



**Citation:** Pira, F. (2024). Onlyfans, un'indagine per comprendere il rapporto degli adolescenti con intimità e nuove vetrinizzazioni. *Media Education* 15(2): 31-39. doi: 10.36253/me-16155

**Received:** May, 2024

**Accepted:** October, 2024

**Published:** December, 2024

© 2024 Author(s). This is an open access, peer-reviewed article published by Firenze University Press (<https://www.fupress.com>) and distributed, except where otherwise noted, under the terms of the CC BY 4.0 License for content and CC0 1.0 Universal for metadata.

**Data Availability Statement:** All relevant data are within the paper and its Supporting Information files.

**Competing Interests:** The Author(s) declare(s) no conflict of interest.

## Onlyfans, un'indagine per comprendere il rapporto degli adolescenti con intimità e nuove vetrinizzazioni

### Onlyfans, a survey to understand adolescents' relationship with intimacy and new vetrinizations

FRANCESCO PIRA

*Dipartimento di Civiltà Antiche e Moderne, Università degli Studi di Messina, Italia*  
francesco.pira@unime.it

**Abstract.** The image is central in social relations, a self packaged to present itself to the public, constructed to be liked, to collect likes and to be shared, commented on. This is a true externalization of our individuality, which increasingly places the display of the body as other than self at the center (Pira, 2017). In this sense we are witnessing a transformation of intimacy, the resulting representation of the self appearing as a public expression in a medial key. In this path precisely the dimensions of the body and sexuality seem to assume a centrality that gives them a strong relevance in the identity construction of each person. In this perspective, we intend to provide an analysis on the Onlyfans phenomenon through the anonymous administration of a self-completion questionnaire in CAWI mode, which involved 1116 respondents between the ages of 14 and 30. The title of the survey was "The Impact of OnlyFans on Generation Z." In fact, the platform is mainly associated with sexual content. Based on the assumption that OnlyFans creators are in a unique position, at the intersection of professional social media content creation and sex work, we tried to identify what attitude young people interviewed have toward the OnlyFans platform; to understand what is their perception of the social and the definition they give in relation to the content conveyed; and to understand what their attitude is in relation to the perceptions of sexuality and individual freedom of expression.

**Keywords:** OnlyFans, generation Z, social identity, platform, sexuality.

**Riassunto.** L'immagine è centrale nelle relazioni social, un io confezionato per presentarsi al pubblico, costruito per piacere, per raccogliere *like* e per essere condiviso, commentato. Si tratta di una vera e propria esteriorizzazione della nostra individualità, che mette sempre di più al centro l'esibizione del corpo come altro da sé (Pira, 2017). In tal senso stiamo assistendo ad una trasformazione dell'intimità, la rappresentazione del sé, che ne deriva, appare come una espressione pubblica in chiave mediale. In questo percorso proprio le dimensioni del corpo e della sessualità sembrano assumere una centralità che attribuisce loro una forte rilevanza nella costruzione identitaria di ciascuno. In tale prospettiva si intende fornire un'analisi sul fenomeno *Onlyfans* attraverso la somministrazione in forma anonima di un questionario per auto-compilazione in

modalità CAWI, che ha coinvolto 1116 intervistati tra i 14 e i 30 anni. Il titolo della survey era “L’impatto di *OnlyFans* sulla generazione Z”. La piattaforma è infatti associata principalmente a contenuti sessuali. Partendo dal presupposto che i creatori di *OnlyFans* si trovano in una posizione unica all’incrocio tra la creazione di contenuti professionali sui social media e il lavoro sessuale, abbiamo voluto cercare di identificare quale sia l’atteggiamento dei giovani intervistati nei confronti del social *OnlyFans*; comprendere quale sia la percezione del social e la definizione che ne danno rispetto ai contenuti veicolati; comprendere quale sia l’atteggiamento in relazione alla percezione della sessualità e alla libertà di espressione individuale.

**Parole chiave:** OnlyFans, generazione Z, identità social, piattaforme, sessualità.

## 1. INTRODUZIONE

I *social network* e gli strumenti tecnologici ad essi connessi sono ormai i luoghi prevalenti di costruzione identitaria, dove definire anche la propria intimità, sessualità, genere. Questi aspetti sembrano prendere il sopravvento sull’identità sociale (Castells, 2004) quasi annullandone funzione e obiettivi, in una sorta di ripiegamento sugli aspetti corporei, come se solo questi ultimi fossero in grado di definire l’io sociale e la rappresentazione che ne diamo agli altri.

Una delle caratteristiche principali che emerge dallo studio delle dinamiche comunicative social è l’individualismo e la concentrazione su di sé.

I social sono il luogo della democratizzazione del privato, dell’autorappresentazione (Castells, 1996) dell’auto-narrazione, dell’autocomunicazione di massa, dove si realizza la proiezione che ciascuno vuole dare di sé stesso agli altri ed anche il luogo per eccellenza dove gli altri attraverso il loro gradimento ci ridefiniscono.

Il passaggio dall’analogico al digitale, ha reso evidente che la tecnologia non è più un semplice strumento ma un ambiente relazionale. Un campo di indagine stimolante domande complesse, come quelle che pone Bauman in relazione «alla forma di vita che caratterizza le nuove generazioni, al punto che non conoscono altre, è la società dei consumatori, contrassegnata da una cultura novista - in incessante e perpetuo mutamento, che promuove il culto della novità e della scelta casuale» (Bauman, 2012, p. 43). La società dei consumi e il culto della novità rappresentano due concetti che richiamano quanto aveva già anticipato Baudrillard con la sua definizione dell’era del consumo, dove tutto è spettacolarizzato, «orchestrato per immagini, segni e modelli consumabili» (Baudrillard, 1974, p. 234). Elementi questi che delineano il frame entro il quale si sono mosse molte delle ricerche che nel corso degli anni hanno investigato l’impatto della tecnologia sulla vita delle persone, ed in particolare dei preadolescenti e adolescenti. Laddove la tecnologia è diventata bene di consumo primario che ci ha trasformati in consumatori alla ricerca continua della novità.

Il risultato è un’identità iper-fluida (Riva, 2014, p. 106) in continuo divenire che si plasma per ottenere il miglior gradimento all’interno delle reti social. La connessione ci consente di relazionarci con più pubblici contemporaneamente attribuendo nuovo significato allo spazio e al tempo, dove prevale il tutto e ora, il presente che annulla passato e futuro. In questo senso l’estrema fluidità diventa fragilità se si concretizza nel bisogno di incontrare il gradimento degli altri come unico obiettivo, piuttosto che quello di esercitare un ruolo sociale (Pira, 2021a). Questo aspetto appare come elemento di forte criticità, soprattutto se lo mettiamo in relazione alla definizione che Floridi propone della cosiddetta generazione Z, coniando il termine “generazione AO (Always Online)” (2017, p. 48), laddove le piattaforme, esercitano un impatto profondo sui processi di costruzione delle identità personali.

Se cambiano le condizioni sociali in cui viviamo, modifichiamo la rete di relazioni e il flusso di informazioni a cui abbiamo accesso e queste “ridisegnano la natura e il novero dei limiti e delle possibilità che regolano come ci presentiamo al mondo e indirettamente a noi stessi, allora il nostro sé sociale può essere radicalmente aggiornato avendo una ricaduta sulla concezione che abbiamo di noi stessi che finisce per conformare la nostra identità personale” (Floridi, 2017, p. 69). In questo processo si modifica il modo in cui si costruiscono i ricordi e le interazioni che appaiono esternalizzati, affidati alle piattaforme. In tal senso *OnlyFans* per la sua struttura ci suggerisce una riflessione sulla rappresentazione di sé come prodotto, centrata sul corpo. Sulla piattaforma si realizza un ambiente non corporeo, che gestisce e custodisce milioni di bit personali, ci muoviamo su un terreno delicato, dove l’esercizio delle libertà individuali si combina con una nuova dimensione della tutela della privacy (Pira, 2023). La piattaforma prevede un’iscrizione e la possibilità di acquistare dei servizi, che a loro volta sono contenuti realizzati dai creator. Siamo di fronte a nuove forme di *gig economy*, tra queste il lavoro sessuale e la pornografia (Hamilton et al, 2022), che si confronta con il tema della mercificazione del dato, che vede in questa app un’espressione particolarmente significativa

di individuo-prodotto. La dimensione dell'utente appare infatti duplice: da un lato utente iscritto che acquista un servizio, contenuti esclusivi creati per lui/lei; dall'altro esso stesso diventa prodotto conferendo alla piattaforma i propri dati e tutte le tracce digitali del proprio vissuto sull'app.

Ci pare interessante a questo proposito richiamare il concetto di "risorsa naturale umana" utilizzato da Zuboff quando fa riferimento al modo in cui il capitalismo della sorveglianza utilizza i processi automatizzati per conoscere il nostro comportamento al fine di ricavarne quanti più vantaggi possibili, arrivando a teorizzare il passaggio dai flussi automatizzati alla nostra automattizzazione (2019, p. 358) Questo social sembra incarnare, infatti, l'esempio più forte e controverso della nuova dimensione di intrattenimento nell'era dell'*onlife*, ladove, come richiama Byung-Chul Han, diventa ubiquo e quindi assolutizzante (2021, p. 146), perdendo il carattere di evento episodico e divenendo una vera e propria condotta di vita, che integra l'esperienza del mondo e del tempo. Così, la fruizione e/o la creazione di contenuti, in prevalenza pornografici, sembra configurarsi proprio nella dimensione di intrattenimento/divertimento, con una connotazione fortemente corporea, in un ambiente digitale, immateriale e fluido.

Già il nome *Only - Fans*, richiama due concetti: *Only*, richiama l'esclusività, dove la dimensione di vetrina rimanda ad una forma di esercizio di potere rispetto al proprio pubblico pagante, i *Fans* fanno riferimento non semplicemente alla community, ma a un rapporto individuale, attraverso il quale agli utenti è venduta una dimensione più intima e apparentemente più reale.

*OnlyFans* può essere descritto come un servizio di abbonamento a contenuti. È una piattaforma social lanciata nel 2016 da Tim Stokely. Fondata e gestita nel Regno Unito, che ha visto una rapida espansione in tutto il mondo, diventando oggi uno dei principali provider d'intrattenimento digitale. Sul sito web di *OnlyFans*, i creatori di contenuti possono caricare i loro testi, foto e video e chiedere ai loro "fan" di pagare un abbonamento mensile per accedere a quei contenuti, così come possono inviare contenuti e messaggi e richiedere un pagamento per vedere i contenuti. Dopo un avvio lento, la piattaforma ha iniziato ad attrarre persone che già svolgevano altre forme di lavoro sessuale – digitale o meno – perché permetteva loro di creare e vendere contenuti personalizzati, trattenendo l'80 per cento del valore addebitato, senza alcuna limitazione in relazione agli importi generati. Solo nel mese di luglio 2023 sono stati 34,86 milioni i contenuti pubblicati, contenuti che in maggioranza sono di natura pornografica. Rispetto al gennaio dello scorso anno si tratta di un incremento del

102,2% rispetto al gennaio del 2022, e del 70,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (Onlyaccounts, 2023). Ciò ha contribuito a dare vita ad una sorta di sistema idealizzato di "domanda e offerta", i creator di contenuti sessuali che già si occupavano di pornografia in altri contesti hanno iniziato ad utilizzare la piattaforma, ma anche persone che non l'avevano mai fatto prima. Proprio il periodo riferito al Covid-19 ha coinciso con la crescita esponenziale della piattaforma, *OnlyFans* è stato infatti più volte citato nelle cronache di tutto il mondo, amplificando la diffusione del fenomeno e la consapevolezza della sua esistenza. I contenuti di questa piattaforma sono spesso allineati a trasformazioni più ampie nell'area della produzione di contenuti sessuali, che si collegano a cambiamenti più ampi nell'ambito del lavoro come l'ascesa della *gig economy* e del "lavoro su piattaforma" (Cardoso & Scarcelli, 2021). Un'evoluzione che può avere un impatto significativo proprio sulle nuove generazioni. Il 60% degli iscritti ha un'età compresa tra i 18 e i 34 anni, l'80% sono uomini e il 20% donne (Eurispes, 2024).

Per questo, in considerazione del successo di questa piattaforma basata sui *content creator*, del crescente impiego di applicativi che si basano su Intelligenza Artificiale generativa, abbiamo voluto coinvolgere i giovani attraverso un questionario anonimo, somministrato online. Sono stati coinvolti adolescenti nella fascia di età 14/18 anni, studenti delle scuole superiori (15 istituti coinvolti distribuiti tra Nord, Centro e Sud). Il coinvolgimento è avvenuto grazie alla collaborazione dei dirigenti scolastici e dei docenti che hanno presentato il questionario e chiesto agli studenti se volessero partecipare fornendo il link al questionario online. I partecipanti nella fascia di età tra i 19/25 anni sono studenti universitari distribuiti sul territorio nazionale e sono stati coinvolti attraverso le associazioni studentesche a cui è stato inviato l'invito a partecipare con il relativo link al questionario. Allo stesso modo i giovani nella fascia di età 26/30, sono laureati o lavoratori membri di community social.

L'obiettivo è stato quello di comprendere quale sia il loro sentiment rispetto a questo social, all'interno di quella visione più ampia rappresentata dalla crescente digitalizzazione della società, dove i servizi delle piattaforme guidano sempre di più il processo di costruzione identitaria all'interno di contenitori, ambienti social, a cui gli individui tendono ad adattarsi, perché costruiti sulla base delle stesse informazioni personali conferite alle piattaforme.

## 2. INDAGINE E METODOLOGIA

Il progetto di ricerca denominato: *L'impatto di OnlyFans nella genZ*, è stato condotto attraverso la somministrazione agli intervistati di un questionario per auto-compilazione utilizzando il metodo CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). La distribuzione è avvenuta in forma anonima, tutti gli intervistati hanno avuto accesso attraverso lo stesso link. Il panel è stato costruito grazie al coinvolgimento di studenti universitari, di studenti delle scuole medie superiori con la collaborazione dei docenti ed il coinvolgimento di membri associazioni studentesche, di community social, in particolare Instagram. Le fasce di età sono state suddivise in tre blocchi: 14-18; 19-25; 26-30 I quesiti hanno avuto come obiettivo quello di:

- Identificare gli aspetti anagrafici del campione, età, genere, area geografica, attività principale
- Identificare l'atteggiamento nei confronti del social Onlyfans, verificare se lo conoscono, se sono iscritti e se sì con quali modalità
- Comprendere quali sia la percezione del social e la definizione che ne danno rispetto ai contenuti veicolati
- Comprendere quale sia l'atteggiamento in relazione alla percezione della sessualità e alla libertà di espressione individuale

Le domande sono state organizzate utilizzando lo strumento del questionario a risposta multipla.

Vale la pena sottolineare in questa sede che, seppure il questionario per auto-compilazione presenti alcuni limiti legati all'interpretazione delle domande da parte dell'intervistato, esso offre a nostro avviso una fotografia, seppure non esaustiva, di alcuni fenomeni rilevanti in relazione al modo in cui le nuove generazioni si muovono negli ambienti digitali, in particolare le piattaforme social, applicativi ad esse connesse, Metaverso e IA. A questa indagine hanno risposto complessivamente 847 individui su Google Survey e 269 su EUSurvey, per un totale di 1116 partecipanti.

Il questionario è stato somministrato in forma anonima utilizzando in contemporanea le due piattaforme online ed è stato inserito il 10 febbraio 2024 e chiuso il 21 febbraio 2024.

Nel progetto sono stati coinvolti 15 istituti scolastici di secondo grado, studenti universitari e giovani già entrati nel mondo del lavoro. Nello specifico: 728 partecipanti nella fascia di età 14/18 anni, 424 ragazze e 304 ragazzi distribuiti in prevalenza tra Sicilia, Calabria, Lazio, Lombardia; 331 nella fascia di età 19/25 distribuiti

tra: Veneto, Lombardia, Sicilia, Calabria, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia e Trentino-Alto Adige, (230 ragazze e 101 ragazzi). Mentre i partecipanti nella fascia di età 26/30 sono in totale 52, il 75% donne e 25% uomini, distribuiti in prevalenza tra Sicilia, Veneto, Lazio, Campania.

Naturalmente in fase di analisi sono stati utilizzati strumenti di elaborazione statistica con impiego di filtri al fine di poter aggregare i dati in modo che le risultanze assumessero una consistenza scientificamente valida.

## 3. ASPETTI ANAGRAFICI DEL CAMPIONE, ETÀ, GENERE, AREA GEOGRAFICA, ATTIVITÀ PRINCIPALE

Il primo set di domande è stato utilizzato per l'identificazione del campione. Hanno risposto al questionario 451 ragazze (40,51%), 643 ragazzi (57,62%), 16 hanno risposto altro (1,43%), 6 non hanno risposto (0,54%), quindi il panel risulta relativamente ben distribuito in termine di genere. Il 65,23% del campione ha un'età compresa tra i 14 e i 18 anni, mentre il 29,66% tra i 19 e i 25 anni e il 4,66% tra i 25 anni e i 30 anni. Sono state coinvolte 15 regioni anche se la maggioranza dei dati proviene da 4 regioni in particolare: Sicilia, Veneto, Calabria e Lazio. Il quarto quesito della prima area d'indagine ha riguardato l'attività svolta, oltre il 93% sono studenti mentre il 5,56% lavorano.

Quindi in riferimento alla delimitazione del campione osserviamo una prevalenza di ragazzi, con un'età compresa tra i 14 e i 18 anni, studenti, con un profilo omogeneo anche in relazione alla provenienza geografica dei respon-

**Tabella 1.** Qual è il tuo genere.

	Risposte	Ratio %
Altro	16	1,43%
Donna	643	57,62%
Uomo	451	40,41%
No risposta	6	0,54%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 2.** Qual è la tua età.

	Risposte	Ratio %
14/18	728	65,23%
19/25	331	29,66%
26/30	52	4,66%
No risposta	5	0,45%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 3.** Dove vivi?

	Risposte	Ratio %
Regione Sicilia	697	62,57%
Regione Veneto	203	18,22%
Regione Calabria	121	10,86%
Regione Lazio	34	3,05%
Regione Lombardia	18	1,62%
Regione Friuli-Venezia Giulia	10	0,90%
Regione Emilia-Romagna	6	0,54%
Regione Toscana	5	0,45%
Regione Trentino-Alto Adige	5	0,45%
Regione Marche	4	0,36%
Regione Abruzzo	2	0,18%
Regione Campania	2	0,18%
Regione Piemonte	2	0,18%
Regione Umbria	2	0,18%
No risposta	4	0,18%
Regione Sardegna	1	0,09%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 4.** Qual è la tua attività principale.

	Risposte	Ratio %
Lavoro (dipendente, libero professionista, altro)	62	5,56%
Studio (Scuola media, Scuola superiore, Università)	1043	93,46%
No risposta	11	0,99%
Totale complessivo	1116	100,00%

denti. Questo elemento in particolare sarà ripreso in relazione all'analisi del profilo di coloro i quali hanno risposto affermativamente al quesito 6, sei iscritto ad OnlyFans.

#### 4. LATTEGGIAMENTO NEI RIGUARDI DELLA PIATTAFORMA SOCIAL

Con questi quesiti si è cercato di identificare l'atteggiamento nei confronti del social Onlyfans, verificare se lo conoscono, se sono iscritti e se sì, con quali modalità. La crescita della piattaforma e la risonanza che i media hanno dato a questo fenomeno hanno avuto un impatto forte anche sui giovani, come si può verificare dalla tabella 5, il 92% del campione ha risposto di conoscerla. Le risposte offrono poi degli spunti di riflessione interessanti in relazione all'eventuale utilizzo di *OnlyFans*. Le risposte evidenziano una contraddizione tra coloro che dichiarano di essere iscritti, risposta 6 e coloro che rispondono al quesito 7, se hanno un abbonamento. Solo il 5,2% del campione (56 individui), risponde di

**Tabella 5.** Conosci la piattaforma OnlyFans.

	Risposte	Ratio %
Si	1027	92,03%
No	84	7,53%
No risposta	5	0,45%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 6.** Sei iscritto ad OnlyFans?

	Risposte	Ratio %
Si	56	5,02%
No	1057	94,71%
No risposta	3	0,27%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 7.** Se sì, hai sottoscritto un abbonamento per contenuti esclusivi?

	Risposte	Ratio %
Si	33	9,09%
No	259	71,35%
No risposta	71	19,56%
Totale complessivo	363	100,00%

**Tabella 8.** Cosa ti piace di Onlyfans?

	Risposte	Ratio %
I contenuti	285	44,25%
L'interazione	57	8,85%
Condivisone	86	13,35%
Coinvolgimento	95	14,75%
No risposta	121	18,79%
Totale complessivo	644	100,00%

essere iscritto alla piattaforma e di questi 33, dichiarano di avere sottoscritto un abbonamento. Eppure, 259 individui su 363 rispondono di essere iscritti seppure senza un abbonamento, un dato che sembrerebbe fare emergere un numero superiore di frequentatori della piattaforma, 32% di iscritti in realtà e non il 5% come dichiarano alla domanda 6. Questo aspetto ci riporta a modelli di comportamento simili a quelli che erano emersi in altre indagini in relazione all'utilizzo di profili falsi (Pira, 2020).

Forse questa reticenza nel dichiarare apertamente l'utilizzo potrebbe essere collegata al quesito 8 con il quale si cercato di capire quali aspetti attraggono i ragazzi. Dalle risposte emerge come gli elementi che vengono maggiormente apprezzati sono i contenuti, così risponde il 44,25% del campione, mentre il 14,75% (96



individui) predilige il coinvolgimento che la piattaforma propone. Si è quindi analizzato il profilo degli iscritti in funzione dell'età e del genere. Nella fascia 14/18 anni il 79% degli iscritti appartiene al genere maschile. Tra gli iscritti di età tra i 19/25 anni il 67% sono maschi. Un dato questo che si pone in linea con quelli emersi in precedenti ricerche che hanno cercato di indagare il profilo degli utilizzatori (Litam et al, 2021).

## 5. QUALE PERCEZIONE HANNO DI ONLYFANS

Un altro aspetto che il questionario ha fatto emergere è legato alla percezione che i ragazzi hanno della piattaforma, sia in termini di ambiente social, sia in relazione al fatto che i minorenni possono avere accesso ai contenuti della piattaforma, soprattutto se messo in relazione alla dimensione del campione in relazione all'età, il 65% degli intervistati rientra nella fascia di età 14-18 anni. Le risposte al quesito 9, qual è l'elemento che meglio definisce *OnlyFans*, mostrano un sentiment molto diversificato. Vi è la consapevolezza che siano presenti contenuti pornografici, il 36,29%, ma allo stesso modo il 21,86% lo definisce come un mezzo per realizzare guadagni facili. Questo aspetto in particolare è stato investigato da Hamilton et al. (2022) evidenziando come la vendita di contenuti sessuali da parte dei *content creator* intervistati fosse legata in parte alla facilità e alla flessibilità configurandosi all'interno dei nuovi modelli emergenti di lavoro di digitale e gig work. Altrettanto interessante appare la definizione, spazio di libertà, che è stata scelta dal 8,33% del campione.

Emerge poi ancora una volta un elemento di criticità legato al rapporto tra minori e ambienti social. Si evidenzia infatti come oltre il 65% del panel appartenga alla fascia di età 14-18 anni. Il 21,33% (238 risposte) dichiara di conoscere minori iscritti ad *OnlyFans*. Come sottolineato in altri lavori (Pira, 2017, 2021a, 2021b) le modalità con cui gli adolescenti e i minori in generale vivono la dimensione social, l'accesso a contenuti anche di esplicito carattere sessuale, senza il supporto e la guida degli adulti, rischia di avere un impatto negativo sui percorsi di costruzione della propria identità sessuale e sul modo di gestire la propria intimità e sfera emotiva.

## 6. SESSUALITÀ, BENESSERE EMOTIVO, LIBERTÀ INDIVIDUALE

L'ultimo aspetto che si è voluto indagare in modo specifico è stato comprendere quale sia l'atteggiamento in relazione alla percezione della sessualità e alla libertà di espressione individuale. I ragazzi hanno eviden-

**Tabella 9.** Qual è l'elemento che meglio definisce Onlyfans?

	Risposte	Ratio %
Piattaforma per la vendita di contenuti pornografici	405	36,29%
Opportunità di guadagno facile	244	21,86%
Solo per adulti	184	16,49%
Spazio di libertà	93	8,33%
Promuove la creatività	35	3,14%
Luogo di socializzazione esclusivo	28	2,51%
No risposta	127	11,38%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 9a.** Qual è l'elemento che meglio definisce Onlyfans? (analisi per genere).

	Risposte	Ratio%
Altro	3	10,71%
Donna	15	53,57%
Uomo	10	35,71%
<i>Luogo di socializzazione esclusivo</i>	28	
Altro	4	1,64%
Donna	144	59,02%
Uomo	96	39,34%
<i>Opportunità di guadagno facile</i>	244	
Altro	5	1,23%
Donna	203	50,12%
Uomo	121	29,88%
<i>Piattaforma per la vendita di contenuti pornografici</i>	405	
Donna	11	31,43%
Uomo	24	68,57%
<i>Promuove la creatività</i>	35	
Donna	103	55,98%
Uomo	81	44,02%
<i>Solo per adulti</i>	184	
Altro	3	3,23%
Donna	41	44,09%
Uomo	49	52,69%
<i>Spazio di libertà</i>	93	
<i>No risposta</i>	127	
Totale complessivo	1116	100,00%

ziato infatti come Onlyfans abbia un impatto negativo sul benessere emotivo degli utilizzatori, il 59%, a fronte del 35,93% che ritiene invece che l'utilizzo non abbia un particolare impatto. In linea con quanto sopra, il 66,67% ritiene che siano necessarie misure più rigorose per impedire ai minori di accedere ai contenuti per adul-

**Tabella 10.** Ci si può iscrivere alla piattaforma solo attraverso l'esibizione di un documento d'identità che consente l'accesso solo a maggiorenni, conosci minori che hanno creato account su OnlyFans?

	Risposte	Ratio %
Si	238	21,33%
No	779	69,80%
No risposta	99	8,87%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 11.** Pensi che l'utilizzo di OnlyFans da parte di adolescenti o giovani adulti possa aver un impatto negativo sul benessere emotivo degli stessi?

	Risposte	Ratio %
Si	659	59,05%
No	401	35,93%
No risposta	56	5,02%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 12.** Credi che si debbano adottare misure più rigorose per impedire ai minori l'accesso ai contenuti per adulti?

	Risposte	Ratio %
Si	744	66,67%
No	322	28,85%
No risposta	50	4,48%
Totale complessivo	1116	100,00%

ti. Del resto, come richiamato nell'introduzione, i profili falsi in molti casi sono utilizzati dai giovani per avere accesso a contenuti pornografici o illegali (darkweb).

Con i quesiti 13 e 14 si è quindi voluto approfondire il tema della fonte di reddito cercando di comprendere se il fatto di diventare un *content creator* di *Onlyfans* e vendere contenuti a carattere sessuale assumesse una dimensione di scelta lavorativa. Il 55,73% ritiene infatti che il diventare un *content creator* rappresenti una scelta lavorativa a tutti gli effetti. In tal senso si evidenzia anche un atteggiamento molto variegato in relazione alla valutazione che viene fatta sul tipo di scelta lavorativa. Il 31% ritiene che possa rappresentare una scelta pericolosa a lungo termine, il 23,84% fa una valutazione in funzione delle circostanze, altri, il 21,68%, non hanno un'opinione in merito, così come il 19,35% pensa che sia una scelta legittima che deve essere rispettata. Uno spettro di opinioni così ampie ci pare che metta in evidenza un atteggiamento di tolleranza e di rispetto delle scelte in una dimensione di espressione della libertà individuale.

**Tabella 13.** Pensi che l'utilizzo di questa piattaforma da parte dei giovani Creator sia un riflesso delle scelte lavorative che decidono di affrontare?

	Risposte	Ratio %
Si	622	55,73%
No	433	38,80%
No risposta	61	5,47%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 14.** Qual è la tua opinione in merito all'utilizzo di OnlyFans come fonte redditizia per i giovani?

	Risposte	Ratio %
Scelta pericolosa a lungo termine	346	31,00%
Dipende dalle circostanze	266	23,84%
Non ho un'opinione in merito	242	21,68%
Scelta legittima che dovrebbe essere rispettata	216	19,35%
No risposta	46	4,12%
Totale complessivo	1116	100,00%

L'ultimo focus ha riguardato in particolare la sfera della sessualità e la percezione del proprio corpo. In relazione al primo aspetto, il 48,48% dei ragazzi ritiene che la piattaforma abbia un impatto negativo sulla propria sessualità e sulle relazioni, a fronte del 33% che non esprime una posizione certa, mentre il 9,32% ritiene invece che abbia un impatto positivo a cui si aggiunge un ulteriore 9% che risponde che i contenuti di *OnlyFans* non abbiano nessun impatto. Per quanto riguarda invece l'impatto sulla percezione del proprio corpo osserviamo come il 55,73% dichiara che dipende dall'utilizzo che si fa della piattaforma a fronte di un 25,90% che ritiene che abbia un impatto decisamente negativo sulla percezione del proprio corpo. Le risposte degli intervistati suggeriscono la necessità di ulteriori approfondimenti, al fine di analizzare in che misura la percezione di sé stessi sia legata ai modelli veicolati attraverso le piattaforme social. Facciamo riferimento, ad esempio, al sistema indotto dagli influencer di diversa natura, che mostrano canoni estetici spesso frutto di chirurgia o dell'impiego di strumenti di modifica delle immagini legate all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale. Tanto che gli adolescenti in particolare, dichiarano di avvertire un senso di inadeguatezza nei confronti di riferimenti estetici che percepiscono come irraggiungibili che li spingono ad omologarsi a modelli che tendono a tipizzare anche fisicamente gli individui all'interno di canoni preconfezionati.

**Tabella 15.** Ritieni che i contenuti di Onlyfans alterino la percezione della sessualità e delle relazioni nei giovani che lo utilizzano?

	Risposte	Ratio %
Si, in modo negativo	541	48,48%
No, non ne sono certo	369	33,06%
No	102	9,14%
Si, in modo positivo	104	9,32%
Totale complessivo	1116	100,00%

**Tabella 16.** Credi che questo possa avere conseguenze anche sulla percezione del proprio corpo?

	Risposte	Ratio %
Dipende dall'uso o abuso della piattaforma	622	55,73%
Si, negative	289	25,90%
Non ne sono certo	109	9,77%
Si, positive	43	3,85%
No risposta	53	4,75%
Totale complessivo	1116	100,00%

## 7. CONCLUSIONI

Questa indagine nasce dalla volontà di fornire un'analisi sociologica sull'impatto e le modalità di fruizione di questa piattaforma ormai diventata popolare anche nel nostro paese, da parte di un campione di giovani italiani, che mostra numeri in continua crescita a livello internazionale. Questo con l'obiettivo di offrire un contributo originale che mette al centro i giovani, a fronte di ricerche e studi internazionali più focalizzati sul mondo degli adulti, su aspetti legati alla gig economy e alla pornografia. Uno degli elementi peculiari che emerge da questo studio è una sorta di universo del detto e non detto, una fotografia in chiaroscuro dove non tutti confessano o hanno la forza e la voglia di rivelare un'assidua frequentazione della piattaforma. Sembra quindi configurarsi un sommerso che necessita di ulteriori approfondimenti. Si tratta di un primo passo che merita ulteriori ricerche al fine di analizzare le richieste degli utenti, a fronte delle tipologie di offerta di *OnlyFans*. Un ulteriore ambito d'indagine potrebbe riguardare le peculiarità di utilizzo da parte degli adolescenti italiani per comprendere se vi siano differenze rispetto ad altri paesi. Domande complesse ma stimolanti.

Certamente le risposte del questionario sembrano fare emergere come questo social incarni le contraddizioni di quella nuova dimensione di intrattenimento nell'era dell'*onlife*, laddove come richiama Byung -Chul Han, esso diventa ubiquo e quindi assolutizzante, non

più episodico ma una vera o propria condotta di vita che integra l'esperienza del mondo e del tempo. Così, la fruizione e/o la creazione di contenuti pornografici sembrano configurarsi proprio nella dimensione di intrattenimento/divertimento con una connotazione fortemente corporea in un ambiente digitale, immateriale e fluido.

## BIBLIOGRAFIA

- Ball, M. (2022). *Metaverso – Cosa significa, chi lo controllerà, e perché sta rivoluzionando le nostre vite*, Garzanti, Milano.
- Baudrillard J. (1974). *La société de consommation. Ses mythes se structures*, Paris Gallimard
- Bauman Z. (2012). *Modernità Liquida*, Edizioni Laterza, Bari.
- Boyd d., (2014), *It's complicated: The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press, New Haven (trad. it. *It's complicated. La vita sociale degli adolescent sul web*, Castelvecchi, Roma).
- Castells M. (1996). *The Rise of the Network Society*, Oxford, Blackwell Publishing Ltd, tr. It., 2002, *La nascita della società in rete*, Egea, Milano.
- Castells M. (2004). *The information Age: Economy, Society and Culture*, vol.2 *The Power of Identity*, Blackwell, Oxford (trad. it. *Il potere delle identità*, Egea, Milano 2008)
- Castells M. (2009). *Communication Power*, Oxford, University Press, (trad. it.(2009) *Comunicazione e Potere*, Milano, Egea).
- Eurispes (8 agosto 2024). *OnlyFans un fenomeno del web in costante crescita*. <https://www.leurispes.it/onlyfans-un-fenomeno-del-web-in-costante-crescita/>
- Floridi L. (2014). *La quarta rivoluzione. Come l'infosfera sta trasformando il mondo*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Floridi L. (2022). *Etica dell'intelligenza artificiale. Sviluppi, opportunità, sfide*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Hamilton V., Soneji A., McDonald A. & Redmiles E. (2022). *Nudes? Shouldn't I charge for these?": Motivations of New Sexual Content Creators on OnlyFans*, > cs > arXiv:2205.10425, Cornell University, New York. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2205.10425>
- Han Byung-Chul (2021). *Sano intrattenimento. Una decostruzione della passione al dell'Occidente*, Notte-tempo, Milano.
- Han Byung-Chul (2022). *Le non cose. Come abbiamo smesso di vivere il reale*, Einaudi, Torino.
- Litam S.D.A, Speciale M., Balkin R.S. (2022). *Sexual Attitudes and Characteristics of OnlyFans Users*, Springer Science+Business Media, LLC, part of Springer Nature.



- Parisier E. (2011). *The Filter Bubble. What the Internet is Hiding from You*, Penguin Books, London (trad. it: *Il filtro. Quello che Internet ci nasconde*, Il Saggiatore, Milano, 2012).
- Onlyaccounts (23, August 2023). <https://onlyaccounts.io/blog/onlyfans-creators-posted-200m-pieces-of-content-in-seven-months-58-more-than-in-the-same-period-a-year-ago/>
- Pira F. (2017). *Facebook e i social: nuovi luoghi di sperimentazione dell'identità di genere* (Parte sesta: La questione gender oggi: spunti sul dibattito attuale pp 349-362) in (a cura di) Gensabella Furnaro M. *Identità di genere e differenza sessuale. Percorsi di studio* (collana Bios, Ethos e Polis), Rubettino, Bologna.
- Pira F. (2020). *Figli delle App. le nuove generazioni digital-popolari e social-dipendenti*, FrancoAngeli, Milano.
- Pira F. (2021a). La crisi del modello della produzione culturale: la vetrinizzazione esasperata = The crisis of the cultural production model: the exasperated vitrinization. 247-268. *Hermes, J. Comm.* 20 (2021), 247-268.
- Pira F. (2021b). Le nuove generazioni social – dipendenti, 52-67, *Sociologie Vol. II, n° 1 (2021) – ISSN Online 2724-6078*
- Pira F. (2023). Disinformation a problem for democracy: profiling and risks of consensus manipulation, *Frontiers in sociology*, Front. Sociol., 11 May 2023. Sec. Media Governance and the Public Sphere Volume 8 – 2023.
- Riva G. (2014). *Nativi digitali. Crescere e apprendere nel mondo dei nuovi media*. Il Mulino, Bologna.
- Eurispes (2024). *OnlyFans un fenomeno del web in costante crescita*. <https://www.leurispes.it/onlyfans-un-fenomeno-del-web-in-costante-crescita/>
- Cardoso D. & Scarcelli C.M. (2021). *The bodies of the (digitised) body. Experiences of sexual(ised) work on OnlyFans*, *MedieKultur* 2021, 71, 98-121 ISSN 1901-9726 Published by SMID | Society of Media researchers In Denmark | [www.smid.dk](http://www.smid.dk)
- van Doorn N. (2017). Platform labor: On the gendered and racialized exploitation of low-income service-work in the 'on-demand' economy. *Information, Communication & Society*, 20(6), 898–914. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1294194>
- Van Dijck J. (2013). *The Culture of Connectivity: a critical History of Social Media*, Oxford University Press, Oxford.
- Van Dijck J., Poell T. & de Waal M. (2019). *The Platform Society*, Oxford University Press, tr. It., 2019, *Platform Society. Valori pubblici e società connessa*, Guerini e Associati, Milano.
- Zuboff S. (2019). *Il capitalismo della sorveglianza. Il futuro dell'umanità nell'era dei nuovi poteri*, Luiss University Press, Roma.