

Identità “sfaccettate”: un approccio innovativo all’analisi della relazione tra spazio e creazione identitaria per individui non-cisgender in Giappone

MARTA FANASCA

1. Introduzione

Lo scopo di questo articolo è di formulare un’ampia definizione di “spazio” e successivamente di valutare la rilevanza che questo concetto può avere nella costruzione identitaria da parte di soggetti non-cisgender. La tesi proposta è che il ruolo dello spazio, in un’accezione sia concreta che astratta, sia fondamentale nella costruzione identitaria singola e di gruppo per quegli individui che per motivi sessuali o di identità di genere vengono definiti come “devianti” (Plummer 1975) dalle norme di una data società, e che quindi non possono riconoscersi con la maggioranza. In questo lavoro estenderò il concetto di *ba* come definito da Nonaka e Konno (Nonaka et al. 1998) a individui che, per orientamento sessuale o in termini di genere, differiscono dall’eteronormatività. Prenderò in considerazione tre diversi tipi di spazio che possono rappresentare un *ba* per tre diverse identità non-cisgender: *Barazoku*, la prima rivista mainstream per uomini gay in Giappone; party per sole donne organizzati dai primi anni Novanta in relazione all’identità omosessualità femminile; l’ufficio di un’agenzia di *dansō* (crossdresser FtM) escort operante a Tokyo dal 2006. Questi tre esempi sono stati scelti per dimostrare come la concettualizzazione dello spazio proposta in questo articolo possa essere positivamente applicata 1) sia a spazi fisici che “virtuali”, 2) in maniera diacronica, 3) a diverse identità che si situano al di fuori di un contesto eteronormativo in termini di orientamento sessuale e di discrepanza tra identità di genere e identità sessuale. Per l’analisi dei casi di studio utilizzerò come *framework* metodologico la “*facet methodology*” (Mason 2011). I dati esaminati saranno oggetto di analisi primaria, nel caso di elementi personalmente acquisiti nel corso di ricerche sul campo effettuate in Giappone tra il 2015 e il 2017 e tramite Internet, e secondaria quando saranno utilizzati dati proposti in ricerche precedenti.

2. Il concetto di spazio e il ruolo che esso occupa nella costruzione identitaria

La nozione di spazio è fondamentale per definire e comprendere l’universo fisico che ci circonda. Nelle più comuni accezioni di significato il termine spazio può essere

utilizzato per indicare un luogo fisico con il quale siamo in relazione. La relazione può essere analizzata, tra gli altri, in termini di proprietà e accessibilità (pubblico-condiviso/privato-personale), oppure prendendo in considerazione lo scopo a cui un dato spazio è adibito (lavorativo-formativo/ricreativo-ludico). In aggiunta, il termine viene ampiamente utilizzato anche in senso metaforico, come ad esempio nell'accezione "c'è spazio per un'altra domanda" con riferimento al tempo.

Nel contesto giapponese, il termine *ba* (come traduzione di spazio) può essere usato con diverse accezioni; ha significato di 'luogo', posto dove si fa qualcosa (come ad esempio *shokuba*, posto di lavoro), situazione (*baai*), scena (*bamen*). Per la molteplicità dei significati e per la larghezza del campo semantico, il termine diviene particolarmente funzionale nella teorizzazione di *ba* proposta da Nonaka e Konno (Nonaka et al. 1998). Il concetto di *ba* al quale si riferiscono e l'importanza di questa idea di luogo nel generare nuova conoscenza derivano dal filosofo giapponese Nishida Kitarō (1970: 41-61).

Nonaka adotta il concetto di *basho* utilizzato da Nishida e lo applica alla sua teoria dinamica di creazione della conoscenza, chiamando *ba* uno «shared space for emerging relationships... [which]... provides a platform for advancing individual and/or collective knowledge» (Nonaka et al. 1998: 40). Questo spazio non deve necessariamente essere fisico e tangibile, ma può essere anche virtuale o mentale (*ibid.*). Esempi di spazio fisico proposti da Nonaka e Konno possono essere uffici o sale riunioni; il *ba* virtuale invece può essere rappresentato dalle e-mail scambiate tra i vari collaboratori a uno stesso progetto; il *ba* mentale invece può essere rappresentato da esperienze, valori, idee condivise. Uno spazio, dunque, da intendersi come fisico, virtuale, mentale (o come una combinazione tra queste proprietà), dove gli individui che lo condividono possano interagire tra loro per scambiarsi idee, confrontarsi, condividere, concettualizzare e creare conoscenza (Bennett 2001). Punto fondamentale della teoria è infatti che la conoscenza, per potersi sviluppare, necessita dell'interazione tra esseri umani che osservandosi, scambiandosi impressioni, esperienze e idee siano in grado di accrescere il proprio sapere. Poiché alla conoscenza vengono abbinate le qualità di essere intangibile, senza confini e dinamica (Nonaka et al. 1998:41) è necessario, per gli autori, uno spazio dove essa possa essere concentrata, un qui e ora dove canalizzare le informazioni e le idee, rielaborarle e condividerle affinché la conoscenza generata diventi fruibile e porti a uno sviluppo collettivo e/o individuale. Non è possibile pensare alla creazione di conoscenza senza un ambiente di riferimento, sia esso fisico o immateriale, e alla presenza di idee, esperienze e pensieri che, condivisi, rendano possibile agli appartenenti o partecipanti a un dato spazio di imparare gli uni dagli altri e, collettivamente, generare conoscenza aggiuntiva (Nonaka et al. 2000). La definizione di Nonaka e Konno non è ovviamente l'unica definizione di conoscenza, né può essere considerata come la più esaustiva rispetto ad altre. Bisogna inoltre tenere a mente che è stata esplicitamente pensata in relazione al mondo del lavoro e alla gestione delle risorse umane in termini di produttività. Cionondimeno, la teoria può essere applicata a contesti

differenti senza che per questo il suo potenziale in termini analitici ne sia minato. Questa idea di conoscenza come fenomeno intrinsecamente sociale può ad esempio essere positivamente abbinata all’idea della costruzione dell’identità.

Nelle scienze sociali il concetto di identità è inteso come socialmente costruito e inerentemente relazionale (Cooley 1964; Elias 1991; Simmel [1950] 1964). La presenza dell’altro, da intendersi come «generalized other» (Mead [1934] 1962: 90) o come uno specifico gruppo di riferimento, è fondamentale per sviluppare e definire la propria identità tramite somiglianze e differenze (Jenkins 2008: 16-27). Il ruolo svolto dal gruppo nel costruire un’identità individuale e comunitaria assume un’importanza ancora più fondamentale per individui non-cisgender che, per differenze in termini di identità di genere e/o sessuale, non riescono a riconoscersi in una “maggioranza”, e per i quali il confronto con un gruppo di simili rappresenta un punto di svolta fondamentale, come evidenziato in numerosi studi focalizzati sullo sviluppo di una identità omosessuale (Plummer 1975; Cass 1979; 1996; Sophie 1985; McCarn et al. 1996) o transgender (Devor 2004). Applicando dunque il concetto di *ba* come proposto da Nonaka e Konno, intendo analizzare il ruolo svolto da spazi fisici e virtuali nello sviluppo di un’identità singola e nella creazione di un’identità di gruppo per uomini gay, donne lesbiche, e crossdresser FtM (*dansō*), dimostrando l’importanza che una comunità di riferimento formata da individui con traiettorie di vita simili svolge per gruppi minoritari e spesso marginalizzati.

3. *Facet methodology*: di cosa si tratta

La *facet methodology* è stata sviluppata presso il Morgan Centre for the Study of Relationships and Personal Life¹ e presentata nel 2011. Definisce un nuovo modo di fare ricerca e ragionare in termini di scienze sociali, il cui scopo è di «capture the combination of vital, tangible and intangible dynamics in the way that personal relationships and relationalities are lived» (Mason 2011: 76).

Nella *facet methodology* l’utilizzo della metafora di una gemma e delle sue molteplici sfaccettature serve per rappresentare il “problema” sotto esame e i vari modi tramite cui analizzarlo, facendo sì che la “luce”, riflessa in maniera diversa dalle varie sfaccettature, porti a risultati inaspettati. Le sfaccettature rappresentano «[the] different and methodological-substantive planes and surfaces, which are designed to be capable of casting and refracting light in a variety of ways that help to define the overall object of concern» (77) con lo scopo ultimo di creare “a strategically illuminating set of facets in relation to specific research concerns and questions.” (*ibid.*). Nella *facet methodology* è fondamentale che il ricercatore sia in grado di utilizzare metodi quantitativi e qualitativi, ma allo stesso tempo gioca un ruolo di primaria importanza la capacità di fondere, alternare e sostituire tra loro metodi diversi in ma-

¹ Parte de lo ESRC UK National Centre for Research Methods.

niera creativa e immaginativa, così da poter definire delle sfaccettature che possano illuminare il tema in esame da prospettive diverse e inaspettate. Esattamente questa dimensione di creatività, con lo scopo ultimo di generare diversi e nuovi angoli da cui guardare allo stesso problema, differenzia la *facet methodology* da altre metodologie combinate.

La *facet methodology* è pensata come un insieme di approcci epistemici e metodologie provenienti da tradizioni di ricerca diverse. Il processo critico generato dai possibili contrasti tra questi diversi approcci, tramite l'intuito creativo del ricercatore, può esso stesso generare nuova conoscenza. In questo senso, la *facet methodology* può utilizzare interviste, osservazioni, dati d'archivio, diari, informazioni ottenute online o da un'analisi secondaria di altri dati, sviluppando un concetto trasformativo e combinativo di metodi preesistenti.

Nel mio specifico caso, ho ritenuto adatto un approccio tramite *facet methodology* per diversi motivi. Innanzitutto, poiché utilizzo un impianto teorico di natura economica in campo sociologico, ho ritenuto che questo potesse essere meglio sostenuto da una metodologia in grado di muoversi agevolmente tra diverse discipline. In secondo luogo, per testare l'effettiva validità della tesi proposta, ho ritenuto ottimale prendere in considerazione tre casi di studio collocati in diversi momenti temporali e appartenenti a categorie spaziali molto diverse tra loro, ossia una forma di spazio virtuale, uno spazio fisico pubblico e uno spazio fisico privato. Per poter portare avanti un'analisi su tre spazi così diversi tra loro, era necessario anche utilizzare dei metodi di indagine diversi tra loro per meglio adattarsi a ogni singolo caso. Il poter fare ricorso a una metodologia composta da vari metodi da mettere in relazione nella presentazione dei risultati ha rappresentato un impareggiabile lente attraverso la quale poter guardare al fenomeno d'insieme.

Partendo dall'idea di analizzare l'importanza dello spazio come luogo di appartenenza e congregazione nella creazione di un'identità singola e di gruppo nel caso di *dansō* escort, ho iniziato analizzando il materiale in mio possesso, ossia interviste semi-strutturate e trascrizioni di osservazioni partecipate. Durante questa analisi preliminare mi sono però resa conto dell'importanza giocata dagli oggetti in relazione all'identità, basti pensare ad esempio alle fasce utilizzate dai *dansō* per mascherare le curve del seno. Alle trascrizioni di interviste e osservazioni, ho quindi aggiunto l'analisi di materiali propri del crossdressing FtM, come i *chest binders* prima menzionati, o i vari prodotti di bellezza utilizzati per ottenere un aspetto più maschile. Inoltre, per i fini di questo studio, era fondamentale capire come la creazione dell'identità si basasse sulla performatività e sulla riproduzione di ruoli, esempi, e stereotipi. Nell'analisi dei party per sole donne tenuti a cadenza mensile nel quartiere gay di Shinjuku Nichōme invece, il punto da cui è partita la mia analisi sono stati i punti di contatto e le differenze con il mondo dei *dansō* escort, un'idea di analisi portata avanti tramite una serie di osservazioni non partecipate. Per quanto riguarda invece l'analisi dei volumi della rivista *Barazoku*, ho necessariamente dovuto intraprendere

un’analisi di materiale d’archivio² e ho utilizzato tramite analisi secondaria dati raccolti da altri ricercatori. In questo caso quindi si è trattato di applicare un approccio parzialmente quantitativo e di lavorare con materiale di archivio, all’opposto di quello etnografico-qualitativo adottato per l’analisi dei due precedenti casi.

La *facet methodology* offre dunque il modo migliore per armonizzare questi diversi metodi e approcci. Inoltre, in termini di risultati ottenuti, questa metodologia innovativa ha dimostrato di essere uno strumento duttile e applicabile in maniera molto soddisfacente a tutti i campi in esame.

4. Primo caso di studio: la rivista *Barazoku* e i suoi lettori

Inizio con l’applicare la teoria di Nonaka e Konno analizzando uno spazio virtuale, ossia *Barazoku*, la prima rivista per un pubblico gay a essere distribuita nel circuito delle librerie *mainstream* in Giappone. È importante specificare questo punto: già prima di *Barazoku* esistevano in Giappone pubblicazioni erotiche (*fūzoku zasshi*) che trattavano in generale di ‘sessualità deviata’ (*hentai seiyoku*) – un tema a cui l’omosessualità era solitamente abbinata – ma non erano esplicitamente e unicamente orientate verso un pubblico omosessuale maschile. Era anche possibile trovare pubblicazioni aventi come target di riferimento un pubblico gay, come ad esempio *Adonisu* pubblicato fino al 1962 ma disponibile solamente su abbonamento (Sunagawa 2006), o “bollettini” pubblicati da club privati per i propri membri (Mackintosh 2006). Tuttavia questi esempi erano reperibili principalmente tramite circuiti librari underground, e di conseguenza distribuiti a macchia di leopardo (McLelland 2011). Al contrario *Barazoku* poteva essere acquistata in librerie come Kinokuniya, rendendo quindi estremamente più facile la diffusione del materiale nelle principali città giapponesi e anche la conoscenza di tali pubblicazioni.

Il primo numero di *Barazoku* esce nel luglio 1971, creando immediato scalpore. Lo stesso editore, Itō Bungaku (1932-), verrà incarcerato, multato e fatto oggetto di minacce diverse volte nel corso della storia editoriale della rivista. Questa ottiene però ottimi riscontri in termini di pubblico: il dato più evidente in tal senso è rappresentato dal fatto che mentre il primo numero di *Barazoku* contava soltanto 70 pagine, il trentesimo numero della rivista era composto invece da ben 170 pagine.

A questo punto è necessario chiedersi come e perché nel Giappone degli anni Settanta nasca una rivista come *Barazoku*. Lo scopo che Itō fin dal primo numero si propone e che spiega chiaramente nei suoi editoriali è di voler aiutare gli uomini gay in Giappone a combattere la solitudine e l’isolamento in cui potevano sentirsi imprigionati, offrendo loro tra le pagine della sua rivista uno spazio solidale, un lu-

² Nello specifico i numeri della rivista pubblicati dagli anni Settanta fino al 1993, ospitati in una collezione privata e catalogata, sull’ubicazione e il proprietario della quale, per motivi di privacy, non posso fornire ulteriori informazioni.

go – seppur non fisico – a cui appartenere e nel quale generare un sentimento di comunione, espresso dal termine *rentaikan* (Mackintosh 2010), che potremmo tradurre come “sentimento di solidarietà”. Tōgō Ken, nel suo *Inka shokubutsu gun* (1966), descrive la comunità gay in Giappone come “*inka shokubutsu*”, ossia piante che vivono nell’ombra. Questo perché l’omosessualità non era vissuta apertamente, bensì in spazi privati, non connessi tra loro, e al riparo da sguardi indiscreti. Il silenzio sulla questione permetteva sì di vivere la propria omosessualità in maniera riservata, ma contribuiva anche a inasprire un diffuso senso di isolamento e solitudine per gli uomini che vivevano tale condizione.

La risposta del pubblico è immediata, e la rivista viene ben presto sommersa di contributi da parte dei lettori, a testimonianza del grande impatto sulla popolazione omosessuale maschile giapponese dei primi anni Settanta. *Rentaikan* punta apertamente a creare una connessione tra coloro che si ritengono ugualmente appartenenti allo stesso gruppo, e già dal nome della rivista è possibile intuire questa ideologia. *Barazoku* significa infatti ‘tribù della rosa’,³ e la parola ‘tribù’ fa immediatamente pensare a un senso di appartenenza a un gruppo ben specifico e coeso, con i propri interessi, gusti, mode ed estetica, di cui la rivista si faceva portavoce. Come scrive lo stesso Itō nel primo numero di *Barazoku* del 1971, «tramite la pubblicazione di questa rivista è mio desiderio [...] scacciare la vostra solitudine e darvi un po’ di *rentaikan*» (pag. 70, citato in Mackintosh 2010), concetto ribadito sul numero di settembre 1972: «vorrei poter dare un senso di *rentai* a quelli di voi che si sentono soli» (pag. 59, citato in Mackintosh 2010). È però importante specificare che «[g]ay identity, such as it is fostered by these media [riviste gay], revolves primarily around participating in, albeit vicariously, a variety of same-sex genital interactions. Gay media in Japan do not, on the whole, address issues of lifestyle» (McLelland 2000: 127), e che dunque l’impatto di *Barazoku* in termini di creazione di un’identità di gruppo va principalmente connesso alla creazione di spazi e possibilità di espressione, interazione e conoscenza reciproca per un vasto numero di uomini accomunati principalmente da un interesse condiviso in pratiche sessuali omosex. Minore, se non assente, è invece l’impatto sulla creazione di un’identità gay in termini sociopolitici.

Il *rentaikan* invocato da Itō è quindi un sentimento di comunione e sostegno reciproco, generato dall’essere parte della comunità di *Barazoku*. La rivista diventa un punto di aggregazione, un luogo dove condividere informazioni e conoscenza, e grazie a questa condivisione uscire con un’augmentata conoscenza di sé come identità omosessuale singola, e come parte di una comunità che, per quanto nascosta agli occhi della società, esiste, ha i suoi spazi, i suoi gusti, la sua voce. *Barazoku* conferma agli uomini gay in Giappone, specialmente a coloro che vivevano lontano dalle

³ L’associazione del termine *bara* (rosa) con l’omosessualità maschile può essere fatta risalire agli anni Sessanta, stando a Mackintosh (2010: 219). Nel 1961 viene infatti pubblicata *Barakei*, una raccolta fotografica dai toni (omo)erotici a opera di Hosoe Eikō avente per modello Mishima Yukio; nel 1964 una rivista per i membri di un club per uomini gay viene chiamata *Bara*; nel 1969 esce il film *Bara no sōretsu*, di Matsumoto Toshio, ambientato nei locali gay di Shinjuku.

grandi città e che avevano minori possibilità di conoscere altri gay, che non erano soli, e che le stesse o simili esperienze erano comuni a un vasto numero di uomini in tutto il Paese.

Un passo importante nell'accettazione di sé da parte di individui omosessuali è rappresentato dal cosiddetto “debutto” nella scena gay, ossia la prima visita in gay bar o club: «in coming out to [...] the gay community and to the wider environment, the lesbian and gay can develop a consistent, integrated sense of a self» (Plummer 1995: 86). Più recentemente, i primi episodi di *cruising* virtuale su siti o *dating app* gay hanno eliminato la necessità di utilizzare spazi fisici, rendendo possibile ricorrere invece a comunità virtuali (Gross 2007: 267; Crowson et al. 2013). *Barazoku* può quindi essere analizzata come un luogo virtuale dove incontrare persone che vivono una situazione simile, un ritrovo di persone che si trovano ad affrontare gli stessi problemi e le stesse paure, e che in questo modo possono superare la solitudine, conoscersi sia in senso riflessivo e metaforico, sia incontrandosi fisicamente nella realtà. La rivista, nonostante i suoi limiti, può quindi essere considerata a pieno titolo il primo *ba* per gli uomini gay giapponesi.

Facendo un sommario delle caratteristiche di questo spazio, *Barazoku* è uno spazio virtuale pubblico dedicato a uomini gay. Grazie alla sua distribuzione presso le più importanti librerie del Paese raggiunge un pubblico vasto, e per via dell'alto numero di contributi dei lettori (sottoforma di lettere, confessioni, racconti, disegni e fotografie), *Barazoku* si basa sulla condivisione di informazioni ed esperienze personali che, messe a disposizione del gruppo, contribuiscono a generare un'accresciuta coscienza identitaria, in termini di identità singola e di gruppo. Per queste sue caratteristiche può quindi essere definita come *ba*.

5. Secondo caso di studio: serate *women only* a Shinjuku Nichōme

Itō Bungaku gioca un ruolo fondamentale non soltanto per la comunità gay giapponese, ma anche per quella lesbica. Innanzitutto perché, seppur in piccola parte, anche le lettrici troveranno in seguito un loro spazio su *Barazoku*, ma soprattutto perché nel suo gay bar, il *Matsuri* a Shinjuku Nichōme, Itō ospiterà alcune tra le prime serate solo per donne a partire dall'inizio degli anni Ottanta (Mackintosh 2006). I primi bar o ritrovi lesbici aprono i battenti negli anni Ottanta, con lo “*sunakku*” bar *Sunny* (1984), e i bar *Mars* e *Ribbon* (1985). Proprio quest'ultimo nasce dagli eventi “solo donne” al *Matsuri* di Itō (Maree 2015: 232).

A oggi, Shinjuku Nichōme conta più di 300 bar e locali (McNeill 2010: 3). Di questi però solo 20 sono spazi dedicati soltanto o anche alle donne. Nonostante Nichōme sia un quartiere gay friendly, le donne si trovano comunque a occupare una posizione marginalizzata, e non hanno a disposizione la stessa quantità di spazi offerti invece a un pubblico maschile. Questo è dovuto principalmente a due fattori, parzialmente connessi l'uno all'altro: 1) il processo di gentrificazione che Nichōme,

come moltissimi altri gay village nel mondo (Aldrich 2004; Bell et al. 2004; Jayne 2017), sta attraversando e 2) il minore potere economico delle donne, che le rende clienti meno redditizie e quindi meno ricercate. L'evoluzione dello spazio gay, a Shinjuku Nichōme come altrove, ha seguito e sta ancora seguendo uno schema classico di gentrificazione (Ruting 2007). Questo porta ad attrarre persone esterne alla sottocultura di partenza, attratte per motivi di moda e costume (nel caso specifico dei quartieri gay individui, omosessuali e non, creativi, cosmopoliti, modaioli), e a escludere quegli appartenenti alla sottocultura di partenza che, per motivi estetici e/o economici, non rispecchiano la tipologia di cliente ricercato (Gorman-Murray 2006; Macken 2004; Rushbrook 2002). In Giappone la differenza tra i guadagni medi maschili e femminili è la più accentuata tra i Paesi del G7, e in generale una tra le più marcate al mondo.⁴ L'identità lesbica, spesso connessa con l'attivismo, è in contrasto con la tipologia di cliente "ideale" di Nichōme, ossia una persona con una buona disponibilità economica da investire in divertimenti e alcolici. Per questo motivo i bar e i club a Nichōme non mancano, molti eterosessuali hanno riscoperto l'area come luogo di divertimento, uomini gay giapponesi e stranieri affluiscono, ma per le lesbiche c'è poco spazio.

In quest'ottica, la presenza di party "solo donne", tenuti a cadenza mensile in alcuni club nell'area di Nichōme, risulta fondamentale per avere un posto dove entrare in contatto con altre donne e sviluppare un'identità lesbica singola e collettiva, non necessariamente connessa all'attivismo, e quindi a una identità lesbica in termini sociopolitici. Un posto sicuro, perché situato all'interno di un'area notoriamente gay friendly, ma separata dagli uomini e dai loro bisogni sia come maschi che come consumatori. Nonostante alcuni studi abbiano evidenziato come donne omosessuali delle nuove generazioni siano più integrate con gli spazi della città, senza dover necessariamente utilizzare quelli riservati a un pubblico lesbico (Fobear 2012), è necessario sottolineare come questo sia un fenomeno limitato a quei contesti dove l'omosessualità è in generale più integrata nella società in termini di diritti e visibilità. Data la diversa situazione del Giappone, dove ancora esiste un forte stigma nei confronti dell'omosessualità, ancora molto spesso considerata come una "questione privata", questi spazi offrono alle donne la possibilità di presentarsi come lesbiche, ma in una cornice spazio-temporale ben definita, eliminando quindi il problema di doversi definire come tali in altri contesti della vita quotidiana, o di dover necessariamente unire un'identità omosessuale a una persona pubblica.

Durante le mie ricerche sul campo ho appurato che attualmente (2017-2018) esistono due eventi mensili principali per sole donne a Nichōme, il *Gold Finger* e il *Diamond Cutter*, ospitati in diversi locali della zona.⁵

⁴ WEF, Global Gender Gap Report 2018: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf (26/05/2019).

⁵ Il nome dei due eventi è costante, mentre i locali che ospitano tali eventi cambiano. Non si tratta di locali esclusivamente legati al mondo gay, ma semplicemente di locali con attrezzatura da discoteca che possono essere affittati per questo tipo di eventi. Trovandosi nei pressi del quartiere gay di

Questi eventi sono molto simili tra loro: se non si usufruisce di speciali riduzioni il biglietto di ingresso costa 4.500 yen, iniziano intorno alle 23 e proseguono fino alla mattina del giorno seguente. Sono eventi di *clubbing*, e alla console si alternano diverse DJ. Oltre alla musica, l'intrattenimento offerto è chiaramente pensato per un pubblico femminile e omosessuale: è possibile assistere o partecipare a sedute di trucco e *nail art*, sono spesso presenti *pole dancer* donne, e in alcuni casi ho assistito a spettacoli di *bondage* messi in scena da performer donne. Interessanti sono anche le collaborazioni: non è inusuale che all'entrata di questi eventi si ricevano dei gadget, solitamente tester di cosmetici e profumi, o dolci; un'oggettistica chiaramente genderizzata.

Le caratteristiche di questo luogo che ne fanno un *ba*: si tratta di uno spazio pubblico e fisico che, seppur itinerante, è concentrato in un'area specifica. Offre a donne che non necessariamente vogliono definirsi o essere definite lesbiche nel senso sociopolitico del termine la possibilità di entrare in contatto tra loro. Contribuisce quindi allo sviluppo di un'identità di gruppo per donne sentimentalmente e sessualmente attratte da altre donne non legate all'attivismo. Trattandosi di eventi di *clubbing*, bisogna tenere in considerazione che questi party attraggono prevalentemente donne più giovani (18-40), e l'immagine dominante è quella della divisione tra *tachi* e *neko* (*butch* e *femme*), a cui la maggior parte delle avventrici sembra aderire, lasciando quindi poco spazio ad altre possibilità espressive meno polarmente definite. All'interno di questa divisione, non si riscontrano grosse differenze in senso estetico. Le *tachi* hanno un look maschile: indossano immancabilmente pantaloni o bermuda, e portano i capelli più corti, spesso acconciati seguendo uno stile che richiama molto da vicino quello degli host di Kabukichō, in una minoranza di casi addirittura più corti o con rasature. Alcune preferiscono un look maschile più elegante e indossano la cravatta, ma la maggior parte preferisce un'estetica meno formale: jeans, t-shirt o camicia, scarpe sportive o scarponcini di taglio maschile, trucco assente o molto leggero. Per quanto riguarda le *neko* invece, la maggior parte di loro porta gonne o vestiti corti; i pantaloni, quando indossati, sono molto aderenti e femminili. Le scarpe hanno sempre un tacco o un rialzo. I capelli vengono portati lunghi e grande importanza è data anche al trucco: rossetti, eyeliner e *blusher* sono chiaramente riconoscibili sul viso delle ragazze *neko*. La divisione *tachi-neko* non si limita solo all'aspetto esteriore, ma anche alle preferenze in termini di ruoli sessuali (specialmente riguardo alla pratica della penetrazione): nonostante non possa essere applicato nel 100% dei casi, le *tachi* tendono ad essere dominanti e attive, mentre le *neko* sono passive. Questa diversa propensione verso alcune pratiche sessuali è ritenuta di fondamentale importanza nell'ambiente lesbico osservato, al punto da essere una tra le prime domande rivolte quando si inizia una conversazione con una sconosciuta, e rappresenta in alcuni casi la discriminante per portare avanti la conversazione o decidere di interromperla. È interessante notare come per chi sia nuovo dell'ambien-

Tokyo risultano comodi nell'organizzazione di eventi gay-lesbo, ma non possono essere definiti come discoteche gay-lesbo.

te, una tale categorizzazione risulti all'inizio incomprensibile. Il frequentare questi party aiuta anche in questo senso a sviluppare un'identità individuale e di gruppo, aderendo quindi a dei canoni estetici e comportamentali che soltanto frequentando questo ambiente sia arriva a conoscere.

Nella scarsità di spazi riservati alle donne, è rilevante il ruolo svolto da questi eventi per socializzare, condividere e soprattutto per le possibilità offerte in termini di *match-making*. Il gioco di sguardi che si può instaurare sul *dancefloor*, il corteggiamento sottile o sfrontato, il paragonarsi e il riconoscersi come simili o complementari, sono tutti fattori che giocano un ruolo determinante nello sviluppo e nell'accettazione di un'identità lesbica. Per molte donne, questi spazi offrono una possibilità di incontro, di confronto estetico, e di sperimentazione emotiva e sessuale non disponibili altrove e che ovviamente ambienti eterosessuali non forniscono. Per questi motivi si può definire questo luogo come un *ba*.

6. Terzo caso di studio: l'ufficio di un'agenzia di *dansō* escorting

Il terzo spazio in esame è stato scelto tenendo in considerazione che, nonostante alcuni *dansō* partecipino talvolta ai party “solo donne” come staff d'animazione, non tutti i *dansō* sono donne omosessuali. Nello specifico caso dei miei informatori, soltanto 4 su 14 si sono definiti in tal senso. Di norma i crossdresser FtM evitano di definirsi in termini di maschile e femminile, ritenendo la parola *dansō* quella più adatta per definire ciò che sono. Questo crea per loro un problema nell'acquisire e sviluppare un'identità sia individuale che di gruppo: non riconoscendosi nella definizione di ‘lesbica’ con l'accezione di “*donna* interessata sessualmente e/o sentimentalmente ad altre donne”, di conseguenza non riescono a utilizzare degli spazi lesbici canonici per identificarsi con un gruppo e costruire la propria identità. In questo caso, dunque, un ruolo fondamentale è giocato da un terzo tipo di spazio, ossia l'ufficio dell'agenzia di *dansō* escorting per la quale questi soggetti lavorano.

Un'agenzia di *dansō escorting* offre a una clientela prettamente femminile la possibilità di avere un appuntamento con una donna vestita da uomo al prezzo di 4000 yen/ora.⁶ Si tratta quindi di uno spazio fisico, nello specifico di una stanza all'interno dell'agenzia, dove gli escort restano in attesa delle loro clienti durante i turni. Esattamente grazie all'incontro con persone simili i *dansō* sviluppano una coscienza identitaria e riescono a identificarsi come tali, come spiega Kunihiro in questo estratto (12/05/2016):

All'inizio non ero a mio agio con la parola *dansō*. Ma indossavo solo pantaloni, e quindi ho pensato che incontrare persone simili a me poteva essere una cosa buona, e ho iniziato a lavorare qui [come *dansō* escort].

⁶ Per ogni informazione relativa ai *dansō* e al funzionamento di un'agenzia di *dansō* escorting si rimanda a Fanasca (2018a, 2018b, 2018c).

Il lavoro di *crossdresser escort*, l'agenzia che li accetta e li riconosce come tali, e soprattutto l'ufficio dove trascorrono tempo insieme diventano dunque per i *dansō* lo spazio dove capire la propria identità ed essere in grado di definirsi come individui e come categoria. Inoltre, una caratteristica fondamentale dell'identità *dansō* è che questa risulta fortemente legata e condizionata non solo a necessità espressive individuali, ma anche a un contesto lavorativo tramite cui svilupparsi. È difficile per i *dansō* definirsi come tali senza aver esperienze lavorative come *dansō*.

Essendo le relazioni tra colleghi solitamente molto informali, e i *senpai* ben disposti ad aiutare e consigliare i nuovi escort, non è strano per i *dansō* parlare, durante le ore trascorse nell'agenzia in attesa delle clienti, su cosa utilizzare per ottenere i migliori risultati quando ci si fascia il seno, o discutere sui tagli di capelli più apprezzati dalle clienti e quali prodotti di bellezza utilizzare per ottenere lo stile desiderato, ossia discutere su una serie di pratiche estetiche caratterizzanti l'identità *dansō*. Inoltre, durante il mio *fieldwork*, ho avuto la possibilità di assistere all'acquisto di una *nabe shatsu*⁷ da parte di un nuovo *dansō* accompagnato da due colleghi anziani. In tale situazione ho potuto notare il loro ruolo di grande supporto, sia nell'aiutare il nuovo collega nella scelta del modello, sia nel superare l'imbarazzo del momento tramite un atteggiamento scherzoso e rilassato.

Allo stesso modo, cambiarsi i vestiti di fronte agli altri rompendo l'immagine maschile costruita per le clienti è una pratica che mostra come alcuni *dansō* siano a proprio agio a essere associati a un corpo femminile, ma soltanto in un gruppo di simili, il che denota l'alto livello di comunità che si sviluppa all'interno dell'agenzia tra i vari escort. In questo senso l'ufficio diventa un luogo dove affrontare tematiche come l'identità di genere, che per i *dansō* va principalmente intesa come maschile, o l'identità sessuale che può essere orientata all'eterosessualità, all'omosessualità, o non chiaramente definita. Nelle conversazioni aventi per tema la sessualità i vari partecipanti, grazie proprio all'atmosfera cameratesca creatasi nell'ufficio a seguito delle lunghe ore condivise insieme, erano a loro agio nel condividere esperienze o nel cercare informazioni e suggerimenti da parte di colleghi ritenuti più esperti. L'ufficio fornisce quindi uno spazio per la condivisione di esperienze.

L'ufficio è anche il luogo dove condividere dubbi, paure e speranze per il futuro, spesso percepito come incerto. Ad esempio, soltanto dopo aver lavorato come *dansō* ed essersi confrontato con gli altri *crossdresser*, Ichi è stato in grado di capire che la definizione di *dansō* non era adatta a lui e all'espressione della sua identità maschile, scegliendo invece di intraprendere una terapia ormonale, un percorso più adatto a costruire e raggiungere la sua specifica identità maschile (sia in termini di genere che fisici). Nel suo caso, il lavoro di *dansō* ha rappresentato un punto di partenza per mettere in discussione la sua identità e sperimentare con i generi liberamente, grazie al supporto operato da una rete di individui che attraversano simili esperienze di vita.

⁷ La *nabe shatsu* o *FtM tshirt* è una sorta di canottiera elastica molto aderente utilizzata dai *crossdresser* FtM per mascherare le curve del seno.

L'ufficio rappresenta dunque un luogo dove potersi presentare per la prima volta con un "io" differente, maschile. Per tutti i *dansō*, l'agenzia e i colleghi rappresentano un luogo e una comunità dove un'identità maschile, costruita in contrasto con quella femminile della nascita, non è soltanto accettata ma apertamente benvenuta, e riceve riconoscimenti in termini economici ed emotivi da parte della clientela. L'ufficio offre ricognizione e protezione, in un processo simile a quello dei ritrovi gay per gli omosessuali (Warner 2002; Reynolds 2009; Valentine et al. 2003), aiutando i *dansō* a ottenere «a sense of themselves as members of a group» (D'Emilio 1998: 186) e quindi nel creare un'identità *dansō* singola e di gruppo. L'ufficio è quindi un *ba* dove ci si scopre, che costruisce e identifica, riconnettendo i *dansō* con quello che considerano essere il loro "vero io" (*hontō no jibun*).

Per concludere, anche in questo caso si tratta di uno spazio fisico ma privato, ossia accessibile soltanto dagli "addetti ai lavori". Questa limitata accessibilità rappresenta uno dei lati negativi di questo *ba*, dato che per potervi accedere è necessario accettare il lavoro di *crossdresser* escort, con tutte le conseguenze negative che esso può comportare, come ad esempio l'instabilità economica (comune a molti lavori part-time in Giappone), e lo stigma a cui persone che lavorano in settori considerati al limite della "normalità" sono ancora soggette. La possibilità di confrontarsi con altri individui con traiettorie di vita simili, di identificarsi o no tramite similitudini e differenze con loro, e di conseguenza creare la propria identità dove mancano altre forme di riconoscimento sembra però controbilanciare, per i *dansō*, gli aspetti negativi di questa occupazione.

6. Conclusione

L'analisi degli spazi in relazione alla formazione dell'identità per individui non cis-gender contribuisce fortemente a una maggiore comprensione dei problemi fronteggiati da chi non riesce o non può riconoscersi nella maggioranza e necessita di ambienti inclusivi e di supporto per poter sviluppare una coscienza di individuo e di gruppo. Questi spazi, fisici o virtuali, e un'analisi approfondita delle loro caratteristiche, possono potenzialmente svolgere un ruolo fondamentale nello sviluppo di strategie inclusive per gruppi minoritari della società purtroppo ancora troppo spesso marginalizzati. Bisogna però evidenziare come questi tipi di spazio, pur permettendo uno sviluppo in termini di comunità e individuale, siano a volte connessi a variabili negative che possono parzialmente diminuirne l'impatto positivo per i singoli utenti. Inoltre, questi *ba* non sempre sono disponibili e aperti a tutti, non favorendo dunque la possibilità di interazione e dialogo tra gli "appartenenti" e i "non appartenenti" a un gruppo, aumentando potenzialmente situazioni ghettizzanti.

Riferimenti bibliografici

- Aldrich, Robert (2004). "Homosexuality and the City: An Historical Overview". *Urban Studies*, 41, 9, pp. 1719-1737.
- Bell, David; Binnie, Jon (2004). "Authenticating Queer Space: Citizenship, Urbanism and Governance". *Urban Studies*, 41, 9, pp. 1807-1820.
- Bennett, Roger (2001). "'Ba" as a Determinant of Salesforce Effectiveness: An Empirical Assessment of the Applicability of the Nonaka-Takeuchi Model to the Management of the Selling Function". *Marketing Intelligence & Planning*, 19, 3, pp. 188-199.
- Cass, Vivienne (1979). Homosexual Identity Formation: A Theoretical Model. *Journal of Homosexuality*, 4, pp. 219-235.
- Cooley, Charles (1964). *Human Nature and the Social Order*. New York: Schocken.
- Crowson, Maxwell, and Anne Goulding (2013). "Virtually Homosexual: Technoromanticism, Demarginalisation and Identity Formation among Homosexual Males". *Computers in Human Behavior*, 29, 5, pp. A31-A39.
- D'Emilio, John. (1998). *Sexual Politics, Sexual Communities: The Making of a Homosexual Minority in the United States 1940-1970*. Chicago: University of Chicago Press.
- Devor, Aaron H. (2004). Witnessing and Mirroring: A Fourteen Stage Model of Transsexual Identity Formation. *Journal of Gay and Lesbian Psychiatry*, 8, 1/2, pp. 41-67.
- Elias, Norbert (1991). *The Society of Individuals*. Oxford: Blackwell.
- Fanasca, Marta (2018). "Dansō escort service: un'analisi etnografica". In Cestari, Metteo; Coci, Gianluca; Moro, Daniela; Specchio, Anna (a cura di). *Orizzonti giapponesi. Ricerche, idee, prospettive*. Roma: Aracne, pp. 431-451.
- Fanasca, Marta (2019a). "Crossdressing Dansō: Negotiating between Stereotypical Femininity and Self-expression in Patriarchal Japan". *Girlhood Studies*, 12, 1, pp. 33-48.
- Fanasca, Marta (2019b). "FtM Crossdresser Escorts in Contemporary Japan: An Embodied and Sensorial Ethnography". *Asian Anthropology*, 18, 3, pp. 1-16.
- Fobear, Katherine (2012). "Beyond a Lesbian Space? An Investigation on the Intergenerational Discourse Surrounding Lesbian Public Social Places in Amsterdam". *Journal of Homosexuality*, 59, 5, pp. 721-747.
- Gorman-Murray, Andrew (2006). "Imagining King Street in the Gay/lesbian Media". In *Sociology for a Mobile World: TASA 2006 Annual Conference of the Australian Sociological Association* (Crawley, December 4-7 2006), pp. 1-9.
- Gross, Larry (2007). "Gideon Who Will Be 25 in The Year 2012: Growing up Gay Today." *International Journal of Communication*, 1, 1, pp. 121-138.
- Jayne, Mark (2017). *City of Quarters: Urban Villages in the Contemporary City*. London: Routledge.
- Jenkins, Richard (2008). *Social Identity*. London: Routledge.
- Macken, Dave (2004). "Something Amiss in the Heart of Darlo". *Australian Financial Review*, 21 febbraio 2004.
- Mackintosh, Johnatan (2010). *Homosexuality and Manliness in Postwar Japan*. London: Routledge.
- Maree, Claire (2015). "Queer Women's Culture and History in Japan." In McLelland, Mark; Mackie, Vera (a cura di). *Routledge Handbook of Sexuality Studies in East Asia*. Abingdon: Routledge, pp. 230-243.

- Mason, Jennifer (2011). "Facet Methodology: The Case for an Inventive Research Orientation". *Methodological Innovations Online*, 6, 3, pp. 75-92.
- McCarn, Susan R.; Fassinger, Ruth E. (1996). "Re-visioning Sexual Minority Identity Formation: A New Model of Lesbian Identity and Its Implications for Counseling and Research". *The Counseling Psychologist*, 24, 3, pp. 508-534
- McLelland, Mark (2000). *Male Homosexuality in Modern Japan: Cultural Myths and Social Realities*. Richmond: Curzon Press.
- McLelland, Mark (2011). "Japan's Queer Cultures". In Bestor, Theodore; Bestor, Victoria (a cura di). *The Routledge Handbook of Japanese Culture and Society*, pp.140-149.
- McNeill, David (2010). "Shinjuku Gay Enclave in Decline But not on the Surface" *The Japan Times*, 24 febbraio 2010.
- Mead, George ([1934] 1962). *Mind, Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Nishida, Kitarō (1970). *Fundamental Problems of Philosophy*. Tokyo: Sophia University.
- Nonaka, Ikujiro; Konno, Noboru (1998). "The Concept of "Ba": Building a Foundation for Knowledge Creation." *California Management Review*, 40, 3, pp. 40-54.
- Nonaka, Ikujiro; Toyama, Ryoko; Konno, Noboru (2000). "SECI, Ba and Leadership: A Unified Model of Dynamic Knowledge Creation". *Long Range Planning*, 33, 1, pp. 5-34.
- Plummer, Ken (1975). *Sexual Stigma: An Interactionist Account*. London: Routledge.
- Plummer, Ken (1995). *Telling Sexual Stories*. London: Routledge.
- Reynolds, Robert. (2009). "Endangered Territory, Endangered Identity: Oxford Street and the Dissipation of Gay Life". *Journal of Australian Studies*, 33, 1, pp. 79-92.
- Rushbrook, Dereka (2002). "Cities, Queer Space, and the Cosmopolitan Tourist." *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, 8, 1, pp. 183-206.
- Ruting, Brad (2007). "Is the Golden Mile Tarnishing? Urban and Social Change on Oxford Street, Sydney". *Queer Space: Centres and Peripheries Conference* (University of Technology, Sydney, February 20-21 2007).
- Simmel, Georg ([1950] 1964). *The Sociology of Georg Simmel*. New York; The Free Press.
- Sophie, Joan (1985). A Critical Examination of Stage Theories of Lesbian Identity Development. *Journal of Homosexuality*, 12, pp, 39-51.
- Sunagawa, Hideki (2006). "Japan's Gay History". *Intersections: Gender, History and Culture in the Asian Context*, 12. <http://intersections.anu.edu.au/issue12/sunagawa.html#n7> (26/06/2020).
- Tōgō, Ken (1966). *Inka shokubutsugun – otoko to otoko no ai no kokuhaku*. Tokyo: Hōbun shobō.
- Valentine, Gill; Skelton, Tracey (2003). "Finding Oneself, Losing Oneself: The Lesbian and Gay 'Scene' as a Paradoxical Space". *International Journal of Urban and Regional Research*, 27, 4, pp. 849-866.
- Warner, Tom (2002). *Never Going Back: A History of Queer Activism in Canada*. Toronto: University of Toronto Press.