



La svolta gender del social network

50 SFUMATURE DI FACEBOOK

di Giulia Galeotti*

«**A**gender, Androgyne,

Androgynous, Bigender, Cis, Cisgender, Cis Female, Cis Male, Cis Man, Cis Woman, Cisgender Female, Cisgender Male, Cisgender Man, Cisgender Woman, Female to Male, FTM, Gender Fluid, Gender Nonconforming, Gender Questioning, Gender Variant, Genderqueer, Intersex, Male to Female, MTF, Neither, Neutrois, Non-binary, Other, Pangender, Trans, Trans Female, Trans Male, Trans Man, Trans Person, Trans Woman, Transfeminine, Transgender, Transgender Female, Transgender Male, Transgender Man, Transgender Person, Transgender Woman, Transmasculine, Transsexual, Transsexual Female, Transsexual Male, Transsexual Man, Transsexual Person, Transsexual Woman, Two-Spirit».

Troppo ridicolo per essere vero. O almeno così parrebbe. Da qualche giorno, infatti, gli utenti statunitensi di Facebook non sono più “costretti” a scegliere solo tra le opzioni maschio o femmina, ma hanno a disposizione una panoplia di cinquanta connotazioni sessuali in cui rispecchiarsi, via ogni “limite” di identificazione. La notizia sembra, appunto, ridicola, l'ennesima trovata pubblicitaria per un social network di enorme successo che però oggi, a dieci anni dalla nascita, inizia a registrare una battuta di arresto nella sua marcia trionfale. Invece, c'è qualcosa di più. Perché l'idea non è di Mark Zuckerberg e del suo team. Da tempo, infatti, un gruppo di oltre quarantamila firmatari ha ufficialmente inoltrato a Facebook la richiesta di permettere agli utenti di uscire dalla dicotomia stantia e superata tra uomo e donna. Questa ennesima battaglia per i diritti civili portata avanti dal movimento Lgbt trova così

ora il suo pieno successo. Brielle Harrison, ad esempio, esponente del movimento e tra le primissime ad aver mutato il suo “stato” ha dichiarato: “Forse per molti tutto questo ha poca importanza, ma per altri significa un nuovo mondo, una rivoluzione in piena regola. Facebook è sempre di più la nostra carta d'identità, un modo per dire a tutti chi siamo. Ed era sconcertante che offrisse solo due opzioni: adesso mi sento rappresentata anch'io, la mia identità è più esatta”. Espressione dell'ideologia del gender – quella secondo cui (come è noto) femminilità e mascolinità sarebbero solo costruzioni culturali indotte, non esistendo in natura alcuna differenza biologica tra uomini e donne – la frontiera superata da Facebook è l'ennesima articolazione dell'idea secondo cui la sola via per stabilire un'autentica uguaglianza tra gli esseri umani è quella della fluidità dell'identità. Sono chi mi sento di essere in quel momento. Per poi cambiare a piacimento il momento dopo. Eppure, come scrive la filosofa e femminista laica francese Sylviane Agacinski, “la promiscuità del genere umano non rappresenta solo un dato dell'antropologia fisica: essa rappresenta anche una dualità culturale strutturante nonché un valore, in quanto essa è generatrice di singolarità e di eterogeneità”. Ma a noi, convinte della bellezza della differenza – che è (e deve essere) cosa ben diversa dall'inferiorità – Facebook dice che siamo terribilmente retrò. Sarà che a noi piace avere una faccia che sia di donna. Di donna e basta.

Del resto e più in generale, da quando l'anonimato del venditore sta saltando – per motivi medici e giuridici – le banche del seme si trovano con le scorte assottigliate. Generation Cryo non fa una grande pubblicità alla fecondazione in vitro: scoraggiando i venditori, le toglie la terra sotto i piedi.



* Giornalista