

**“Io onestamente oggi non vorrei nascere maschio”. Il caso
Marco Crepaldi / “Honestly I wouldn't like to be born a male
today”. The Marco Crepaldi case**

Manolo Farci

Università di Urbino ‘Carlo Bo’, Italia

Oscar Ricci

Università di Milano Bicocca, Italia

Abstract

Marco Crepaldi is a social psychologist who runs channels on YouTube and Twitch, where he talks about male issues, such as body shaming, violence against men, social isolation, and feminism. In June 2020 he made some controversial statements on the social difficulties experienced by straight white males, which caused a large, polarized debate on social media. This article reconstructs the main lines of Crepaldi’s argument and proposes a discourse analysis of the interactions related to the case in a particularly active

Facebook group, called IMDI, Il Meglio Di Internet ('The Best of the Internet'). The aim of this article is to investigate the discursive constructions of masculinity presented by Crepaldi and those that emerged in the Facebook group conversations, in order to understand the interpretative repertoires at play within these discourses, how they are structured around particular ideological dilemmas and what different subject positions the participants take up.

Keywords: manosphere, frame analysis, Marco Crepaldi, masculinities, gender, digital media.

1. Introduzione

Negli ultimi anni, una parte sempre più consistente di studi sulla mascolinità si è dedicata ad analizzare come gli immaginari sociali e le infrastrutture sociotecniche degli ambienti digitali hanno permesso a discorsi mascolinisti (Blais, and Dupuis-Déri 2012; Nicholas, and Agius 2017; Ging 2017) e posizioni antifemministe di rilanciarsi in forme *apparentemente* rinnovate (Menziès 2008), ma oltremodo attrattive per le nuove generazioni di uomini bianchi ed eterosessuali (Gotell, and Dutton 2016). Molti di questi lavori si sono basati sulla premessa che certe formazioni socioculturali emergenti in Rete – spesso convenzionalmente indicate con il termine '*manosphere*' (Schmitz, and Kazyak 2016; Nagle, 2017; Marwick, and Caplan 2018), possano essere spiegate a partire da un insieme di figurazioni della mascolinità – mascolinità ibrida (Ging 2017), tossica (Jones, Trott, and Wright 2019) o *geek* (Massanari 2015; Banet-Weiser, and Miltner 2016) – che modellano e guidano le azioni degli attori coinvolti. Tale approccio ha permesso di far capire come certe pratiche di mascolinità – nate spesso all'ombra dell'anonimato di piattaforme come 4chan o Reddit – sono talmente interrelate alle più ampie strutture sistemiche, da esser riuscite a definire una presa di posizione ideologica condivisa (Brown 2019) in grado di condizionare il corso della vita sociale e politica di una comunità (Dignam, and Rohlinger 2019).

Nonostante gli indubbi meriti, tuttavia, questi studi hanno spesso finito per intendere il concetto di mascolinità come una causa strutturale che agisce sugli uomini, una forma

ideologica data *a priori* a cui essi decidono di conformarsi più o meno intenzionalmente (Waling 2019; Beasley 2012; Whitehead 2002). In contrasto con queste teorizzazioni, questo lavoro si fonda sulla premessa che gli uomini negoziano, producono e riproducono le proprie identità assumendo i molteplici significati di mascolinità in contesti particolari. Pertanto, è importante tracciare le strategie discorsive che essi impiegano per posizionarsi come parte di una categoria costituita di uomini, analizzando le *risorse interpretative* che i diversi domini della vita sociale mettono loro a disposizione e da cui essi attingono per definire la propria esperienza di genere (Wetherell, and Edley 2014; Edley 2001). Benché spesso assunte come *sensu comune*, queste risorse interpretative sono raramente riprodotte entro uno schema cognitivo condizionante. Al contrario, esse creano spesso dei veri e propri *dilemmi ideologici*, in cui emergono contrapposizioni e tensioni fra sistemi di valori e significati tra loro opposti, che rendono più complessi i diversi posizionamenti soggettivi in relazione ai modelli culturali maschili di riferimento (Billing *et al.* 1988).

A partire da questa cornice teorica, abbiamo scelto di analizzare il *caso* di Marco Crepaldi, uno psicologo sociale che fa divulgazione in Rete, e che recentemente è diventato molto popolare per via di alcune sue posizioni controverse sul tema della discriminazione maschile. Proprio perché Crepaldi parla di mascolinità in maniera poco sistematica, mescolando riflessioni ideologiche con assunzioni da senso comune, il suo pensiero offre un esempio illuminante degli aspetti più dilemmatici con cui oggi si discute spesso di mascolinità in Rete.

2. Il caso Crepaldi

Durante la prima settimana di giugno 2020 scoppia quello che qui definiamo il caso Crepaldi. Marco Crepaldi è uno psicologo sociale che nel 2013 decide di aprire un blog e poi un canale YouTube per sensibilizzare al tema degli Hikikomori, termine giapponese che definisce gli individui che scelgono di chiudersi in casa rifiutando ogni contatto con il mondo esterno (Tamaki, Angles 1998; Crepaldi 2019). Tra la fine del 2019 e gli inizi del 2020 Crepaldi inaugura un ulteriore spazio su YouTube dove affronta in maniera più specifica questioni legate all'universo maschile, come la sessualità e la sottocultura degli Incel (*involuntary celibate*), la violenza o la discriminazione contro gli uomini, il *body*

shaming o la bigoressia. Tra la fine di maggio e inizio giugno 2020, a seguito di una serie di *Stories* postate su Instagram in cui parla di “ostilità nei confronti del maschio, in particolare del maschio bianco eterosessuale” e usa il termine “nazi-femminismo”, lo *youtuber* riceve una vera e propria *shitstorm* su Twitter che lo porta a decidere di sospendere, almeno temporaneamente, la sua attività divulgativa in Rete sui temi legati alla discriminazione maschile¹.

Questo articolo contiene un’analisi del caso Crepaldi. Nella prima parte del lavoro viene ricostruito il pensiero dello *youtuber*, passando in rassegna tutti i circa quaranta video realizzati sul tema della mascolinità dal luglio 2019 fino alla pausa del 4 giugno 2020, con l’obiettivo di individuare i principali repertori interpretativi su cui si fonda il suo posizionamento maschile. Nella seconda parte si approfondisce il modo in cui la polemica scoppiata tra fine maggio e inizio giugno è stata recepita in uno specifico gruppo Facebook, *IMDI, Il Meglio Di Internet*. La decisione di concentrarci su questo gruppo è stata presa dopo aver monitorato l’evolversi della controversia anche su altre pagine². Abbiamo scelto questo spazio per una serie di motivi:

- ✓ è composto quasi esclusivamente dalla fascia d’età 18-34 anni³;
- ✓ non ha una specifica vocazione all’attivismo politico o appare particolarmente socializzato alle questioni di genere.

IMDI è un gruppo privato composto da 7375 membri, creato il 24 dicembre 2015. Da questo spazio abbiamo scelto di esaminare tutti i commenti seguiti ad un post particolarmente significativo, pubblicato nel giorno in cui la polemica su Crepaldi ha raggiunto l’intensità maggiore, il 5 giugno. Il post che abbiamo esplorato è quello che meglio si

¹ Nel video “Mi prendo una pausa [live sfogo su Twitch]” (<https://cutt.ly/AhYhdyP>), e in questo post del 2 giugno (<https://www.facebook.com/marco.crepaldiHI/posts/812164569190352>) Crepaldi stesso offre una ricostruzione della vicenda.

² La scelta definitiva, avvenuta dopo circa un mese di immersione etnografica negli sviluppi *online* di questa polemica, è stata presa in seguito a un confronto con Alessandro Lolli, autore de *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito* (2020) e uno dei massimi esperti di cultura digitale giovanile in Italia. Cogliamo l’occasione per ringraziarlo della sua disponibilità.

³ La fascia d’età dai 18 ai 34 anni rappresenta infatti il 90,9 per cento degli iscritti. Dati insight forniti da un amministratore del gruppo.

prestava ad essere indagato perché: 1) nasce da un commento che non indirizza particolarmente le risposte in nessuna direzione (“Questione Crepaldi: mi pare non se ne sia parlato qui. Opinioni?”) 2) contiene 1214 commenti⁴. La seconda parte del lavoro offre una analisi dei commenti basata sulla *media frame analysis* (Scheufele 1999), un metodo di ricerca che interpreta il significato – spesso implicito – dei dati testuali attraverso un processo di codifica sistematica e identificazione di categorie analitiche o *frame* ricorrenti⁵. Il *frame*, in questo contesto, può essere inteso come un insieme di pacchetti interpretativi che danno significato a un problema, inquadrando alcuni aspetti della realtà e trascurandone altri (Gamson e Modigliani 1989). Abbiamo così cercato di individuare i diversi modi con cui gli utenti hanno messo in chiave gli svariati repertori interpretativi mobilitati da Crepaldi, e gli aspetti più salienti della controversia che ne è seguita (Entman 1993). Da qui ne abbiamo ricavato quattro differenti *frame* che ci hanno permesso poi di individuare, nella terza parte del lavoro, le due principali posizioni discorsive attraverso cui molti uomini tendono a negoziare la loro mascolinità *online*.

3. La produzione discorsiva di Marco Crepaldi

Sebbene l’interesse di Marco Crepaldi per la mascolinità sia più recente rispetto ai suoi studi sugli *Hikikomori*, le basi analitiche applicate ai due fenomeni fanno entrambe riferimento agli studi psicologici sul *sex role* particolarmente diffusi tra gli anni Sessanta e Settanta grazie ai movimenti di liberazione maschile di ispirazione femminista (Pleck, and Sawyer 1974; Pleck 1981). Secondo lo *youtuber*, difatti, in qualsiasi contesto culturale donne e uomini funzionano come esseri socializzati al loro ruolo di genere, che rappresenterebbe un costrutto sociale “creato dalla società” e “determinato dalle aspettative

⁴ <https://www.facebook.com/groups/ilmegliodiinternet/permalink/3173582352687152/> Questo è il link del post originale. Abbiamo preferito concentrarci su un gruppo chiuso proprio per la maggiore privacy, e quindi libertà di esprimere le proprie opinioni con più leggerezza, che offre. Da gennaio 2021, a ricerca finita, il post non è più raggiungibile in quanto il gruppo è stato bannato da Facebook, e si è trasferito in un gruppo di riserva perdendo i contenuti del primo. Per una ricognizione sulle problematiche concernenti fare ricerca su gruppi chiusi e contenuti effimeri si veda Boccia Artieri, Brilli, Zurovac 2021.

⁵ Tutti i commenti da noi analizzati sono stati anonimizzati. I commenti sono stati riportati senza correggere gli errori ortografici e grammaticali.

sociali”⁶. In tal senso, qualsiasi differenza tra maschilità e la femminilità sarebbe definita da un insieme di condizionamenti e aspettative di ruolo. Nel caso degli uomini, e in particolare degli Incel e degli Hikikomori, tali vincoli sociali riguarderebbero “la pressione ad uniformarsi al gruppo, a dover essere brillanti con i coetanei oppure a dover prendere ottimi voti, a doversi costruire una carriera lavorativa importante”⁷, nonché pressioni di natura sessuale⁸. Fin dalle sue premesse teoriche, Crepaldi cerca di prendere le distanze da qualsiasi forma di riduzionismo biologico che caratterizza le riflessioni della *manosphere*. Purtroppo, il suo pensiero ricade, inevitabilmente, in un *essenzialismo di ritorno* in cui il maschile, (ma anche il femminile), per quanto intesi come un prodotto della cultura, finiscono per corrispondere a due categorie naturali (Petersen 1998). Immaginare, difatti, che l’esperienza sessuata di una persona sia modellata automaticamente dai meccanismi di socializzazione vuol dire presupporre l’esistenza di un concetto universale di maschile e femminile, che si aggiungerebbe alla natura in maniera quasi automatica con l’obiettivo di dotarci di un genere. Le pressioni sociali che subirebbero gli uomini si ridurrebbero così ad un insieme di attributi invariati nel tempo e nello spazio, una sorta di copione di genere a cui tutti i maschi sarebbero inevitabilmente portati a aderire.

Utilizzando come risorsa interpretativa il concetto di ruolo di genere, il ragionamento di Crepaldi arriva, in tal modo, a naturalizzare un preciso scenario di polarizzazione e complementarità sessuale tra uomini e donne. In tale scenario, le donne avrebbero un vantaggio, “nel poter gestire con molta meno ansia il sesso, nell’aver molta meno sofferenza nel selezionare i partner”⁹; inoltre sarebbero “molto più selettive, e quindi gli aspetti fisici diventano molto più impattanti nella selezione dell’uomo, che nella selezione della donna”¹⁰. Tale visione della sessualità troverebbe conferma in realtà come Tinder, dove le ragazze appaiono più disponibili e sessualmente promiscue, ma a trarne vantaggio sarebbero sempre altri maschi – quelli che nel gergo Incel vengono definiti i *chad* – capaci di godere di questo orizzonte di possibilità sessuali inaspettate (Kimmel 2008). Benché

⁶ Marco Crepaldi - DISCRIMINAZIONE MASCHILE: PARLIAMONE (shorturl.at/fkuTZ)

⁷ Marco Crepaldi - LA CAUSA MADRE DELL'HIKIKOMORI (shorturl.at/bjCO1).

⁸ Marco Crepaldi - L'IMPATTO DEL SESSO SULLE DINAMICHE SOCIALI (<https://bit.ly/2TQNPbl>).

⁹ Marco Crepaldi - RISPONDO ALLE CRITICHE DI UNA FEMMINISTA (shorturl.at/otyT6).

¹⁰ Marco Crepaldi - BODY SHAMING MASCHILE: "L'ALTEZZA CONTA!" (<https://cutt.ly/ThPGTmw>).

lo *youtuber* non indulga mai in atteggiamenti *omoisterici* o esplicitamente sessisti (Anderson 2011), è evidente come il modello culturale di eterosessualità a cui fa riferimento sia molto simile a quello diffuso nelle comunità dei Pick Up Artist e degli Incel (O’Neill 2018; Van Valkenburgh 2018). Crepaldi si tiene ben distante dal gergo spesso caricaturale che connota questi due fenomeni della *manosphere*. Eppure, anche lui arriva ad immaginare il sesso come una necessità fisica maschile condizionata da imperativi evolutivi (Hollway 1984), una insaziabile urgenza guidata dagli istinti (Ferrero Camoletto, and Bertone 2010) – istinti che se non opportunamente soppressi rischierebbero di sfociare in fenomeni di aperta misoginia¹¹. La sessualità maschile diventa così un impulso paradossale, che va tenuto sotto controllo, benché sia per certi aspetti incontrollabile. È il dilemma dello *script della rispettabilità* che ha storicamente marcato il rapporto degli uomini con il sesso (Bertone, and Ferrero Camoletto 2009). Benché esista una naturale esuberanza del desiderio maschile, l’uomo ideale è il maschio borghese che sa tenere a freno le proprie passioni e seguire la strada della moderazione e della ragionevolezza; in tal modo, si differenzia dalla sessualità predatoria degli *altri* maschi, come quelli appartenenti alle classi operaie, coloro che hanno un minore capitale culturale o altrimenti marginalizzati. Con il suo eloquio pacato da *nice guy*, Crepaldi fa lo stesso: non decostruisce le radici degli stereotipi maschili che alimentano le rivendicazioni *urlate* degli Incel, ma si limita a dissociarsi dai loro comportamenti, offrendo al proprio pubblico un modo confortante per sentirsi *moralmente* differenti, senza mai davvero mettersi in discussione. Si tratta del medesimo meccanismo che ritroviamo quando lo *youtuber* connette la sessualità al fenomeno dell’omosocialità maschile. Al pari di tanti utenti che frequentano la *manosphere* condividendo la convinzione che le relazioni con l’altro sesso siano il mezzo migliore per poter acquisire padronanza (Pascoe 2007) e misurare la propria realizzazione personale (O’Neill 2018), Crepaldi sostiene che i rapporti affettivi rappresentano una maniera per “mantenere uno status sociale che permetta agli uomini di essere apprezzati”¹². In questa visione, le donne verrebbero oggettivate come *risorse scarse* da contendersi per accre-

¹¹ Marco Crepaldi - GRUPPI TELEGRAM MISOGINI: COSA NE PENSO (<https://cutt.ly/RhAeAH0>).

¹² Marco Crepaldi - DISCRIMINAZIONE MASCHILE: PARLIAMONE (shorturl.at/fkuTZ).

scere la fiducia in sé stessi e la considerazione del proprio gruppo di pari. Ciò spiegherebbe quella sensazione di irrimediabile dipendenza dal femminile che molti movimenti maschili sostenitori della *filosofia Red Pill* lamentano apertamente e spesso violentemente, e che la riflessione dello *youtuber* sembrerebbe sottintendere in modo implicito. Una dipendenza che finisce per essere giustificata facendo riferimento al presunto vantaggio sessuale che le donne avrebbero sui cosiddetti maschi *beta*, e che le renderebbe *crudelmente* più selettive in fatto di partner (Marchi 2007), ma che in realtà deriverebbe dalla logica mercantile e strumentale con cui parecchi uomini guardano alla loro vita intima e ai legami con l'altro sesso.

In questa sorta di immaginario distopico che ricorda molto i romanzi di Michel Houellebecq, in cui il sesso è ovunque ma i maschi sono condannati ad uno stato di pauperizzazione sessuale forzata, se non ci si vuole abbandonare a frustrazione e rancore (Bratich, Banet-Weiser, 2019), secondo Crepaldi non si avrà altra scelta che *lavorare su stessi* per migliorarsi, così da poter acquisire quelle caratteristiche che hanno le persone di successo nell'ambito sessuale: accettare, insomma, le regole del gioco, per quanto spietate possano apparire. Lo *youtuber* prende qui in prestito uno dei repertori interpretativi che i Pick Up Artist condividono con i *redpillati*: l'idea che l'intera esistenza possa essere spiegata come un universo sociale di competizione generalizzata, dove ogni relazione soggiace ai meccanismi monetizzabili della domanda e dell'offerta e ciascun individuo è spinto a vedere in sé stesso un capitale umano da valorizzarsi, alla stregua di un'impresa che vende un servizio su un mercato (Dardot, and Laval 2009). In questo sistema di pensiero, le credenze della psicologia evoluzionista sugli aspetti innati e incontrollabili del desiderio paiono confluire, quasi naturalmente, nel lessico cinicamente fatalista della razionalità neoliberista, offrendo ai maschi un modo per giustificare le proprie insoddisfazioni e legittimare una specifica visione dei rapporti sociali.

Diventa allora cruciale per Crepaldi capire come gli uomini possano decidere di liberarsi dalla gabbia costrittiva dei propri ruoli di genere, se attorno a loro i presunti meccanismi della selettività sessuale femminile sembrerebbero premiare proprio quelle virtù, quali lotta, forza, vigore e virilità, che confermerebbero gli stereotipi più normativi sulla mascolinità. È qui che, per superare la contraddizione tra il possesso di una propria teoria