiche non annullano infatti l'identità individuale, ma la arricchiscono, consentendo al soggetto di sperimentare forme profonde di riconoscimento e appartenenza.

La sfida educativa contemporanea consiste proprio nell'aiutare le nuove generazioni ad integrare libertà individuale e responsabilità relazionale.

8. Conclusioni

I dati della ricerca IPSOS "*I giovani e i nuovi modelli maschili*" ben si prestano a una lettura interdisciplinare dell'immagine di maschile che emerge dalle percezioni delle nuove generazioni.

Dal punto di vista della psicologia sociale delle relazioni familiari, prospettiva nella quale da anni svolgo la mia attività di ricerca e riflessione scientifica, tali risultati appaiono particolarmente significativi perché consentono di cogliere alcune trasformazioni profonde che attraversano oggi le giovani generazioni sul piano delle relazioni affettive, dell'identità di coppia e della costruzione del legame.

Le diverse prospettive disciplinari – psicologica, sociologica, filosofica, giuridica e comunicativa – consentono infatti di cogliere la complessità delle trasformazioni in atto.

Dal punto di vista della psicologia sociale delle relazioni familiari, la ricerca evidenzia alcuni aspetti particolarmente significativi.

Da una parte emerge una rappresentazione della maschilità più orientata alla relazione, alla cura e alla reciprocità rispetto ai modelli del passato. I giovani sembrano attribuire valore a dimensioni quali la lealtà, la comunicazione emotiva, la condivisione e il rispetto reciproco.

Dall'altra parte, tuttavia, permangono importanti fragilità.

Le discrepanze tra percezione maschile e femminile, la difficoltà a superare il self-serving bias, la distanza tra valori dichiarati e comportamenti concreti, la paura del legame stabile e la fragilità progettuale sembrano indicare che il cambiamento culturale sia ancora incompleto.

Le giovani generazioni appaiono oggi attraversate da tensioni profonde: desiderano relazioni autentiche ma temono il vincolo; cercano appartenenza ma difendono fortemente l'autonomia individuale; proclamano il valore della famiglia ma faticano a costruire progetti stabili.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

A ciò si aggiungono le trasformazioni prodotte dalla rivoluzione digitale e dall'intelligenza artificiale, che stanno ridefinendo il modo stesso di vivere l'intimità, la sessualità e il legame.

Di fronte a queste sfide, il compito del mondo adulto non può limitarsi a esprimere preoccupazione o nostalgia per modelli del passato.

Occorre piuttosto accompagnare i giovani nella costruzione di competenze relazionali, capacità critiche e strumenti emotivi adeguati alla complessità contemporanea.

Educare alla reciprocità, alla responsabilità affettiva, alla gestione del conflitto e all'uso consapevole delle tecnologie rappresenta oggi una delle sfide più importanti.

Il futuro delle relazioni affettive dipenderà infatti dalla capacità delle nuove generazioni di integrare libertà individuale e costruzione del legame, autonomia personale e responsabilità reciproca.

In questo senso, il tema dei nuovi modelli maschili non riguarda soltanto gli uomini, ma interpella l'intera società e il modo in cui essa immagina il futuro delle relazioni umane.

Riferimenti bibliografici

Iafrate R., Barni D., *La trasmissione dei valori tra genitori e figli*, in *Vita e Pensiero*, n. 3, 2010.

Parise M., Donato S., Pagani A.F., Ribeiro M.T., Manzi C., *Couple identity processes in young adulthood: An experimental study on the role of intrusive parenting for romantic partners' other-serving bias*, in A.M. Columbus (ed.), *Advances in Psychology Research*, vol. 111, Nova Science Publisher, 2015.

Parise M., Iafrate R., Manzi C., Pagani A.F., *È tutta colpa mia! Il self-serving bias nella relazione di coppia*, in *Ricerche di Psicologia*, n. 4, 2010.

Regalia C., Marta E., *La famiglia per i giovani nella società post-familiare: rappresentazioni, valori, progettualità*, in Centro Internazionale Studi Famiglia (a cura di), *La famiglia nella società post-familiare. Nuovo Rapporto CISF 2020*, Edizioni San Paolo, 2020.

Scabini E., Iafrate R., *Psicologia dei legami familiari*, il Mulino, 2019.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Lo scarto relazionale. Competenze emotive, aspettative femminili e ritardi della mascolinità

Mauro Ferraresi

Sommario: 1. Una ricerca, uno scarto, una domanda – 2. L'immaginario maschile e le sue lacune: una lettura dei dati – 2.1. La tavola dell'immaginario – 2.2. La struttura dello scarto – 2.3. Ciò che i ragazzi si riconoscono – 3. Una cornice sociologica: habitus, campo e transizione – 3.1. L'habitus maschile e il campo che non c'è più – 3.2. La «relazione pura» e le sue domande – 3.3. La mascolinità egemonica e il suo tramonto incompleto – 4. Lo scarto nei suoi effetti: lavoro, coppia e riconoscimento – 4.1. Le competenze relazionali come capitale sociale – 4.2. Il posto di lavoro: tra immaginario e pratica – 4.3. La coppia: dove lo scarto è più vivo – 4.4. Il paradosso del modello generazionale – 5. La fragilità come cantiere aperto – 5.1. Rileggere la fragilità – 5.2. Le risorse della transizione – 5.3. Il ruolo della tecnologia come spazio ambivalente – 5.4. Da una mascolinità fragile a una mascolinità consapevole.

1. Una ricerca, uno scarto, una domanda

Quarantuno punti percentuali separano la norma condivisa da maschi e femmine insieme, ovvero l'aspettativa che un uomo sappia ascoltare e comprendere le altre persone, dalla percezione che i ragazzi stessi hanno dei propri coetanei maschi: solo l'8% di questi ultimi viene ritenuto in grado di possedere quella competenza.

La ricerca ha misurato tre livelli distinti: che cosa si aspetta da un uomo (immaginario condiviso), che cosa il singolo ragazzo riconosce in sé stesso (autopercezione), e che cosa le ragazze riconoscono nei propri coetanei maschi (percezione femminile dei coetanei maschi). Lo scarto

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

di 41 punti è tra il primo e il terzo livello. Questo dato, e la ricerca dalla quale proviene, sono stati illustrati compiutamente nel capitolo precedente, nel quale sono descritti il campione, la metodologia e il quadro complessivo dei risultati. Non è necessario ripercorrerli qui. È necessario, invece, comprendere che cosa quel numero dica al di là di quanto non mostri direttamente.

I dati quantitativi hanno una virtù e un limite. La virtù è la nettezza: -41 è un segnale che non si presta a equivoci. Il limite è che una percentuale non spiega sé stessa. Dice che qualcosa accade, non perché accade, non se è destinato a cambiare, non che cosa produce nelle vite concrete di chi lo abita. Il compito di queste pagine è colmare quella distanza: prendere il dato come punto di partenza e trasformarlo in comprensione.

La tesi che si vuole avanzare è la seguente: lo scarto tra l'immaginario relazionale condiviso da maschi e femmine e la percezione che i ragazzi hanno dei propri coetanei maschi non è un semplice ritardo culturale né un dato stabile e immutabile. È la spia di una transizione in atto, non ancora compiuta, tra un modello di mascolinità fondato sulla competizione, sull'assertività e sul controllo e un modello emergente fondato sulla reciprocità, sull'ascolto e sulla condivisione. I giovani uomini si trovano intrappolati in questa transizione: riconoscono il nuovo come desiderabile, ma faticano a incorporarlo nelle proprie pratiche e nella propria immagine di sé. Le giovani donne, nel frattempo, hanno già introiettato le nuove coordinate culturali.

Questo disallineamento genera ciò che qui si propone di chiamare lo scarto relazionale.

L'articolo si sviluppa seguendo l'arco del problema: dopo una lettura analitica dei dati della ricerca (par. 2), si propone una cornice sociologica per interpretarli (par. 3), si esaminano le conseguenze pratiche dello scarto nei domini del lavoro e della coppia (par. 4) e si conclude con una riflessione sulla fragilità come condizione transitoria e potenzialmente generativa (par. 5).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

2. L'immaginario maschile e le sue lacune: una lettura dei dati

2.1. La tavola dell'immaginario

La ricerca ha misurato, attraverso domande strutturate su scala da 1 a 10, tre ordini di valutazione distinti: quanto i giovani ritengano che un uomo debba possedere una serie di caratteristiche, quanto i ragazzi pensino di possederle personalmente, e quanto credano che i loro coetanei maschi le possiedano. Questa triplice misurazione produce una mappa precisa: quella dell'immaginario condiviso (ciò che si aspetta), dell'autopercezione (come ci si vede), e della percezione femminile dei coetanei maschi (come le ragazze vedono la propria generazione maschile)[1].

La graduatoria dell'immaginario, ovvero delle caratteristiche che un uomo oggi «deve» possedere secondo i giovani intervistati, mette al primo posto le competenze relazionali ed emotive. Essere capace di chiedere scusa (64%), saper ascoltare e comprendere le altre persone (63%), essere indipendente (63%), saper prendere in mano la situazione e trovare soluzioni efficaci (59%), prendersi cura di altre persone (58%): questa è la gerarchia dei valori condivisi. La competitività (29%) è quasi in fondo alla lista. Il successo economico individuale e la forza fisica non compaiono tra le priorità. L'immaginario della mascolinità ideale, condiviso da ragazze e ragazzi insieme, è già profondamente orientato verso la cura, l'ascolto, la responsabilità relazionale.

Questo dato è rilevante in sé: i giovani italiani tra i 16 e i 24 anni non coltivano, a livello dichiarato, un ideale di mascolinità tradizionale. L'immaginario è già cambiato. Il problema non sta nell'orizzonte normativo: sta nella distanza tra quell'orizzonte e la realtà percepita.

Quando si passa dall'immaginario all'autopercezione, il quadro cambia sensibilmente. I ragazzi si riconoscono come abbastanza capaci di ascoltare e comprendere (49%), di chiedere scusa (44%), di prendersi cura degli altri (43%). I valori sono positivi ma calano in

1. Tutti i dati percentuali citati nel testo sono tratti da Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili*. Risultati della ricerca per il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere», Triennale di Milano, 12 settembre 2025. Le percentuali si riferiscono alla quota «Molto» (punteggio 8-10 su scala 1-10).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

modo significativo rispetto all'immaginario. Il vero crollo avviene nella terza colonna, quella dedicata a come le ragazze percepiscono i propri coetanei maschi. I coetanei maschi sanno ascoltare e comprendere: 8%. Sanno chiedere scusa: 10%. Sanno prendersi cura degli altri: 8%.

2.2. La struttura dello scarto

Questa struttura tripla è sociologicamente molto interessante, perché rivela qualcosa di più complesso di un semplice deficit di competenze. Rivela una discrasia tra diversi livelli della coscienza di genere. Al livello normativo dell'immaginario, i giovani maschi hanno già interiorizzato i nuovi valori relazionali. Al livello dell'autopercezione, si collocano in una posizione intermedia, riconoscendosi alcune di queste qualità in modo parziale. Al livello della percezione dei pari, restituiscono invece un'immagine della mascolinità collettiva ancora fortemente ancorata ai codici tradizionali: chiusura emotiva, incapacità di chiedere scusa, mancanza di cura.

Lo scarto di -41 punti sull'ascolto e la comprensione non è casuale. L'ascolto è precisamente la competenza che la modernità relazionale ha elevato a valore centrale: è il cuore del lavoro in team, della leadership collaborativa, delle relazioni di coppia simmetriche. È la competenza su cui i nuovi modelli di socialità si reggono. Il fatto che il 63% dei giovani la indichi come fondamentale, e che al tempo stesso solo l'8% la riconosca nei propri coetanei, descrive una condizione di *scarto strutturale*: un divario che non si chiude con la buona volontà individuale, ma che richiede trasformazioni culturali di lungo periodo.

Analogamente eloquenti sono gli scarti sulla capacità di chiedere scusa (-34 punti tra immaginario e percezione dei pari), sulla cura degli altri (-35 punti), sulla capacità di perdonare (-35 punti). Si tratta, ogni volta, di competenze che implicano cedimento del sé, abbassamento della guardia, rinuncia alla posizione di forza. Sono competenze che mettono in discussione l'idea tradizionale di controllo, e sono proprio queste che i ragazzi stentano a riconoscere nei propri simili.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

2.3. Ciò che i ragazzi si riconoscono

Vale la pena guardare anche l'altra faccia dei dati: le caratteristiche in cui i ragazzi si autopercepiscono positivamente e in cui la distanza di genere si riduce o addirittura si inverte. Essere competitivi (46% di autopercezione, 50% la percezione femminile dei coetanei maschi: delta positivo di +4 rispetto all'immaginario), essere sportivi (39% e 42%), trasgredire le regole (21% autopercezione, 50% percezione dei pari, delta positivo di +29 rispetto all'immaginario del solo 11%).

Il quadro è dunque biforcato. Da un lato, le competenze relazionali ed emotive: alta aspettativa, bassa autopercezione collettiva, scarto enorme. Dall'altro, le competenze competitive e assertive: aspettativa bassa nell'immaginario, autopercezione collettiva alta, nessuno scarto o scarto positivo. I ragazzi si riconoscono nel modello della competizione molto più di quanto si riconoscano nel modello della cura. Il problema è che il campo sociale, e in primo luogo la componente femminile di quel campo, chiede oggi esattamente l'opposto: chiede le competenze relazionali, non quelle competitive. Questo è il cuore del *mismatch* che la ricerca documenta.

3. Una cornice sociologica: habitus, campo e transizione

3.1. L'habitus maschile e il campo che non c'è più

Per leggere sociologicamente lo scarto relazionale che i dati evidenziano, il primo strumento concettuale utile è quello elaborato da Pierre Bourdieu. Nel suo lavoro sulla dominazione maschile, Bourdieu descrive come la mascolinità non sia un dato naturale ma un *habitus*: un sistema di disposizioni durature, incorporato attraverso la socializzazione, che orienta le percezioni, i giudizi e le pratiche degli individui senza che questi ne siano necessariamente consapevoli[2].

2. P. Bourdieu, *La domination masculine*, Seuil, 1998; trad. it. *Il dominio maschile*, Feltrinelli, 1998.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

L'*habitus* maschile tradizionale è strutturato attorno a disposizioni specifiche: la competizione, l'autonomia, il controllo delle emozioni, la forza come valore simbolico, la capacità di non cedere. Queste disposizioni sono state prodotte e riprodotte in un *campo* sociale determinato: quello della famiglia patriarcale, del lavoro gerarchico, della divisione sessuale rigida dei ruoli, della cultura della virilità come norma non negoziabile. La socializzazione maschile, per decenni, ha trasmesso questo sistema di disposizioni come se fosse naturale, neutro, inevitabile[3].

Il punto cruciale è che il *campo* è cambiato. Le strutture sociali che davano senso e legittimità all'*habitus* maschile tradizionale si sono profondamente trasformate. Il mercato del lavoro valorizza le *soft skills*, la capacità di lavorare in team, l'empatia come competenza professionale. Le relazioni affettive si fondano sempre più su un modello di comunicazione aperta e parità. La cura dei figli non è più delegabile interamente alle madri. In questo nuovo campo, le disposizioni tradizionali dell'*habitus* maschile non funzionano più come funzionavano: o funzionano peggio, o generano attrito, o producono fallimento relazionale.

La ricerca Ipsos documenta esattamente questo attrito. I ragazzi, al livello dell'immaginario, hanno già percepito che il campo è cambiato: sanno che un uomo deve saper ascoltare, chiedere scusa, prendersi cura. Ma il loro *habitus*, incorporato attraverso anni di socializzazione ai codici tradizionali della mascolinità, non si è ancora trasformato nella stessa misura. Si produce così un'esperienza di dissonanza: so che cosa dovrei essere, ma non riesco ancora a essere quello. Questa dissonanza è, nel senso più preciso del termine, una fragilità strutturale.

3.2. La «relazione pura» e le sue domande

Un secondo strumento interpretativo è offerto da Anthony Giddens e dal suo concetto di «relazione pura». Nella sua analisi della trasformazione dell'intimità nelle società moderne, Giddens descrive l'emergere di un nuovo modello relazionale fondato sulla comunicazione,

3. Il concetto di *habitus* è sviluppato organicamente in P. Bourdieu, *Le sens pratique*, Minuit, Paris, 1980; trad. it. *Il senso pratico*, Armando, 2005.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

sulla reciprocità e sulla soddisfazione emotiva come condizione della continuità del legame[4].

La «relazione pura» non si regge su obblighi esterni, su ruoli predefiniti, su gerarchie di genere: si regge esclusivamente sulla qualità dello scambio tra le persone coinvolte. In questo modello, la competenza emotiva non è un lusso ma una necessità strutturale: chi non sa comunicare le proprie emozioni, chi non sa ascoltare quelle dell'altro, chi non sa chiedere scusa quando ha torto, non dispone degli strumenti minimi per costruire e mantenere una relazione pura.

Le giovani donne della ricerca Ipsos sembrano avere interiorizzato questo modello in modo molto più compiuto dei loro coetanei maschi. Quando ritengono fondamentale che un uomo sappia ascoltare e comprendere (63% dell'immaginario), quando giudicano centrale la capacità di chiedere scusa e ammettere i propri errori (52% delle caratteristiche sentimentali desiderate), stanno chiedendo esattamente le competenze che la relazione pura richiede. I ragazzi, però, rispondono con un modello relazionale ancora in parte ancorato a codici tradizionali. Non necessariamente perché non vogliano il nuovo modello, ma perché non dispongono ancora delle competenze incorporate per praticarlo.

3.3. La mascolinità egemonica e il suo tramonto incompleto

Il terzo strumento concettuale è quello elaborato da Raewyn Connell nella sua teoria della mascolinità egemonica, ripresa e rielaborata insieme a James Messerschmidt[5]. La mascolinità egemonica è la forma di mascolinità che in un dato momento storico e culturale occupa la posizione dominante nel sistema di genere: è quella che si presenta come il modo normale, naturale, desiderabile di essere uomini, e che legittima tanto la subordinazione delle donne quanto la marginalizzazione delle mascolinità non conformi.

4. A. Giddens, *The Transformation of Intimacy*, Polity Press, Cambridge, 1992; trad. it. *La trasformazione dell'intimità. Sessualità, amore ed erotismo nelle società moderne*, il Mulino, 1995.

5. R.W. Connell, J.W. Messerschmidt, *Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept*, in *Gender & Society*, vol. 19, n. 6, 2005, pp. 829-859.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Connell sottolinea che la mascolinità egemonica non è un dato fisso: cambia storicamente, si trasforma, può essere contestata e sostituita[6]. Il momento attuale è precisamente un momento di transizione egemonica: la mascolinità tradizionale fondata sul controllo, sulla competitività e sulla separazione emotiva non è più egemonica nel senso pieno del termine. Non gode più del consenso che aveva, non è più il modello di riferimento incontestato. Ma non è stata ancora sostituita da un modello nuovo che abbia raggiunto una piena legittimità culturale condivisa.

I dati della ricerca Ipsos sono leggibili in questa chiave. Quando il 54% del campione totale risponde *no* alla domanda «oggi ha senso parlare di "uomini veri"?», sta sancendo la perdita di legittimità del modello egemonico tradizionale. Le ragazze sono ancora più nette: il 63% nega senso al concetto. Anche tra i ragazzi, il 46% lo rifiuta. Ma la negazione del vecchio non coincide automaticamente con l'affermazione del nuovo. Si apre uno spazio intermedio, un campo di transizione in cui le norme non sono ancora stabilizzate, i modelli non sono ancora chiari, le competenze richieste non sono ancora incorporate.

È in questo spazio che si colloca lo scarto relazionale. Non è lo spazio della regressione né quello della conquista: è lo spazio dell'incompiutezza. I giovani uomini si trovano nel mezzo di una trasformazione che riconoscono come necessaria e desiderabile, ma che non hanno ancora avuto il tempo, gli strumenti e i modelli per completare.

4. Lo scarto nei suoi effetti: lavoro, coppia e riconoscimento

4.1. Le competenze relazionali come capitale sociale

Lo scarto relazionale che la ricerca documenta non è un fenomeno confinato alla sfera privata dei sentimenti. Ha conseguenze dirette e misurabili in due ambiti fondamentali della vita sociale: il lavoro e la coppia. Prima di esaminare ciascuno di questi ambiti, vale la pena sottolineare un elemento di contesto decisivo: il cambiamento nel valore sociale attribuito alle competenze relazionali ed emotive[7].

6. R.W. Connell, *Masculinities*, University of California Press, 1995, pp. 76-81.

7. Per un'analisi del tema delle fragilità come condizione strutturale si vedano le riflessioni introduttive di M. Ferraresi e S. Magaraggia nel presente volume.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Nelle organizzazioni contemporanee, le *soft skills* sono diventate un fattore decisivo di successo professionale. La capacità di lavorare in team, di gestire i conflitti in modo costruttivo, di comunicare efficacemente, di mostrare empatia verso colleghi e clienti: queste competenze, un tempo considerate complementari rispetto alle competenze tecniche, sono oggi centrali. Il mercato del lavoro le seleziona, le valuta, le remunera. Chi non le possiede incontra crescenti difficoltà non solo nelle relazioni interpersonali, ma nella propria traiettoria professionale. Lo scarto relazionale maschile, in questo senso, non è solo un problema di benessere personale: è un problema di competitività nel campo lavorativo e di accesso alle forme di leadership più valorizzate nel contesto contemporaneo.

4.2. Il posto di lavoro: tra immaginario e pratica

I dati della ricerca sul lavoro restituiscono un quadro rivelatore. Quando si chiede ai giovani che cosa un uomo debba essere sul posto di lavoro, i valori in cima alla classifica dell'immaginario sono orientati alla famiglia e alla cura: considerare importante avere un lavoro che offra benefit per la famiglia (45%), prendere l'intero periodo di paternità disponibile per accudire i figli (42%), puntare a uno stipendio sempre più alto (41%). La competitività per ottenere promozioni è al quarto posto (35%), la disponibilità a lavorare molte ore per fare carriera è al quinto (32%). Dare la priorità alla carriera rispetto alla famiglia è quasi in fondo (17%), e giocare sporco con i colleghi è rifiutato quasi unanimemente (14% di approvazione, 67% di netta contrarietà).

Questo immaginario lavorativo descrive un modello di uomo lavoratore che si prende cura della famiglia, che fa il padre presente, che non sacrifica tutto alla carriera. È un modello che supera sensibilmente la figura del breadwinner tradizionale. Eppure, anche qui, quando i ragazzi che già lavorano descrivono sé stessi, lo scarto riappare. Rispetto all'immaginario, si sentono meno capaci di privilegiare la famiglia: il dato sulla disponibilità a scegliere un lavoro con benefit familiari cala di 24 punti confrontando chi già lavora con chi non lavora ancora. Il

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

confronto con la realtà lavorativa tende sistematicamente a ridimensionare le aspettative relazionali.

Particolarmente eloquente è il dato sulle dinamiche di potere nel contesto lavorativo. Sulla capacità di intervenire per mediare i conflitti, il dato dell'immaginario è al 46%, ma la percezione femminile dei coetanei maschi precipita al 6% (-32 punti tra immaginario e percezione femminile dei coetanei maschi): quasi nessun ragazzo riconosce ai propri simili la capacità di fare il mediatore. Analogamente, riconoscere il momento di fare un passo indietro e cedere: 45% nell'immaginario, 7% nella percezione femminile dei coetanei maschi (-23 punti). Il pattern si ripete con la stessa struttura osservata nelle competenze generali: l'ideale è riconosciuto, la pratica percepita nei pari è inesistente.

4.3. La coppia: dove lo scarto è più vivo

È nell'ambito delle relazioni sentimentali che lo scarto relazionale produce i suoi effetti più immediati. I dati sulla gestione delle dinamiche sentimentali mostrano un immaginario molto preciso: un uomo deve saper chiedere scusa e ammettere i propri errori (52% con punteggio massimo), deve essere in grado di parlare apertamente dei propri sentimenti e delle proprie emozioni (49%), deve aiutare la partner nei compiti domestici senza che lei debba chiederlo (48%). Queste tre caratteristiche, tutte orientate alla reciprocità e alla cura, occupano i primi tre posti della classifica sentimentale.

I comportamenti tradizionalmente associati alla mascolinità nella sfera di coppia sono invece quasi tutti rifiutati: guadagnare di più della partner è ritenuto poco rilevante (16%), così come il controllo delle decisioni familiari (15%), la gelosia come dimostrazione d'amore (12%), la vulnerabilità come strategia di seduzione (12%). Il vecchio contratto di genere nella coppia, fondato su gerarchie economiche, ruoli fissi e possessività, non è più l'ideale di nessuno, o di pochissimi.

Eppure, anche qui lo scarto tra immaginario e pratica percepita è vistoso. Sulla capacità di chiedere scusa e ammettere i propri errori, il 52% ritiene che un uomo debba saperlo fare intensamente, ma solo il 40% dei ragazzi si riconosce questa capacità, e appena il 14% del

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

campione femminile la attribuisce ai coetanei maschi (-26 punti di delta di genere). Sulla capacità di parlare apertamente dei propri sentimenti: 49% nell'immaginario, 29% nell'autopercezione, 10% nella percezione femminile dei coetanei maschi (-19 punti). Sulla condivisione spontanea dei compiti domestici: 48% nell'immaginario, 35% nell'autopercezione, 10% nella percezione femminile dei coetanei maschi (-25 punti).

Questi numeri descrivono una generazione di giovani donne che chiede agli uomini presenza emotiva, comunicazione aperta, partecipazione nella vita domestica, e una generazione di giovani uomini che, pur riconoscendo la legittimità di queste aspettative, si percepisce ancora incapace di soddisfarle pienamente, e che soprattutto vede nei propri coetanei maschi uno specchio collettivo ancora lontanissimo dall'ideale. Si tratta di una condizione che produce attrito relazionale, incomprensioni, e quella forma specifica di frustrazione reciproca che nasce non dall'indifferenza ma dal disallineamento: entrambi vogliono qualcosa di simile, ma i ragazzi non riescono ancora a praticarlo.

4.4. Il paradosso del modello generazionale

Un dato ulteriore della ricerca merita attenzione, perché complica in modo produttivo il quadro fin qui delineato. Alla domanda su chi sia il modello di uomo ideale, il 51% del campione totale indica il padre, il 41% il nonno. Tra i ragazzi, le percentuali salgono rispettivamente al 58% e al 49%. Le figure che incarnano il modello maschile di riferimento per la maggioranza dei giovani intervistati appartengono dunque alle generazioni precedenti.

Eppure, contemporaneamente, il 54% del campione ritiene che i giovani maschi di oggi siano peggiori di quelli dell'epoca dei nonni, e il 46% li giudica peggiori anche rispetto ai padri. Il 79% riconosce che i giovani maschi dell'epoca dei nonni erano diversi da quelli di oggi, il 60% dice lo stesso per i padri.

Emerge qui un paradosso che ha una precisa logica sociologica: i modelli di riferimento sono le generazioni precedenti, percepite come più solide e definite, ma al tempo stesso quelle generazioni vengono

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

giudicate *diverse*, non necessariamente migliori sul piano relazionale ed emotivo. Ciò che si rimpiange non è probabilmente il contenuto dei vecchi modelli maschili, patriarcali e emotivamente chiusi, ma la loro *chiarezza*. I nonni sapevano esattamente che cosa dovessero essere. I giovani uomini di oggi si trovano in un territorio normativo molto meno definito, in cui le aspettative sono cambiate ma le mappe non sono ancora ridisegnate.

Questa nostalgia per la chiarezza del ruolo, piuttosto che per il suo contenuto, è una chiave interpretativa importante. Non si tratta di regressione verso valori patriarcali: si tratta dell'esperienza disorientante di chi si trova nel mezzo di una transizione di cui non vede ancora la forma compiuta.

5. La fragilità come cantiere aperto

5.1. Rileggere la fragilità

Il concetto di fragilità maschile, attorno a cui ruota l'intero volume, va a questo punto riletto alla luce dei dati e dell'analisi condotta. La fragilità non è, o non è soltanto, una debolezza individuale: è una condizione strutturale prodotta dalla transizione. È l'esperienza di chi abita il confine tra due ordini normativi, il vecchio e il nuovo, senza potersi ancora saldamente collocare in nessuno dei due.

In questo senso, la fragilità maschile che la ricerca documenta è una fragilità *di posizione*, non di sostanza. I giovani uomini non sono emotivamente incapaci per natura: sono emotivamente incerti per cultura, ovvero per effetto di una socializzazione che ha trasmesso loro disposizioni ancora largamente orientate al vecchio *habitus*, in un campo sociale che chiede invece il nuovo. Questa incertezza si traduce nello scarto tra ciò che sanno di dover essere e il giudizio che le ragazze esprimono sui loro coetanei maschi: non nell'autopercezione individuale, che resta intermedia, ma nel giudizio sulla propria generazione maschile nel suo insieme.

La fragilità, intesa in questo modo, non è una diagnosi definitiva: è la fotografia di un momento di transizione. E le fotografie di metà guado, per definizione, non restituiscono un'immagine di equilibrio:

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

restituiscono un'immagine di movimento, di squilibrio provvisorio, di postura ancora da trovare.

5.2. Le risorse della transizione

Ciò che la ricerca mostra, accanto allo scarto, sono anche le risorse su cui si può fare leva per accompagnare e accelerare la transizione. La prima è la condivisione dell'immaginario: i ragazzi hanno già interiorizzato i valori relazionali che la modernità richiede. Non devono essere convinti che l'ascolto, la cura, la capacità di chiedere scusa siano qualità positive. Lo sanno già. Il problema non è cognitivo né valoriale, ma pratico: come si incorporano queste qualità nelle pratiche quotidiane? Come si impara a essere quello che si sa di dover essere?

La seconda risorsa è la distanza critica dai vecchi codici. Il fatto che il 54% del campione risponda «no» alla domanda sull'esistenza degli «uomini veri» indica che i giovani, maschi e femmine, hanno già decostruito retoricamente il vecchio modello. Non ci credono più. Questa decostruzione è una condizione necessaria, anche se non sufficiente, per la costruzione di qualcosa di nuovo.

La terza risorsa è la consapevolezza dello scarto stesso. Le ragazze percepiscono che i loro coetanei maschi, percepiti collettivamente, non raggiungono gli standard che l'immaginario condiviso richiede.

5.3. Il ruolo della tecnologia come spazio ambivalente

Un elemento che la ricerca introduce, e che vale la pena almeno evocare in questa sede, è il rapporto tra i giovani uomini e la tecnologia come spazio relazionale[8]. Il 49% dei ragazzi si autopercepisce come appassionato di tecnologia con punteggio massimo, un valore molto al di sopra dell'immaginario condiviso (23%): la tecnologia è una delle

8. Per un'analisi sistematica del rapporto tra giovani uomini, tecnologia e relazioni si rimanda al contributo di E. Sacchi nel presente volume.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

poche aree in cui i ragazzi si sentono pienamente competenti e riconosciuti nella propria identità.

Questo dato è ambivalente. Da un lato, la tecnologia può offrire spazi di relazione e di espressione emotiva meno vincolati dai codici tradizionali della mascolinità: le piattaforme digitali, i giochi collaborativi online, certe community costruiscono logiche relazionali diverse da quelle faccia a faccia, e possono costituire ambienti in cui sperimentare competenze emotive altrimenti bloccate dalla pressione normativa dei pari. Dall'altro lato, lo stesso ambiente digitale può amplificare e cristallizzare i vecchi codici: le subculture maschiliste online e i modelli di virilità aggressiva che circolano sui social media sono un contropotere reale nella formazione dell'habitus maschile giovanile. La tecnologia non è né la soluzione né il problema: è un campo di tensione in cui si scontrano le spinte verso il nuovo modello e le resistenze del vecchio, e il cui esito non è predeterminato.

5.4. Da una mascolinità fragile a una mascolinità consapevole

Le riflessioni fin qui condotte portano a una conclusione che è al tempo stesso analitica e propositiva. I 41 punti di scarto sulla capacità di ascolto non devono essere letti solo come una debolezza: sono anche il segnale che la mascolinità è un *cantiere aperto*. Un cantiere in cui i lavori sono già cominciati, ma in cui mancano ancora molti mattoni.

I giovani uomini italiani tra i 16 e i 24 anni non sono, nella loro maggioranza, difensori del vecchio ordine. Sono, nella loro maggioranza, persone che vorrebbero essere diverse da come si percepiscono, e che vengono percepite dalle coetanee come ancora più lontane dall'ideale relazionale condiviso. Questa condizione è scomoda, può generare senso di inadeguatezza, ma è anche la condizione minima per il cambiamento: chi non sente la distanza tra l'ideale e il reale non ha ragione di muoversi.

Ciò che la sociologia può offrire, in questo scenario, è precisamente la decostruzione della distanza: mostrare che quella distanza non è naturale né inevitabile, ma prodotta storicamente da un *habitus* che può essere trasformato. Mostrare che le competenze relazionali non sono qualità innate ma pratiche che si imparano, si allenano, si incorporano

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

attraverso l'esperienza e il modello. Mostrare, infine, che la fragilità è una condizione di passaggio, non una destinazione.

In questo scarto tra attese femminili e resistenze maschili, tra immaginario condiviso e pratica quotidiana ancora incerta, si gioca una partita al tempo stesso personale e collettiva. Si misura il passaggio da una mascolinità *fragile* a una mascolinità *consapevole*: non più definita da ciò che si rifiuta di essere, emotivo, vulnerabile, dipendente, ma da ciò che si sceglie di diventare, presente, capace di ascolto, corresponsabile.

Non un ritorno al passato, né una resa incondizionata alle aspettative altrui: una reinvenzione, ancora in corso, del modo di stare al mondo come uomini.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Parte quarta
Tecnologia, IA e nuove frontiere

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Giovani uomini, tecnologia e relazioni

Eva Sacchi

Sommario: 1. La voce della tecnologia non è neutra – 2. Intelligenza artificiale e riproduzione degli stereotipi – 3. Contenuti espliciti, privacy e consenso – 4. Ambivalenze tra norme e piattaforme e le leve del cambiamento – 5. Età e territori: traiettorie differenziate – 6. Performatività delle piattaforme, differenze di genere e orizzonti della maschilità – 7. Conclusioni.

Una parte sempre più ampia della socializzazione di genere avviene oggi in ambienti digitali. Non si tratta semplicemente di strumenti che si aggiungono alla vita quotidiana, si tratta di vere e proprie infrastrutture che catturano attenzione, modellano aspettative, organizzano le possibilità di azione. Dentro piattaforme sociali, applicazioni, videogiochi, assistenti vocali e sistemi di intelligenza artificiale si apprende un lessico per nominare il mondo, si cercano riconoscimento e appartenenza, si interiorizzano modelli e aspettative relazionali e sessuali. Per i 16-24enni questa trama è costitutiva.

La ricerca Ipsos *I giovani e i nuovi modelli maschili*, realizzata nel 2025 per il Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» – restituisce l'immagine di una generazione cresciuta in un ambiente in cui online e offline non sono più domini separati ma piani intrecciati della stessa esperienza.

Il profilo sociodemografico del campione – 48% ragazze, 52% ragazzi, 22% tra 16-17 anni, 33% tra 18-20, 45% tra 21-24; 64% studia, 10% lavora, 11% combina studio e lavoro, 15% è attualmente fuori da entrambi – segnala fasi diverse della transizione all'età adulta, con

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

visioni, competenze, reti e gradi di autonomia che si ridefiniscono proprio nella relazione con la tecnologia.

I dati di genere e generazionali devono essere letti con attenzione perché la medesima infrastruttura digitale non è neutra: distribuisce in modo asimmetrico opportunità e rischi, collocando ragazze e ragazzi in posizionamenti diversi che plasmano preferenze, pratiche e copioni relazionali. A questo si aggiunge che le persone di questa fascia di età non hanno semplicemente adottato strumenti digitali comparsi in una fase successiva della loro vita, si sono socializzate grazie a essi. Le interazioni mediate dalla tecnologia fanno parte delle pratiche attraverso cui costruiscono la propria identità, cercano riconoscimento, instaurano relazioni e apprendono le aspettative sociali, comprese quelle di genere. Studiare il loro rapporto con la tecnologia significa quindi osservare uno dei luoghi nei quali i modelli di mascolinità vengono oggi appresi, negoziati e, in qualche caso, messi in discussione.

1. La voce della tecnologia non è neutra

All'interno di questo paesaggio, le interfacce vocali sono un primo indizio di come il genere si incarni nei dispositivi. Alla domanda se si preferisca una voce maschile o femminile quando si interagisce con un assistente digitale, il 46% del campione sceglie la voce femminile, il 15% quella maschile e il 39% non vede differenze (tab. 1). Il dato si polarizza per genere: tra le ragazze la voce femminile raccoglie il 54% delle preferenze (contro un 7% di preferenza per la voce maschile), tra i ragazzi la preferenza per una voce maschile sale al 23% e quella per una voce femminile scende al 38%. L'età introduce un'ulteriore sfumatura (tab. 2): tra i 16-17enni la voce femminile è preferita dal 55% (17% predilige quella maschile, 28% non nota differenze), mentre nelle fasce successive cresce l'indifferenza dichiarata.

La voce non è un semplice attributo tecnico; è un dispositivo simbolico che attribuisce un ruolo sociale alla macchina e la questione diventa particolarmente rilevante se si considera che molti assistenti digitali sono stati storicamente commercializzati attraverso voci femminili. In tale configurazione, l'innovazione tecnologica rischia di incorporare e

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

normalizzare un modello tradizionale: al femminile vengono associate disponibilità, assistenza, accoglienza e cura, mentre il maschile mantiene una relazione più stretta con autorevolezza, comando e produzione tecnica. Allo stesso tempo però, quell'ampia area di "nessuna differenza" apre uno spiraglio interpretativo: potrebbe segnalare una soglia di indifferenza al genere dell'interfaccia, o semplicemente un pragmatismo d'uso che accetta la configurazione predefinita.

Tab. 1 – Quando parlo con un assistente vocale preferisco sentire una voce… Valori %

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Maschile	15	23	7	-16
Femminile	46	39	54	+15
Non vedo differenza	39	38	39	+1

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Tab. 2 – Quando parlo con un assistente vocale preferisco sentire una voce… Valori %

	Totale campione	*16-17 anni*	*18-20 anni*	*21-24 anni*
Maschile	15	17	14	16
Femminile	46	55	45	43
Non vedo differenza	39	28	42	41

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

2. Intelligenza artificiale e riproduzione degli stereotipi

Se la voce rende visibile come il genere abiti l'interfaccia, la riflessione sui sistemi algoritmici sposta lo sguardo verso i processi che generano quegli esiti. Quasi la metà del campione (44%, con una media di accordo pari a 6,8 su 10, tab. 3) ritiene che programmatori e programmatrici abbiano la responsabilità di evitare la riproduzione di stereotipi di genere nell'intelligenza artificiale; il 39% si colloca in un'area intermedia, il 20% in disaccordo. È un indizio importante: i giovani e le giovani non percepiscono la tecnologia come un destino

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

neutro che l'utente dovrebbe solo imparare a gestire, ma come un insieme di scelte – di dati inclusi ed esclusi, di categorie adottate, di regole e metriche – che hanno effetti sociali.

Tab. 3 – In generale quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Mi preoccupa il fatto che le intelligenze artificiali possano essere usate per creare contenuti sessualmente espliciti non consensuali (ad esempio, deepfake)	48	38	59	+21
È responsabilità dei programmatori e delle programmatrici assicurarsi che le intelligenze artificiali non riproducano stereotipi di genere	44	39	50	+11
Ci vorrebbero più programmatrici per evitare che le intelligenze artificiali riproducano stereotipi di genere	35	27	45	+18
Il mercato del porno beneficerà moltissimo dell'intelligenza artificiale generativa	33	37	28	-9

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Il tema riguarda anche il maschile: se gli algoritmi associano all'uomo forza, competizione, aggressività, dominio della tecnica e scarsa espressione emotiva, distribuiscono e ripetono questi tratti come trame desiderabili dell'identità, rafforzandone la plausibilità quotidiana attraverso linguaggi e categorie di classificazione.

Lo si vede con particolare chiarezza nella sfera della sessualità, dove generi, poteri e tecnologie si intrecciano in modo esplicito. Il 48% delle persone intervistate dichiara un'elevata preoccupazione per l'uso dell'IA nella creazione di contenuti sessuali non consensuali, come i de-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

epfake (tab. 3); tra i 16-17enni la quota sale al 55% (tab. 4). In parallelo, un terzo del campione (33%, media 6,0) pensa che il mercato del porno beneficerà moltissimo dell'IA generativa; questa aspettativa è più accentuata tra i ragazzi e nel Nord-Ovest (39%), mentre il Centro e il Sud e Isole si attestano su valori più bassi (28%). Si produce così una tensione fra due movimenti: da un lato l'allarme per quella che si potrebbe definire una *pornogenesi algoritmica* che rende replicabili e verosimili i corpi senza passare dal consenso, potenziando la circolazione di doppi digitali e la confusione tra vero e verosimile; dall'altro la normalizzazione economica del desiderio, che proietta sulla sfera pornografica una promessa di efficienza, personalizzazione, potenziamento dell'offerta.

Tab. 4 – In generale quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*16-17 anni*	*18-20 anni*	*21-24 anni*
Mi preoccupa il fatto che le intelligenze artificiali possano essere usate per creare contenuti sessualmente espliciti non consensuali (ad esempio, deepfake)	48	55	41	49
È responsabilità dei programmatori e delle programmatrici assicurarsi che le intelligenze artificiali non riproducano stereotipi di genere	44	51	41	44
Ci vorrebbero più programmatrici per evitare che le intelligenze artificiali riproducano stereotipi di genere	35	42	31	35
Il mercato del porno beneficerà moltissimo dell'intelligenza artificiale generativa	33	30	34	33

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

3. Contenuti espliciti, privacy e consenso

Le pratiche quotidiane collocano questa tensione in un orizzonte di rischio normalizzato. Il 42% del campione è molto d'accordo con l'affermazione secondo cui inviare una foto intima implica mettere in conto che possa essere condivisa con altri; tra i 16-17enni la quota raggiunge il 50% (tab. 5), segnando l'interiorizzazione della sorveglianza per cui l'intimità digitale è pensata come intrinsecamente esposta. È una forma mentis che tende a spostare il baricentro della responsabilità verso chi condivide, piuttosto che su chi abusa. Una parte non marginale del campione (19%) concorda molto con l'idea che le vittime di revenge porn siano in parte responsabili della situazione in cui si trovano; la quota cresce tra i ragazzi (29%, tab. 6) e tocca un picco nel Nord-Est (24%). Il 17% considera l'invio non richiesto di immagini esplicite un modo innocuo per esprimere interesse, con un massimo tra i 18-20enni (25%) e valori più contenuti tra i 21-24enni (11%). Il 13% ritiene che il consenso online sia meno importante del consenso in presenza, e anche qui l'area 18-20 appare la più disponibile a considerare mobili i confini. La mappa non delinea un'adesione massiccia a pratiche di sopraffazione ma illumina zone di ambiguità in cui norme del consenso non risultano ancora pienamente introiettate.

Tab. 5 – In generale quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*16-17 anni*	*18-20 anni*	*21-24 anni*
Se invio una foto intima a qualcuno, devo mettere in conto che questa persona possa condividerla con altri	42	50	44	36
Le vittime di revenge porn sono in parte responsabili della situazione in cui si trovano	19	18	30	12
L'invio non richiesto di immagini esplicite è un modo innocuo per esprimere interesse verso qualcuno	17	16	25	11
Il consenso online è meno importante del consenso nelle interazioni di persona	13	11	18	10

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Tab. 6 – In generale quanto sei d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni su una scala da 1 "per niente" a 10 "moltissimo"? % Molto (Voto 8-10)

	Totale campione	*Maschi*	*Femmine*	*Delta ragazze-ragazzi*
Se invio una foto intima a qualcuno, devo mettere in conto che questa persona possa condividerla con altri	42	41	42	+1
Le vittime di revenge porn sono in parte responsabili della situazione in cui si trovano	19	29	9	-20
L'invio non richiesto di immagini esplicite è un modo innocuo per esprimere interesse verso qualcuno	17	21	12	-9
Il consenso online è meno importante del consenso nelle interazioni di persona	13	15	11	-4

Fonte: Ipsos, *I giovani e i nuovi modelli maschili* (2025).

4. Ambivalenze tra norme e piattaforme e le leve del cambiamento

Questa coesistenza di principi egualitari e abitudini contraddittorie è un tratto ricorrente dell'intero quadro. La stessa generazione che riconosce con nettezza la responsabilità progettuale nell'evitare la riproduzione di stereotipi (44% molto d'accordo) mostra, almeno in una sua componente, la tendenza a leggere il consenso online come meno vincolante e a delegittimare la pretesa di riservatezza nelle pratiche intime. Non è un paradosso, ma il segno di un processo in corso: le norme si rinegoziano più lentamente dei meccanismi delle piattaforme che rendono facili certi atti; i desideri e i riconoscimenti tra pari non si riallineano automaticamente alle convinzioni dichiarate. In questo spazio intermedio, i giovani uomini si muovono tra pressioni differenziate: da una parte l'aspettativa di performare iniziativa, ironia aggressiva, resistenza al rifiuto; dall'altra l'emersione di condizioni relazionali che chiedono ascolto, responsabilità, capacità di nominare e rispettare i confini.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Un passaggio ulteriore riguarda le leve percepite per cambiare i sistemi. Alla proposta secondo cui un aumento delle programmatrici potrebbe contribuire a evitare la riproduzione di stereotipi di genere nell'IA, il 35% esprime un accordo elevato (media 6,2), il 27% si colloca in un'area intermedia e il 38% in disaccordo. La distanza rispetto al 44% che attribuisce responsabilità a chi progetta segnala che la composizione di genere dei team è riconosciuta come possibile fattore, ma meno intuitivamente determinante rispetto alla responsabilità in sé. I 16-17enni si mostrano i più convinti dell'utilità di una maggiore presenza femminile (42% di accordo elevato), con scarti territoriali che vedono il Nord-Ovest in testa (40%) e il Centro più scettico (27%). Nella chiave dei modelli maschili, è interessante notare che la discussione sulla presenza femminile non riguarda solo le opportunità di accesso alla tecnologia, ma tocca l'associazione ancora diffusa fra competenza tecnica e identità virile. Più che una questione numerica, è una questione di immaginario: chi è legittimato a parlare la lingua dei modelli, chi è riconosciuto come autorevole, da chi ci si attende una postura di comando e da chi una di supporto. Quando questa geografia simbolica si muove, cambia anche la pressione esercitata sui ragazzi a utilizzare il "saper fare" come prova di appartenenza di genere.

5. Età e territori: traiettorie differenziate

I 16-17enni appaiono insieme i più attenti agli impatti sociali dell'innovazione e i più rassegnati all'idea che l'intimità digitale comporti rischi inevitabili: 51% molto d'accordo sulla responsabilità progettuale, 55% molto preoccupati per i deepfake sessuali, 42% molto d'accordo sull'importanza di avere più programmatrici, 50% molto d'accordo che una foto intima possa essere condivisa e bisogna metterlo nel conto. È un profilo che unisce consapevolezza e adattamento, probabile effetto di un'esposizione scolastica recente ai temi dell'educazione digitale e, al tempo stesso, di un'esperienza quotidiana che insegna a convivere con l'esposizione. I 18-20enni segnano invece i massimi su affermazioni che comprimono i confini del consenso (25% considera innocuo l'invio non richiesto di immagini esplicite; 18% ritiene il consenso onli-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ne meno importante; 30% attribuisce corresponsabilità alle vittime di revenge porn), come se nella fase di sperimentazione di autonomia, le logiche della prestazione e del riconoscimento tra pari pesassero di più nelle scelte e nelle giustificazioni. Tra i 21-24enni si osserva una parziale ricomposizione: la preoccupazione per i deepfake resta alta (49%), ma scende l'idea dell'inevitabilità della condivisione delle immagini intime (36%), segno di traiettorie che si assestano su pratiche più riflessive.

Anche lo spazio influisce ma senza determinare. Il Nord-Ovest si distingue per una maggiore attenzione alle implicazioni sociali dell'IA: 49% molto d'accordo sulla responsabilità progettuale, 51% molto preoccupati per i deepfake sessuali, e una quota più alta nel ritenere che il porno beneficerà dell'IA (39%). Il Centro mostra a sua volta picchi di preoccupazione per l'uso non consensuale dell'IA in ambito sessuale, mentre il Nord-Est segna l'accento più marcato nell'attribuire corresponsabilità alle vittime di revenge porn (24%). Sul terreno del consenso e della privacy, il paese appare più uniforme, con differenze che non alterano il quadro generale.

6. Performatività delle piattaforme, differenze di genere e orizzonti della maschilità

Se allarghiamo lo sguardo alle forme della presenza online, incontriamo le logiche della performatività. Le piattaforme organizzano la visibilità attraverso metriche che premiano prontezza, assertività e segnali forti di appartenenza. In questo ambiente, alcuni tratti riconducibili alle maschilità tradizionali – il gusto per lo sfottò tra pari, l'ostentazione di disincanto emotivo, l'intraprendenza che non si ferma davanti al rifiuto – possono apparire come valute per la reputazione. Non significa che i giovani uomini si riconoscano tutti in questi registri, ma che si muovono dentro cornici che rendono certi atti più accettabili e altri più costosi. Se la vulnerabilità è svalutata, la sua espressione pubblica diventa onerosa; se l'iniziativa è premiata comunque, i confini del consenso appaiono più negoziabili; se l'attenzione è catturata dai contenuti sessualizzati, cresce la pressione a produrli e condividerli. Non è il dispositivo in sé a determinare i comportamenti, ma la sua grammatica di visibilità e ricompensa a rendere prevedibili certe traiettorie.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

In questo quadro, le differenze tra ragazze e ragazzi emerse dall'indagine segnano polarizzazioni ma non mondi paralleli. Le ragazze, in media, esprimono una sensibilità più alta verso i rischi di stereotipizzazione algoritmica e l'uso non consensuale dell'IA in ambito sessuale; preferiscono più spesso una voce femminile negli assistenti e sono meno inclini ad attribuire corresponsabilità alle vittime o a considerare innocuo l'invio non richiesto di immagini esplicite. I ragazzi, invece, mostrano una maggiore propensione a preferire la voce maschile (23% contro il 7% delle ragazze), a prevedere un forte beneficio dell'IA per il mercato pornografico e ad aderire, in quota più alta, a visioni che relativizzano i confini del consenso. Queste differenze raccontano aspettative di ruolo non sovrapponibili e mostrano come i modelli maschili non si riducano a stereotipi univoci: tra pressioni performative e opportunità di ridefinizione, i percorsi individuali sono molti e attraversano questi territori in modi non lineari.

7. Conclusioni

L'ambivalenza non è un difetto, ma la condizione ordinaria dei cambiamenti culturali: i significati si ricombinano, le abitudini resistono, le regole si scrivono mentre si gioca. La tecnologia può diventare un terreno sul quale ridefinire la mascolinità e perché no, una alleata. Nel modello tradizionale, la competenza tecnica è stata spesso rappresentata come un attributo maschile: capacità di controllare gli strumenti, risolvere problemi, padroneggiare sistemi complessi. Questa rappresentazione ha contribuito sia alla sottorappresentazione delle donne nei settori tecnologici sia alla pressione esercitata sugli uomini affinché dimostrassero sicurezza e autosufficienza.

L'intelligenza artificiale introduce la possibilità di un cambiamento. La competenza non può più essere definita soltanto come capacità di far funzionare uno strumento o di ottenere il risultato desiderato. Deve comprendere la valutazione delle conseguenze, l'attenzione alle persone coinvolte, la capacità di riconoscere un pregiudizio e la disponibilità a correggere le proprie scelte.

In questo senso, la responsabilità algoritmica può essere interpretata come competenza relazionale. Chi progetta una tecnologia deve

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

immaginare la pluralità delle persone che la utilizzeranno e gli effetti che essa potrà produrre sulle loro vite. Deve saper ascoltare prospettive differenti, collaborare con competenze non esclusivamente tecniche e accettare che l'efficienza non sia l'unico criterio rilevante. Questa idea offre una possibile direzione per i nuovi modelli maschili. La padronanza tecnica può essere separata dal dominio e collegata alla cura. L'autorevolezza può essere distinta dall'autoritarismo. La capacità di decidere può includere il riconoscimento dei propri limiti. La sicurezza può convivere con l'ascolto e la responsabilità.

La tecnologia diventa così un laboratorio nel quale si confrontano concezioni diverse del potere. Da un lato, il potere come controllo dei sistemi, delle informazioni e delle persone. Dall'altro, il potere come possibilità di intervenire in modo consapevole, rispondendo delle conseguenze delle proprie azioni. Il secondo modello non elimina la competenza, ma la inserisce in una rete di obblighi sociali.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Bias algoritmici, genere e diritti

Marilisa D'Amico

Sommario: 1. Una premessa: perché i bias algoritmici sono, anzitutto, una questione costituzionale – 2. Cosa pensano i giovani: la consapevolezza (asimmetrica) del rischio – 3. Dagli stereotipi "umani" agli stereotipi "automatizzati": come l'intelligenza artificiale apprende, e riproduce, il pregiudizio di genere – 4. *Deepfake* e contenuti sessualmente espliciti non consensuali – 5. La responsabilità di chi progetta: principio di eguaglianza e obbligo di *non* discriminazione algoritmica – 6. Più donne nella programmazione: una soluzione organizzativa con fondamento costituzionale – 7. Conclusioni: decostruire il bias prima che si cristallizzi in codice.

1. Una premessa: perché i bias algoritmici sono, anzitutto, una questione costituzionale

La Costituzione viene richiamata con crescente urgenza quando si parla di società algoritmica, e non a caso: l'intelligenza artificiale mette in crisi non soltanto i diritti individuali delle persone, ma genera discriminazioni strutturali che investono le fondamenta stesse dell'ordinamento. Di ciò occorre essere pienamente consapevoli. Se non impariamo a conoscere che gli algoritmi incorporano i *bias* presenti nella società e se questi non vengono filtrati, rischiamo di vanificare tutti i progressi compiuti, ritrovandoci in un mondo dell'intelligenza artificiale costruito, di nuovo, prevalentemente da uomini e secondo schemi culturali maschili.

Il punto non è secondario, né astratto. Come ogni rivoluzione tecnologica, l'intelligenza artificiale porta con sé potenzialità straordinarie

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

– nell'efficienza dei servizi pubblici, nell'accessibilità dei servizi –, ma anche rischi significativi per la tutela dei diritti fondamentali e della dignità umana.

Grazie alla capacità di analizzare enormi quantità di dati, prendere decisioni autonome e apprendere in modo progressivo, i sistemi di intelligenza artificiale sono sempre più utilizzati in ambiti che toccano la vita di ogni persona.

Un esempio è costituito dall'uso di algoritmi predittivi nelle decisioni giudiziarie, come nella cosiddetta giustizia predittiva negli Stati Uniti, di cui un emblematico uso è costituito dal caso *Loomis* del 2016, in cui un imputato fu condannato a sei anni di reclusione dal Tribunale del Wisconsin sul mero risultato fornito dall'algoritmo predittivo *Compas.*

Questo utilizzo solleva questioni decisive di trasparenza e *accountability*[1], nonché di possibile discriminazione algoritmica.

La radice del problema discriminatorio dei sistemi di intelligenza artificiale è nota e ormai documentata in modo sistematico. Joy Buolamwini, ricercatrice all'MIT Media Lab, è diventata uno dei riferimenti scientifici internazionali sul tema della discriminazione algoritmica dopo aver scoperto e documentato – nel progetto *Gender Shades* del 2018 – che gli algoritmi di riconoscimento facciale di aziende come IBM, Microsoft e Face++ erano molto meno accurati sui volti delle donne, e ancora meno su quelli delle donne di pelle scura. I dati raccolti erano inequivocabili: per gli uomini di carnagione chiara, il tasso di errore era inferiore all'1%; per le donne di pelle scura arrivava al 35%[2].

Da quella scoperta nacque l'*Algorithmic Justice League*, dedicata a portare alla luce il fenomeno della discriminazione algoritmica, che Buolamwini ha chiamato "*the coded gaze*" – lo sguardo dell'algoritmo – espressione che richiama consapevolmente il concetto di *male gaze*: il sistema di cultura patriarcale che non soltanto condiziona il modo di rappresentare le donne, ma plasma la rappresentazione stessa della

1. Sul punto si veda M. Luciani, *La decisione giudiziaria robotica*, in *Rivista AIC*, fasc. 3/2018, pp. 872 ss.

2. *Dati disponibili qui: www.media.mit.edu/projects/gender-shades/results/*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

realtà. Sulla stessa lunghezza d'onda si colloca il lavoro della matematica e attivista Cathy O'Neil, che nel suo *Weapons of Math Destruction* ha dimostrato come i modelli matematici algoritmici, incorporando dati storici, siano sistematicamente sbilanciati a favore dei gruppi sociali più privilegiati.

Il mondo dell'intelligenza artificiale rischia dunque di riprodurre quel monopolio maschile che, a partire dalle civiltà classiche, rappresenta un ostacolo culturale fortissimo alla costruzione di una democrazia paritaria e al pieno rispetto del principio costituzionale di eguaglianza[3]. La Costituzione non può restare indifferente a questo fenomeno: il principio di eguaglianza sostanziale sancito dall'art. 3, comma 2, Cost. impone di rimuovere gli ostacoli di fatto che limitano libertà ed eguaglianza e oggi quegli ostacoli si annidano anche nell'utilizzo di strumenti artificiali che possiedono un profilo discriminatorio.

Il fenomeno dell'intelligenza artificiale si è a tal punto sviluppato che si può ormai parlare di una vera e propria "costituzione dell'algoritmo"[4]: un sistema di regole implicite, incorporate nei codici e nelle architetture delle piattaforme digitali, che incide sui diritti fondamentali in modo tanto pervasivo quanto spesso invisibile.

La Costituzione viene oggi sempre più trasformata, nella sua stessa struttura del potere, da questa società algoritmica. È un tema su cui si sta lavorando e riflettendo anche a livello europeo, e si tratta di un punto cruciale che non può essere relegato ai margini del dibattito giuridico: il principio di eguaglianza sostanziale, la tutela della dignità umana, il diritto a un equo processo, la libertà di espressione sono tutti in gioco ogni volta che un sistema algoritmico prende una decisione che riguarda una persona – nella selezione del personale, nell'erogazione del credito, nella determinazione della pena, nella moderazione dei contenuti online.

3. Sul punto sia consentito il rinvio alle riflessioni contenute in M. D'Amico, B. Liberali, *Manuale di diritto delle donne*, Giuffrè, 2025.

4. Ci si riferisce all'opera di F. Balaguer Callejon, *La costituzione dell'algoritmo*, Le Monnier, 2023.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

2. Cosa pensano i giovani: la consapevolezza (asimmetrica) del rischio

I dati della ricerca Ipsos sui *Nuovi modelli di mascolinità* offrono uno spaccato sorprendente e, per certi versi, incoraggiante. Senza che nessuno li abbia guidati o educati specificamente sul tema, i ragazzi e le ragazze hanno risposto alle domande proposte, dimostrando un livello di consapevolezza già significativo. È un dato che merita di essere sottolineato, perché restituisce un'immagine delle nuove generazioni meno passiva di quanto spesso si tema: adolescenti e giovani adulti non sono tabule rase di fronte al mondo digitale, ma portatori di percezioni, dubbi e intuizioni che aspettano di essere coltivati da un sistema educativo ancora largamente impreparato a farlo.

Questa consapevolezza è tuttavia asimmetrica per genere, e l'asimmetria è sistematica. Sul tema dell'intelligenza artificiale e degli stereotipi, il 35% del campione sottolinea l'importanza di avere più donne nella programmazione, e circa 1 giovane su 2 teme che l'IA possa essere usata per produrre contenuti sessuali non consensuali, con le ragazze che si dimostrano generalmente più sensibili a questi temi rispetto ai coetanei maschi. Il 44% del campione si ritiene molto d'accordo nel fatto che sia responsabilità di programmatori e programmatrici assicurarsi che le intelligenze artificiali non riproducano stereotipi di genere; tra le ragazze questa convinzione è più forte (50%) che tra i ragazzi (39%).

Anche sulla questione apparentemente neutra della voce degli assistenti vocali emerge una differenza significativa: il 54% delle ragazze preferisce una voce femminile, mentre il 23% dei ragazzi preferisce la voce maschile, dato più elevato rispetto alla media generale del 15%. La preferenza di genere nella scelta della voce di un assistente digitale non è una curiosità statistica: è un indicatore di come gli stereotipi di genere si proiettino sulle macchine e si consolidino attraverso di esse.

Come ha evidenziato l'UNESCO nel rapporto del 2019 *I'd blush if I could: closing gender divides in digital skills through education*[5], piatta-

5. Disponibile qui: *https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367416*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

forme come Siri associano femminilità e servilismo: gli assistenti vocali femminili sono configurati per rispondere con deferenza e compiacenza anche a insulti e molestie e la tendenza alla sottomissione di fronte ad abusi di genere, pur con aggiornamenti successivi, è rimasta una costante di questi sistemi fin dal 2011. Si tratta di un pattern relazionale che nella vita reale sarebbe riconosciuto come abusivo, e che invece viene normalizzato e appreso quotidianamente.

Sul versante opposto, il 33% delle persone giovani intervistate vede nell'IA un potenziale potenziamento del mercato della pornografia, con i ragazzi che accentuano questa percezione più delle ragazze (37% contro 28%). Questo dato va letto insieme alle risposte sui contenuti sessuali non consensuali, costruendo un quadro in cui la preoccupazione e la normalizzazione coesistono – talvolta nelle stesse fasce di popolazione – segnalando la necessità di un lavoro educativo che non si limiti all'informazione, ma raggiunga il piano degli atteggiamenti.

Ciò conferma quanto sia grave il vuoto educativo sul tema. L'educazione a comprendere cosa siano gli algoritmi, cosa sia un *bias* algoritmico e quali siano i rischi per le persone – inclusi quelli legati alla pornografia, ai *deepfake* e alle dinamiche di sorveglianza digitale – non viene impartita da nessuno, e in particolare non viene svolta nelle scuole a livello di base. Si tratta di una grave lacuna educativa su un tema sociale di primaria importanza che la politica non può continuare a ignorare. Non essere digitalmente educati/e significa oggi non riuscire a orientarsi in una realtà che Luciano Floridi definisce *on life*[6]: un contesto in cui l'online e l'offline sono ormai dimensioni inscindibili dell'esistenza e in cui la vulnerabilità agli abusi algoritmici è tanto più elevata quanto più bassa è la consapevolezza dei meccanismi in gioco. In questo senso, i dati Ipsos sono al tempo stesso un segnale di speranza e una misura del lavoro ancora da fare: se ragazzi e ragazze, senza formazione alcuna, dimostrano già livelli di consapevolezza significativi, è lecito attendersi risultati ben più solidi con un'educazione strutturata e diffusa.

6. L. Floridi, *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer Open, 2015.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

3. Dagli stereotipi "umani" agli stereotipi "automatizzati": come l'intelligenza artificiale apprende, e riproduce, il pregiudizio di genere

L'intelligenza artificiale non è neutrale: apprende dai dati che le vengono forniti, e quei dati sono il prodotto di una società storicamente asimmetrica sul piano di genere. Le cause della discriminazione algoritmica sono varie e si stratificano.

La prima riguarda il "sesso" di chi programma, essendo i programmatori in larghissima parte uomini. La seconda attiene all'incorporazione di *bias* esistenti nella società, spesso a livello inconscio. La terza concerne il modo stesso di funzionamento degli algoritmi: raggruppando e selezionando, riescono a determinare impatti ancora più discriminatori e pervasivi dei dati che hanno assorbito. Vi è poi una quarta dimensione, particolarmente insidiosa: la cosiddetta *black box theory*. Una volta programmato e messo in funzione, l'algoritmo può agire secondo modalità progressivamente ignote persino al programmatore originario, rendendo il malfunzionamento discriminatorio di difficile individuazione e ancora più difficile correzione. Ciò è particolarmente critico quando i sistemi di intelligenza artificiale sono "chiusi" rispetto a interventi successivi, precludendo correzioni al malfunzionamento: in questi casi, aggiungere dati a un *dataset* iniziale o prevedere il controllo umano (*human in the loop*) non è sufficiente, perché quando non si conosce esattamente come il sistema raggiunge il proprio obiettivo, diventa praticamente impossibile adottare rimedi efficaci.

I casi concreti documentati sono già numerosi e inequivocabili.

Amazon, ad esempio, ha dovuto abbandonare il proprio algoritmo di selezione del personale perché favoriva sistematicamente candidati di sesso maschile, essendo stato allenato su *curricula* prevalentemente maschili. Uber ha discriminato il genere femminile attraverso sistemi di riconoscimento facciale. LinkedIn ha mostrato offerte di lavoro ad alta retribuzione prevalentemente a utenti maschi a discapito di quelli di sesso femminile. Né il mondo del credito è esente: in Italia, le donne ottengono statisticamente meno prestiti rispetto agli uomini – il cosiddetto *gender credit gap* valeva, secondo dati riportati da *Il Sole 24 Ore* nel marzo 2025, 68 miliardi di euro[7].

7. Si veda *https://alleyoop.ilsole24ore.com/2025/03/07/prestiti-bancari/?refresh_ce=1*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

A conferma di questo quadro, l'impatto dell'intelligenza artificiale sul mercato del lavoro si dimostra già oggi tutt'altro che neutro rispetto al genere: secondo l'ILO Working Paper 140 *Generative AI and Jobs: A Refined Global Index of Occupational Exposure* del maggio 2025[8], nei paesi ad alto reddito il 9,6% dei posti di lavoro occupati da donne è destinato a una trasformazione sostanziale per effetto dell'IA generativa, contro il 3,5% di quelli occupati da uomini, poiché una parte consistente dell'occupazione femminile è concentrata in professioni amministrative e d'ufficio che presentano un elevato potenziale di automazione. Un successivo *brief* ILO del marzo 2026, *Gen AI, occupational segregation and gender equality in the world of work*[9], aggiorna e approfondisce il quadro: le occupazioni a prevalenza femminile sono quasi il doppio più esposte alla GenAI rispetto a quelle a prevalenza maschile (29% contro 16%), e la disparità si accentua ulteriormente ai livelli di rischio più elevati, dove il 16% delle occupazioni femminili ricade nelle categorie ad alta automazione, contro solo il 3% di quelle maschili. La stessa macchina che discrimina nel reclutamento discrimina anche nell'esclusione dal mercato.

Ovviamente, la riproduzione degli stereotipi può avvenire non solo con l'immissione intenzionale di informazioni affette da pregiudizi, ma anche, in via indiretta e spesso inconsapevole, tramite informazioni a prima vista "neutre", che, rielaborate dalla macchina tramite meccanismi di *machine learning* e *deep learning*, producono un effetto discriminatorio "in uscita".

Un ulteriore aspetto particolarmente rilevante è quello del linguaggio. I sistemi di *natural language processing* (NLP) – vale a dire gli algoritmi progettati per permettere ai computer di comprendere testi e parole, replicando abilità umane – riproducono i bias del linguaggio ordinario: di fronte all'esigenza di riferirsi a un gruppo indistinto, ricorrono al cosiddetto "maschile neutro", oscurando la dimensione di genere. Si tratta di una semplificazione linguistica che nega la rappre-

8. Disponibile qui: *https://www.ilo.org/publications/generative-ai-and-jobs-refined-global-index-occupational-exposure*.

9. Disponibile qui: *https://www.ilo.org/publications/gen-ai-occupational-segregation-and-gender-equality-world-work*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

sentazione reale di uomini e donne e che i sistemi di traduzione automatica codificano e diffondono su scala globale.

Il rapporto UNESCO del 2024 *Challenging systematic prejudices: an investigation into bias against women and girls in large language models*[10] – basato sull'esame di modelli linguistici di larga diffusione come GPT–2, ChatGPT e Llama 2 di Meta – rivela che questi sistemi presentano *bias* di genere sistemici e documentati. Nei test condotti dai ricercatori e dalle ricercatrici, i modelli tendevano ad assegnare professioni qualificate (ingegnere, medico, giudice) ai personaggi maschili, mentre a quelli femminili venivano attribuite posizioni subalterne o domestiche – cuoca, domestica, in alcuni casi persino prostituta. I livelli più elevati di *bias* di genere sono stati riscontrati nelle piattaforme *open source*, la cui ampia diffusione gratuita amplifica ulteriormente il problema.

Il fenomeno non riguarda solo il pregiudizio nei contenuti generati. I sistemi di profilazione online, lasciati nella piena disponibilità degli utenti e sprovvisti di regolamentazione, costituiscono terreno fertile per la genesi di comportamenti discriminatori: i meccanismi di indicizzazione dei contenuti tendono a mostrare in modo proporzionalmente maggiore contenuti discriminatori agli utenti già inclini a essi, costruendo la cosiddetta "camera dell'eco" e contribuendo alla radicalizzazione progressiva degli atteggiamenti. Anche qui, la doppia natura dell'intelligenza artificiale – da un lato mezzo di discriminazione, dall'altro potenziale alleato per il suo contrasto – si manifesta concretamente: come dimostra l'esempio di Google Translate, che nel 2017 ha ridefinito il proprio sistema di traduzione automatica per offrire alternative rispettose delle specificità di genere. Laddove sussista una volontà umana in questa direzione, la tecnologia può invertire la rotta.

4. *Deepfake* e contenuti sessualmente espliciti non consensuali

Tra i rischi più concreti e immediati dell'intelligenza artificiale generativa vi è la produzione di contenuti sessualmente espliciti non

10. Disponibile qui: *https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388971*.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

consensuali, i cosiddetti *deepfake* o, nella loro forma più diffusa, i *deepnude*.

Si tratta di un fenomeno che non è più una novità – il primo deepfake sessualizzato individuato in rete risale al dicembre 2017, quando la giornalista statunitense Samantha Cole scoprì su Reddit un video che riproduceva l'attrice Gal Gadot in un contesto sessuale esplicito –, ma che l'intelligenza artificiale generativa ha reso accessibile a chiunque, industrializzando e normalizzando un processo che in precedenza richiedeva competenze tecniche elevate.

I numeri attuali restituiscono la dimensione del problema: secondo Euronews, nel 2026 le app di pornografia *deepfake* sono state scaricate oltre 705 milioni di volte in tutto il mondo, con un aumento delle segnalazioni pari al 118% nel solo 2024 e un numero di incidenti legati all'IA decuplicato all'inizio del 2026. Nel 99% dei casi, le vittime sono donne. Il fenomeno è esploso in modo particolarmente visibile tra la fine del 2025 e l'inizio del 2026 con il caso Grok, il chatbot di X, che ha consentito di produrre *deepfake* sessualizzati attraverso semplici parole chiave. Tra le vittime figurano politiche, attiviste, artiste e personalità pubbliche di tutto il mondo; in Italia, il caso ha riguardato figure come la Presidente del Consiglio Giorgia Meloni, Elly Schlein, Laura Pausini, Chiara Ferragni, Federica Pellegrini e Tania Cagnotto. Nel novembre 2025, il GIP del Tribunale di Roma ha disposto il sequestro preventivo e l'oscuramento del sito cFake.com, una piattaforma che diffondeva immagini sessualmente esplicite generate con IA di donne note.

Sul piano normativo, la Commissione europea ha avviato nel gennaio 2026 una nuova indagine formale su X ai sensi del Digital Services Act, estendendo il procedimento già aperto nel 2023, dopo aver inflitto a X una sanzione di 120 milioni di euro nel dicembre 2025 per violazioni del DSA. Il 7 maggio 2026 il Parlamento europeo ha raggiunto un accordo per vietare esplicitamente le cosiddette "nudifier app", definendo tale divieto una linea rossa morale e giuridica: l'intesa impedisce l'uso e la commercializzazione nel mercato europeo di sistemi di IA destinati principalmente a rappresentare individui identificabili in scenari sessualmente espliciti senza il loro consenso.

In Gran Bretagna, dove esiste il *Revenge Porn Helpline*, le segnalazioni sono aumentate del 400% dal 2017 a oggi: nel 2024, tra immagini

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

non consensuali e deepfake, sono stati gestiti oltre 22.000 casi. Si tratta, a tutti gli effetti, di una forma di violenza digitale di genere.

Sul piano del diritto sostanziale, la Direttiva europea sulla violenza di genere del 2024 ha finalmente qualificato come reato la produzione, la manipolazione e la diffusione di tali contenuti, obbligando gli Stati membri a punire queste condotte. In Italia si è intervenuti nell'ambito di una legge organica sull'intelligenza artificiale, la legge n. 132 del 2025 (*Disposizioni e deleghe al Governo in materia di intelligenza artificiale*), la quale ha introdotto l'art. 612-*quater* nel codice penale, prevedendo una reclusione da 1 a 5 anni per chiunque realizzi e diffonda immagini, video o audio falsificati o alterati mediante l'utilizzo di sistemi di intelligenza artificiale. Tale disciplina sconta tuttavia un limite: il reato non è costruito esplicitamente attraverso la lente della violenza di genere, appiattendo fattispecie profondamente diverse – il *deepfake* sessuale e il *deepfake* di altro tipo – in un'unica categoria che ne annacqua la gravità specifica e non consente di valorizzare la dimensione strutturalmente discriminatoria del fenomeno.

La preoccupazione nei confronti del fenomeno si vede anche nei dati della ricerca: il 48% delle persone intervistate da Ipsos si dice molto preoccupata per la possibilità che le intelligenze artificiali vengano usate per creare contenuti sessualmente espliciti non consensuali, con le ragazze che esprimono una preoccupazione significativamente più marcata (59%) rispetto ai ragazzi (38%). Questo scarto non è solo un dato sociologico: è un indicatore dell'asimmetria dell'esposizione al rischio. Le ragazze sanno – spesso per esperienza diretta o attraverso le loro reti – che il bersaglio di questi abusi sono quasi sempre le donne.

Il tema si intreccia inevitabilmente con quello del consenso digitale. Secondo la ricerca Ipsos, il 42% del campione ritiene che inviare una foto intima comporti il rischio che venga condivisa e che tale rischio vada sempre considerato. Tuttavia, il 19% si dice molto d'accordo con l'affermazione che le vittime di c.d. *revenge porn* siano in parte corresponsabili nella propria situazione; dato che sale al 29% tra i ragazzi e al 30% nella fascia 18-20 anni, segnalando una preoccupante resistenza culturale al pieno riconoscimento del principio di consenso. Analogamente, il 17% considera innocuo l'invio non richiesto di immagini esplicite come forma di corteggiamento, con i ra-

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

gazzi nuovamente più inclini a questa lettura (21% contro 12% delle ragazze). Questi dati segnalano che la normalizzazione dei contenuti espliciti non consensuali non avviene soltanto grazie ai meccanismi algoritmici di profilazione e amplificazione, ma trova terreno fertile in atteggiamenti che resistono al cambiamento normativo. Il diritto, da solo, non è sufficiente: serve l'educazione, e serve che essa raggiunga il piano degli atteggiamenti culturali prima ancora che quello della conoscenza delle norme.

5. La responsabilità di chi progetta: principio di eguaglianza e obbligo di *non* discriminazione algoritmica

Il diritto costituzionale non può restare indifferente a questi fenomeni. Il principio di eguaglianza sostanziale sancito dall'art. 3, comma 2, della Costituzione impone non solo di rimuovere gli ostacoli di fatto che limitano la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, ma anche di impedire che nuovi meccanismi – compresi quelli algoritmici – li riproducano e li cristallizzino in forme difficilmente reversibili. La Corte costituzionale ha elaborato nel tempo una lettura evolutiva di questa norma, riconoscendo che il dovere dello Stato di intervenire si estende a ogni forma di discriminazione strutturale, indipendentemente dalla forma in cui essa si manifesta.

La responsabilità di chi progetta sistemi di intelligenza artificiale non è solo etica o tecnica: è giuridica. Ignorare un bias noto, non filtrare i dati di addestramento, non adottare meccanismi di verifica dell'impatto di genere equivale a perpetuare una discriminazione strutturale che lo Stato ha l'obbligo di contrastare.

L'Unione europea si è mossa in questa direzione con l'AI Act (Reg. UE 2024/1689), entrato in vigore il 1° agosto 2024, con un'architettura temporale graduata: l'art. 5 sui sistemi vietati è divenuto pienamente applicabile il 2 febbraio 2025, mentre le disposizioni relative ai sistemi ad alto rischio sono pienamente applicabili dal 2 agosto 2026. Le violazioni più gravi, incluso l'uso di sistemi proibiti, possono comportare sanzioni fino a 35 milioni di euro o al 7% del fatturato globale annuo.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Sia nel Preambolo sia nell'art. 27 – dedicato alla valutazione d'impatto sui diritti fondamentali – il Regolamento richiama il principio di non discriminazione e la parità di genere come pilastri dell'Unione, in conformità ai Trattati e alla Carta dei diritti fondamentali. L'art. 5 sui sistemi vietati include il divieto dei sistemi di categorizzazione biometrica per inferire caratteristiche sensibili degli individui – tra cui origine etnica, religione, orientamento sessuale – e il divieto dei sistemi di profilazione per la selezione del personale, già rivelatisi strumenti di evidente discriminazione di genere. I sistemi per la selezione e la valutazione del personale sono classificati come sistemi ad alto rischio ai sensi dell'art. 6 e dell'Allegato III, soggetti a requisiti stringenti di conformità.

Sul piano procedurale, la Commissione europea ha adottato il 4 febbraio 2025 le Linee Guida sulle pratiche di intelligenza artificiale vietate: pur non vincolanti, forniscono chiarezza interpretativa sull'art. 5 dell'AI Act, identificando otto categorie di pratiche vietate – dalla manipolazione subliminale allo sfruttamento della vulnerabilità, dal *social scoring* alla categorizzazione biometrica – con particolare attenzione ai sistemi che operano profilazioni su caratteristiche sensibili.

A integrazione e rafforzamento del quadro europeo si colloca il Trattato del Consiglio d'Europa sull'intelligenza artificiale – il primo trattato internazionale al mondo sul tema –, aperto alla firma anche di nazioni non europee tra cui Stati Uniti, Canada, Giappone, Australia, Argentina e Israele. Il Trattato, frutto di due anni di lavoro di un comitato intergovernativo che ha coinvolto i 46 Stati membri del Consiglio d'Europa e altre undici nazioni, delinea un quadro normativo completo che abbraccia l'intero ciclo di vita dei sistemi di IA. Emerge, fin dal Preambolo, una chiara consapevolezza delle opportunità offerte dall'IA ma anche dei rischi per la dignità umana, i diritti, la democrazia e lo Stato di diritto. A differenza dell'AI Act, il Trattato contiene un riferimento esplicito alla parità di genere – non soltanto al principio generale di uguaglianza – e impone agli Stati ratificanti di adottare misure per promuovere equità e non discriminazione, assicurando il rispetto dei principi di uguaglianza di genere in tutto il ciclo di vita dei sistemi di intelligenza artificiale.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Sul piano nazionale, la legge italiana n. 132 del 2025 si iscrive nella cornice europea, richiamando all'art. 3, comma 1, i principi di "trasparenza, proporzionalità, sicurezza, protezione dei dati personali, riservatezza, accuratezza, non discriminazione, parità dei sessi e sostenibilità". Da notare il riferimento esplicito alla parità tra i sessi come principio autonomo – non soltanto riassorbito nel più generale divieto di discriminazione –, che avrà grande rilevanza per combattere le discriminazioni algoritmiche. Il comma 4 dello stesso articolo introduce un elemento originale rispetto all'AI Act europeo: la preoccupazione esplicita per le implicazioni democratiche dell'uso dell'IA, richiedendo che sia garantito lo svolgimento con metodo democratico della vita istituzionale e politica e che non venga pregiudicata la libertà del dibattito democratico.

Per dare un giudizio complessivo sulla legge occorrerà tuttavia attendere i decreti attuativi, ai quali il testo delega il Governo in modo esteso. Rimane comunque il merito di una scelta di campo netta: l'Italia si inscrive nel modello europeo di governance dell'IA basato sui diritti fondamentali, in alternativa al modello dell'amministrazione Trump, su cui si tornerà nelle conclusioni.

6. Più donne nella programmazione: una soluzione organizzativa con fondamento costituzionale

Il 35% dei giovani intervistati da Ipsos sottolinea l'importanza di avere più donne nella programmazione per evitare che le intelligenze artificiali riproducano stereotipi di genere. Non si tratta di una preferenza estetica, ma di una soluzione organizzativa con un preciso fondamento costituzionale e di una necessità sistemica, la cui urgenza emerge con chiarezza dai numeri attuali della professione.

Attualmente solo il 22% dei professionisti del settore IA su base mondiale è di genere femminile: quattro lavoratori su cinque in questo campo sono uomini[11]. Le donne rappresentano soltanto il 18% degli autori alle principali conferenze internazionali sull'intelligenza

11. Dati del Stanford AI Index, 2024.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

artificiale e il 20% dei docenti di IA. Solo il 15% del personale di ricerca di Facebook e il 10% di quello di Google è femminile[12]. In Italia, solo il 27% dei laureati in ingegneria è donna[13]: dato in miglioramento rispetto al 23% del 2020, ma ancora lontano da una parità sostanziale.

Sul piano globale, il *Global Gender Gap Report 2025* del *World Economic Forum* indica che la quota femminile nei settori tecnologici avanzati si attesta al 32% contro il 68% maschile. È una disuguaglianza che non riguarda soltanto il presente, ma si proietta sul futuro: i settori tecnologici sono quelli che oggi e nel prossimo decennio assicureranno le maggiori possibilità occupazionali, e la sottorappresentazione femminile in questi campi rischia di trasformarsi in un divario strutturale e irreversibile.

Le cause di questa segregazione orizzontale sono molteplici e si stratificano. Da un lato, vi sono fattori psicologici e stereotipi culturali radicati, che da secoli associano la dimensione matematica e tecnica al maschile. Tali radici affondano nel mondo greco, come ha ricordato più volte la Eva Cantarella[14], contribuendo a far percepire erroneamente le donne come meno adatte a calcoli o a dimensioni matematiche. Dall'altro, vi è un modello stereotipato dell'esperto informatico come individuo isolato, con scarse capacità relazionali, che ha storicamente allontanato le donne da questi percorsi. Vi è, infine, la struttura stessa del sistema educativo: in Italia come in molti altri paesi, i corsi universitari STEM rimangono dominati dalla componente maschile, consolidando in entrata quella segregazione che poi si riproduce nel mondo del lavoro.

La circostanza che a concepire gli algoritmi siano quasi esclusivamente uomini porta con sé il concreto rischio che essi immagazzinino stereotipi di genere e che questi si riproducano nel momento in cui vengono utilizzati su scala di massa. Non è un rischio teorico: è quanto

12. Nesta, Gender Diversity in AI Research, 2019.

13. Dato del 28esimo Rapporto AlmaLaurea su Laurea e Occupazione, giugno 2026, disponibile qui: *https://www.almalaurea.it/news/rapporto-almalaurea-2026*.

14. Tra i moltissimi, si veda E. Cantarella, *L'ambiguo malanno. Condizione e immagine della donna nell'antichità greca e romana*, Feltrinelli, 2013.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

è già accaduto con l'algoritmo di Amazon – di cui abbiamo parlato – e in altri casi.

La scarsa inclusione di donne negli ambienti scientifici ha condotto, in tutto il mondo e anche in Italia, ad iniziative diffuse per favorire lo studio e l'approccio alle discipline STEM per la popolazione femminile a partire dalle scuole primarie. Si tratta di una consapevolezza che comincia a dare i suoi frutti, ma che rischia di scontrarsi con i tempi: gli algoritmi che si stanno costruendo oggi condizioneranno la nostra vita domani, e non è possibile aspettare che i frutti dell'educazione STEM si traducano in una presenza femminile adeguata nella professione.

La promozione della presenza femminile nei settori tecnologici non è solo questione di equità individuale, ma di qualità democratica dei sistemi che governano le sfere più decisive della vita collettiva. Una programmazione più plurale – per genere, per provenienza culturale, per background disciplinare – produce algoritmi più equi: amplia il perimetro delle esperienze, delle sensibilità e dei punti di vista che i programmatori portano con sé nel costruire i modelli, riducendo la probabilità che bias inconsapevoli si cristallizzino nel codice.

È una questione di rappresentanza, ma anche – e soprattutto – di qualità democratica dei sistemi che governano sempre più ampie sfere della vita collettiva.

7. Conclusioni: decostruire il bias prima che si cristallizzi in codice

Ci troviamo di fronte a una duplice realtà: da un lato, la consapevolezza crescente dell'importanza di costruire una società i cui progressi si rispecchino anche nel mondo digitale – un mondo che non è più virtuale, ma sempre più reale, nel senso che Luciano Floridi ha condensato nel concetto di *on life*: un contesto in cui la dimensione online e quella offline sono ormai inscindibili, e in cui le discriminazioni algoritmiche producono effetti concreti sulla vita delle persone, sull'accesso al lavoro, al credito, alla giustizia, alla rappresentazione di sé; dall'altro, politiche e messaggi radicalmente contrari a questa direzione.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

La crisi delle nostre democrazie si manifesta anche attraverso le scelte di governo della tecnologia. Il 23 luglio 2025 la Casa Bianca ha pubblicato l'*America's AI Action Plan*, un documento che colpisce prima ancora che per i contenuti, per il linguaggio: competitivo, quasi "bellico" e profondamente discriminatorio. Sin dalle prime righe appare chiaro che non si tratta di una semplice *roadmap* tecnologica ma di una dichiarazione d'intenti politica, ideologica e identitaria. Il governo americano afferma che l'intelligenza artificiale è lo strumento attraverso cui gli Stati Uniti devono riaffermare il proprio "dominio tecnologico incondizionato" sul piano globale, con un'espressione ricorrente – *American values* – che sostituisce esplicitamente le categorie dei diritti umani e della non discriminazione. Il cambio di paradigma rispetto alle strategie precedenti e rispetto all'approccio europeo è radicale: il baricentro si sposta sui valori americani e sulla "libertà di parola" intesa come opposizione a qualsiasi forma di moderazione, filtraggio o ingegneria sociale.

In modo esplicito, il piano chiede di rimuovere dalle linee guida federali ogni riferimento a disinformazione, inclusione, cambiamento climatico, *diversity*, diritti delle donne e diritti umani. Le università e le istituzioni che non si conformano rischiano di essere escluse dai finanziamenti pubblici: chi tutela troppo resta indietro.

Ciò significa, concretamente, che negli Stati Uniti dovrebbero essere rimossi quei meccanismi di filtro dell'odio online e di contrasto all'adozione indiscriminata di algoritmi contenenti *bias* che si sono dimostrati pregiudizievoli soprattutto per le donne. Il capitolo dedicato al Dipartimento della Difesa spinge all'adozione su larga scala di tecnologie di IA per scopi operativi e decisionali militari, senza alcun riferimento a vincoli di diritto internazionale o a salvaguardie etiche. Trump parla esplicitamente di strategia di guerra legata all'intelligenza artificiale: il che conferma quanto il mondo degli algoritmi incida ormai anche sui principi costituzionali fondamentali, compresi, purtroppo, quelli statunitensi, che fino a poco tempo fa rappresentavano un modello cui aspirare.

Emerge così con nitidezza che tra Stati Uniti ed Europa si sta alzando una vera barriera, che attiene al modo stesso di valutare i diritti fondamentali nell'era digitale. E colpisce che questa frattura si manifesti

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

ancora una volta attraverso la questione dei diritti delle donne. Come in ogni grande trasformazione storica – dalla rivoluzione industriale alle lotte per il suffragio, dalle riforme del diritto di famiglia alle battaglie per la parità nel lavoro –, il termometro della democrazia si misura anche, e forse soprattutto, sul terreno della parità di genere. Una parità che, nel mondo dell'intelligenza artificiale, deve essere costruita attivamente e difesa con strumenti giuridici aggiornati, perché non si realizza da sola: insomma, una parità "ambigua", con tanti passi avanti, ma anche tanti altri indietro.

Il *bias* va decostruito prima che si cristallizzi in codice. Una volta incorporato in un sistema di intelligenza artificiale, il pregiudizio di genere si replica su scala industriale, a velocità e con una capillarità che nessuna norma giuridica successiva riesce a correggere integralmente. Le tecnologie non sono per loro natura nemiche dei diritti: sono strumenti, e come tali riflettono le scelte di chi li progetta, le priorità di chi li finanzia, i valori (o la loro assenza) di chi li governa. Un utilizzo consapevole, trasparente e rispettoso dei principi costituzionali potrebbe permettere di invertire la rotta, favorendo un impiego dell'innovazione tecnologica che non sia nemica dei diritti delle persone, ma sappia invece contribuire alla loro tutela.

Né il diritto, da solo, è sufficiente. Come mostrano i dati Ipsos, i giovani, pur senza una formazione strutturata, già intuiscono molti dei meccanismi in gioco: il terreno educativo è fertile e non può essere lasciato incolto. L'educazione a partire dalla scuola primaria è il primo presidio: senza le norme rischiano di restare lettera morta, e le giovani generazioni di restare vulnerabili a meccanismi di discriminazione che non sanno riconoscere. Il diritto costituzionale ne è il fondamento. E la determinazione a non cedere terreno è la condizione per tenere insieme questi due livelli in un progetto di democrazia che non lasci indietro metà dell'umanità nella nuova rivoluzione tecnologica.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Riferimenti bibliografici

Balaguer Callejon F., *La costituzione dell'algoritmo*, Le Monnier Università, 2023.

Cantarella E., *L'ambiguo malanno. Condizione e immagine della donna nell'antichità greca e romana*, Feltrinelli, 2013.

D'Amico M., Liberali B., *Manuale di diritto delle donne*, Giuffrè, 2025.

Floridi L., *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*, Springer Open, 2015.

Luciani M., *La decisione giudiziaria robotica*, in *Rivista AIC*, fasc. 3/2018, pp. 872 ss.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Autrici e autori

Valeria Bucchetti – Professoressa Ordinaria di Design al Politecnico di Milano, lavora su identità visiva, identità di genere e stereotipi comunicativi. È autrice e curatrice, tra gli altri, di *Design e dimensione di genere* (2015), *Cattive immagini* (2021) e *We say stop. Riflessioni e contributi critici per contrastare la violenza contro le donne* (2024).

Marilisa D'Amico – Professoressa Ordinaria di Diritto costituzionale e Presidente del Comitato Unico di garanzia all'Università degli Studi di Milano, dove insegna Diritto costituzionale, Giustizia costituzionale e Diritti delle donne nello Stato costituzionale. Avvocata, è impegnata in cause davanti alla Corte costituzionale e a corti sovranazionali su diritti riproduttivi e unioni civili. Autrice di oltre 400 pubblicazioni, le sue ultime monografie: *Una parità ambigua. Costituzione e diritti delle donne* (2020), con B. Liberali, *Manuale di Diritto delle donne* (2025).

Francesca De Vecchi – Professoressa Ordinaria di Filosofia Teoretica all'Università Vita-Salute San Raffaele, si occupa di ontologia sociale, fenomenologia della persona e identità di genere. Dirige il Centro PERSONA (Fenomenologia e Scienze della Persona) e ha diretto in precedenza il centro interfacoltà GENDER (2016-2022); è co-editor-in-chief della rivista *Phenomenology and Mind*. Tra i suoi libri: *La libertà incarnata* (2008) e *La società in persona* (2022).

Mauro Ferraresi – Professore Associato di Sociologia all'Università IULM, lavora su semiotica, sociologia dei consumi e della comunicazione, pubblicità e marketing. È autore di oltre trenta monografie e curatele, tra cui, da ultimo *Fashion Media and Platform Society. A sociological approach* (2024).

Raffaella Iafrate – Professoressa Ordinaria di Psicologia Sociale all'Università Cattolica del Sacro Cuore, ha una produzione scientifica di oltre 240 tra articoli, capitoli e libri sui legami familiari, l'affido e l'adozione, il coping in

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

adolescenza. È autrice, tra gli altri, di *Psicologia dei legami familiari* (con E. Scabini) e di *Famiglie nella comunità: il modello di affido a Cometa* (2024).

Sveva Magaraggia – Professoressa Associata di Sociologia dei processi culturali e comunicativi all'Università di Milano-Bicocca, dove è anche Prorettrice alle Pari Opportunità e Diversità. La sua ricerca riguarda genere, transizione alla vita adulta, genitorialità e violenza maschile contro le donne. Nel 2024 ha ricevuto il Canada-Italy Innovation Award per il progetto CAPTIVATE sulla comunicazione istituzionale contro la violenza di genere, e dirige *Intervistautori*, primo podcast sociologico italiano.

Eleonora Montani – Professoressa a contratto di Diritto commerciale presso SDA Bocconi, dove insegna anche Diritto penale e Gender Law & Women's Rights all'Università Bocconi. Avvocata, si occupa di compliance 231, responsabilità degli enti e business ethics, con studi anche su criminalità organizzata, reati economici e violenza di genere; è componente del Comitato Antimafia di Milano.

Graziella Romeo – Professoressa Associata di Diritto pubblico comparato all'Università Bocconi, lavora su teoria costituzionale, diritto comparato e rapporto tra riconoscimento politico e giudiziario dei diritti fondamentali, con particolare attenzione ai diritti di migranti e donne. Insegna anche "Gender Law and Women's Rights", coordina lo stream "Democracy, Solidarity, and Governance in Europe" nel Bocconi Lab for European Studies ed è membro della Commissione Pari Opportunità Bocconi dal 2023.

Eva Sacchi – Research Director presso Ipsos, dove si occupa di ricerche su temi sociali, demografici e di genere, tra cui indagini su stereotipi e leadership femminile nel mondo del lavoro. Collabora inoltre con il portale di studi demografici Neodemos e interviene regolarmente in eventi ed osservatori dedicati alla condizione femminile nel lavoro.

Barbara Stefanelli – Giornalista, è dal 2026 condirettrice del *Corriere della Sera*. Nel 2011 ha ideato il blog *La27ora*, poi aperto a tutte le firme del *Corriere* e ai contributi di lettori, lettrici ed esperti. Nel 2014 ha lanciato *Il Tempo delle Donne*, il palinsesto di incontri, spettacoli e laboratori aperto alla città di Milano.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

I diritti negati
diretta da G. Zagrebelsky, M. D'Amico

Ultimi volumi pubblicati:

GIUSEPPE ARCONZO, *I diritti delle persone con disabilità.* Profili costituzionali.

CRISTINA CATTANEO, MARILISA D'AMICO, *I diritti annegati.* I morti senza nome del Mediterraneo (disponibile anche in e-book).

MARILISA D'AMICO, COSTANZA NARDOCCI, STEFANO BISSARO (a cura di), *Le violenze contro la donna.* Origini, forme, strumenti di prevenzione e repressione della violenza di genere.

MARILISA D'AMICO, FRANCESCA BIONDI (a cura di), *Diritti sociali e crisi economica* (disponibile anche in e-book).

PAOLO VERONESI, *Colpe di stato.* I crimini di guerra e contro l'umanità davanti alla Corte costituzionale (disponibile anche in e-book).

ANDREA GIORGIS, MATTEO LOSANA, ENRICO GROSSO (a cura di), *Diritti uguali per tutti?.* Gli stranieri e la garanzia dell'uguaglianza formale (disponibile anche in e-book).

Open Access

MARILISA D'AMICO, COSTANZA NARDOCCI (a cura di), *Ob-Gyn Violence.* Italy, Europe and Canada.

MARILISA D'AMICO, NANNEREL FIANO (a cura di), *Le diverse forme della memoria.* Con un ricordo di Nedo Fiano.

MARILISA D'AMICO, TANIA GROPPI, COSTANZA NARDOCCI (a cura di), *Women and peace.* The Role of Women and Women's Civil Society Organizations in Peace Processes.

MARINA BRAMBILLA, MARILISA D'AMICO, VALENTINA CRESTANI, COSTANZA NARDOCCI (a cura di), *Genere, disabilità, linguaggio.* Progetti e prospettive a Milano.

MARILISA D'AMICO, MARINA BRAMBILLA, VALENTINA CRESTANI, NANNEREL FIANO (a cura di), *Il linguaggio dell'odio.* Fra memoria e attualità.

MARILISA D'AMICO, ANTONINO DE FRANCESCO, CECILIA SICCARDI (a cura di), *L'Italia ai tempi del ventennio fascista.* A ottant'anni dalle leggi antiebraiche: tra storia e diritto.

Copyright © 2026 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835198567

Questo LIBRO ti è piaciuto?

Comunicaci il tuo giudizio su:
www.francoangeli.it/opinione

VUOI RICEVERE GLI AGGIORNAMENTI
SULLE NOSTRE NOVITÀ
NELLE AREE CHE TI INTERESSANO?

ISCRIVITI ALLE NOSTRE NEWSLETTER SEGUICI SU:

FrancoAngeli
La passione per le conoscenze

Vi aspettiamo su:

www.francoangeli.it

per scaricare (gratuitamente) i cataloghi delle nostre pubblicazioni

DIVISI PER ARGOMENTI E CENTINAIA DI VOCI: PER FACILITARE LE VOSTRE RICERCHE.



Management, finanza, marketing, operations, HR
Psicologia e psicoterapia: teorie e tecniche
Didattica, scienze della formazione
Economia, economia aziendale
Sociologia
Antropologia
Comunicazione e media
Medicina, sanità





Architettura, design, arte, territorio
Informatica, ingegneria
Scienze
Filosofia, letteratura, linguistica, storia
Politica, diritto
Psicologia, benessere, autoaiuto
Efficacia personale
Politiche e servizi sociali

FrancoAngeli

La passione per le conoscenze

Che cosa significa, oggi, essere uomini per chi ha tra i 16 e i 24 anni? Un'indagine Ipsos su 800 giovani, promossa dal Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere» insieme al *Corriere della Sera* e a *Il Tempo delle Donne*, interroga direttamente ragazze e ragazzi sui modelli maschili che riconoscono, rifiutano o rimpiangono. Ne emerge un ritratto in transizione: la maggioranza dei giovani non crede più che la mascolinità sia un dato di natura, eppure la nostalgia per i modelli del passato resta forte, e tra autopercezione maschile e sguardo femminile si apre uno scarto profondo, che attraversa il lavoro, il potere, gli affetti, la tecnologia. Curato dal Comitato scientifico del Centro «Culture di Genere», il volume raccoglie sguardi giuridici, sociologici, psicologici e comunicativi su un cambiamento ancora aperto, tra vecchi codici che resistono e nuovi linguaggi che cercano forma, per capire chi sono, davvero, i giovani uomini di oggi.

Il **Centro di Ricerca Interuniversitario «Culture di Genere»**, nato nel 2013, riunisce otto Atenei milanesi – Statale, Bicocca, Politecnico, Bocconi, IULM, San Raffaele, Cattolica e Humanitas – con l'obiettivo di promuovere studi, ricerche e azioni positive sulle culture di genere. È attualmente diretto da Marilisa D'Amico, ordinaria di Diritto costituzionale e Presidente del Comitato Unico di Garanzia dell'Università degli Studi di Milano.

FrancoAngeli
La passione per le conoscenze