

STORIE 7 della settimana

A CHE GIOCO GIOCHIAMO?

Bambole per le femmine. Macchinine per i maschi. Non più. Oggi, complice una società che prova ad abbattere i pregiudizi, i giocattoli sono gender neutral. Marketing sì, ma anche la prova di un futuro che va verso l'inclusione

di Ilaria Amato



J. MONTAUDO



STORIE

QUEST'ANNO I REGALI DI NATALE per i bambini saranno *a-gender*, in linea con una tendenza che punta decisa a superare i paletti tra maschi e femmine. A fare da apripista sono stati i famosi che hanno iniziato a parlare di neutralità di genere per i loro figli. Da Angelina Jolie, che rivendica il diritto della figlia Shiloh di vestirsi da maschio, a Chiara Ferragni che mostra Leone mentre gioca con bambole, rossetti e passeggini. Ma la vera spallata a pregiudizi e stereotipi l'ha data *Frozen*, il cartone di maggior successo degli ultimi anni, con protagonista

marito è sceso di nascosto di notte a buttare la scatola», racconta. «I vicini sapevano che avevamo un maschio. Che figura avremmo fatto?». È successo dieci anni fa. Forse qualcosa è cambiato.

IL BUCATO DI TOTTI

«Mai come ora si parla di inclusività», spiega Maurizio Cutrino, presidente di Assogiocattoli. «Oltre ai vip, anche ore e ore di *Masterchef* e altri cooking show hanno contribuito a sdoganare l'immagine degli uomini ai fornelli, così diventa normale regalare anche ai maschietti piatti e pentoline, che

ormai si trovano in colori neutri. Ma è evidente che dietro c'è altro».

Certo, il merito non è solo di Cracco&Co se un bambino si sente libero di giocare in cucina senza essere preso in giro. È in corso un cambiamento culturale a cui hanno contribuito diversi fattori: il #MeToo, i libri che puntano

sull'empowerment femminile – da *Storie della buonanotte per bambine ribelli* (Mondadori) a *Belle forti* (Il Castoro) – divenuti dei successi editoriali. Un'altra spinta è arrivata dalla moda, che ha trasformato la fluidità di genere in un trend anche per il settore junior, e dalla pubblicità: lo spot del detersivo con Francesco Totti che carica la lavatrice è la sintesi perfetta di un mondo tradizionalmente maschile che espugna una roccaforte femminile, quella del bucato, senza che nessuno ci faccia caso. È il riflesso di ciò che

accade in alcune delle nostre case, dove i padri cominciano a occuparsi dei lavori di cura insieme alle madri. Insomma, il mercato cambia con la società, e così lo spazio per giocattoli sessisti si fa sempre più ristretto tra gli scaffali dei negozi.

NUOVE EROINE CRESCONO

«Negli Anni '90, con il boom delle tv commerciali, nelle pubblicità veniva accentuata la distinzione di genere per avere un target preciso a cui rivolgersi, ma oggi quel gap non funziona più», sostiene la sociologa Luisa Stagi, autrice di *Pink is the new black. Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia* (Rosenberg & Sellier). «Oggi gli studi di marketing hanno dimostrato che la netta divisione a cui eravamo arrivati, rosa e bambole per le femmine contro blu e macchinine per i maschi, non è più attuale, non attrae chi compra».

La Lego, per esempio, ha eliminato dalle confezioni ogni etichetta riferita a "maschio" o "femmina" e lo ha fatto alla luce di un sondaggio commissionato dalla casa danese all'associazione no profit fondata dall'attrice Geena Davis, il *Geena Davis Institute on Gender in Media*, secondo cui mentre le ragazzine non hanno problemi a giocare con i mattoncini, oltre il 70 per cento dei bambini teme di essere preso in giro se usa giocattoli da femmina. «Quando il maschio sconfina nel femminile scende nella gerarchia sociale, perché viene associato a qualcosa di debole. E da qui nasce la derisione».

«I giochi che vanno per la maggiore oggi», fa notare Cutrino, «sono ispirati a film e fumetti di super eroi dove sono comparsi nuovi ►



Megan Fox, 35, con i figli Noah, oggi 9, vestito da Elsa, e Bodhi, 7. Di fianco, il primogenito di casa Ferragni, Leone, 3, gioca con la bambola.

la regina del ghiaccio che ha stregato le bambine, ma anche i maschietti, di tutto il mondo. Come il comico norvegese Ørjan Børøe e suo figlio, che qualche anno fa hanno spopolato in rete con il video in cui, vestiti da Elsa, cantano e ballano sulle note di *Let it go*, entrando nel regno incantato delle principesse, sogno da sempre riservato solo alle bambine. «Finalmente!», esulta Cristina, che ricorda l'imbarazzo creato dalla richiesta del figlio di ricevere una cucina con annessa lavatrice rosa: «L'abbiamo accontentato, ma mio

Cristina dice: «Mio marito era imbarazzato a regalare la cucina a nostro figlio». Succedeva dieci anni fa: oggi molto è cambiato

STORIE

personaggi, donne forti e determinate, come *Black Widow* della Marvel. Lei è una davvero tosta, nessun maschio oserebbe darle della femminuccia».

IL PROBLEMA SONO I GRANDI

«Siamo noi adulti, cresciuti con la netta distinzione tra giochi da maschi e giochi da femmina, a creare il problema, perché di natura i bambini sono investigatori di genere», sostiene Stagi. «Abbiamo fatto una ricerca in alcuni asili e abbiamo osservato che, se lasciati soli i piccoli si intrattenevano con qualsiasi cosa, bambole o trenini, ma non appena si accorgevano di essere osservati dalla maestra smettevano, addirittura si nascondevano».

I genitori poi esercitano sulle scelte dei figli una pressione che non è da meno: i pedagogisti concordano sul fatto che il gioco permette di indagare sulla propria personalità, di conoscere e scoprire se stessi.

«Anna passa ore a fare esperimenti con "Il piccolo chimico" che il fratello non ha mai usato. In tutta franchezza non so se noi genitori avremmo pensato a comprarlo per lei», racconta Claudia che, da quando è in smart working, ha modo di vedere i figli giocare il pomeriggio. Mentre Adriana, avvocatessa divorzista consapevole di quanto la disparità di genere pesi sulla felicità di coppia, è stata sempre ben attenta a non trasmettere questo pregiudizio ai suoi bambini: «I miei tre figli maschi hanno avuto sempre bambola e carrozzina, uno di loro ha addirittura smesso di andare in passeggino nel momento in cui gli ho regalato un bamboletto da portarci in giro».

UN FUTURO GENDER NEUTRAL

Il processo è avviato. Alcuni paletti stanno cadendo, ma qualcuno ne rimane ancora da abbattere. Facendo una ricerca nei maggiori negozi online di giocattoli, "genere" come categoria si trova ancora,

Ciccibello: anche per futuri papà

CICCIABELLO STA PER COMPIERE 60 ANNI e non li dimostra. Il suo viso tenero venne disegnato da uno scultore, Silvestro Bellini, che si ispirò al volto di un neonato di Bergamo, la sua città. Nel 1962 la bambola arrivò nei negozi italiani per la prima volta, per poi essere esportata in Francia, Belgio e Gran Bretagna, arrivando fino in America, Russia e Giappone. La sua piccola magia interna fu una grande novità tecnologica per quei tempi:



Tre versioni del Ciccibello: classica, cinese e con la pelle nera. A destra, il negozio Giochi Preziosi in piazza Duomo, a Milano.



è la stessa, seppur con una tecnologia più evoluta, che affascina ancora oggi: il meccanismo che fa piangere il bamboletto in modo così realistico da risvegliare le premure dei bambini, che si precipitano a coccolarlo e dargli il ciuccio. Un classico che vende circa 500mila pezzi l'anno e rimane al passo con i tempi.

«Il tema del prendersi cura è sempre attuale e molto amato dai piccoli», spiega Enrico Preziosi, presidente di Giochi Preziosi, che ha appena aperto un negozio in piazza Duomo a Milano con un corner dedicato alla storica bambola. «Ciccibello è il gioco dell'affetto per eccellenza, e come tale è un'occasione per accompagnare i più piccoli, bimbe e bimbi, in ogni passo della loro crescita. È una bambola rassicurante che rappresenta la tradizione e il desiderio di occuparsi del proprio bebè, sprigionando la naturale creatività dei bambini e portandoli a inventare ogni giorno situazioni diverse».

In quasi 60 anni di storia ne sono state create tante versioni: Angelo Azzurro, Angelo Nero, Indiano, Esquimese in abbinamento a un'iniziativa umanitaria in favore di Emergency, Primi Passi, Pipi e Rockstar, oltre a Ciccibello Bua con sciroppo e punture per far passare la febbre e Gioca con me che parla e interagisce. Insomma, oggi come allora, rimane un ottimo esercizio per chi vuole imparare a fare la mamma, e anche il papà. Perché prendersi cura non è una questione di genere.

anche se un po' rivista: in un sito diventa "regalo per lui" e "per lei", altrove accanto alle voci "maschio" e "femmina", hanno aggiunto "unisex", a cui corrispondono puzzle o qualche pupazzo, mentre Amazon divide solo per fasce d'età.

Ma, come spesso accade per tutto quello che riguarda i bambini, le cose migliori sono quelle spontanee, lontane dalle forzature degli adulti. E i dati lo confermano: «I giocattoli più venduti al momento sono quelli *gender neutral*, cioè concepiti per unire e non per dividere le persone, come

i giochi da tavolo e le costruzioni che vanno per la maggiore quest'anno», racconta Cutrino. «Per non parlare dei peluche, che dopo la pandemia hanno avuto un incremento quasi del 90 per cento».

Al di là di ogni considerazione, il vero auspicio per il prossimo Natale è che andate oltre gli stereotipi di genere non sia solo una tendenza, ma una riflessione su come i futuri uomini e donne, attraverso il gioco, costruiranno la società, rendendola un luogo dove ognuno è libero di esprimersi come vuole.

F