



ANGELO MONNE

La biologia non giustifica i giocattoli di genere

Cordelia Fine, *New Scientist*, Regno Unito

La distinzione tra giochi per maschi e giochi per femmine è sempre più marcata ma non ha nessun fondamento scientifico, sostiene la psicologa Cordelia Fine

Ripresa da una videocamera nel “corridoio rosa” di un negozio di giocattoli statunitense, la piccola Riley, di cinque anni, si chiede: “Perché tutte le femmine devono comprare cose rosa e tutti i maschi devono comprare cose di colori diversi?”

La sua critica appassionata al redditizio mercato dei giocattoli di genere, caricata su YouTube, è stata vista da oltre quattro milioni di utenti. Riley non è l'unica a pensarla così. Anche ad alcune associazioni, tra cui la britannica Let toys be toys, non piace che produttori e negozianti abbiano via via limitato gli interessi delle bambine alla ristretta sfera compresa tra i due pilastri rosa della femminilità, “prendersi cura” ed “essere carine”, mentre riservano ai maschi il più vasto spettro “di colori diversi”.

Dopo la pubblicazione di titoli come *The*

brilliant boys' colouring book (Il libro da colorare per bambini intelligenti) e *The beautiful girls' colouring book* (Il libro da colorare per bambine belle), la campagna di Let toys be toys si è estesa anche ai libri.

Gli effetti dannosi di questo tipo di mercato – che comunque è solo uno dei tanti fattori che influenzano i più piccoli – potrebbero essere molto diffusi e profondi. È un mercato che polarizza i bambini nei rispettivi stereotipi. Non solo perché presenta macchinine, armi e costruzioni come giocattoli “da maschio”, mentre quelli simbolo della vita domestica e della bellezza sono “da femmina”. Ma anche perché i giocattoli per i maschi promuovono competizione, controllo, azione e dominio, mentre quelli destinati alle femmine incoraggiano cooperazione e assistenza. Questi stereotipi di genere, acquisiti in tenera età, sono alla base di pregiudizi ben documentati contro la presenza delle donne in sfere e ruoli tradizionalmente maschili e impediscono agli uomini di assumersi più responsabilità nella vita domestica e di trarne gratificazione.

È vero, finora non esistono ricerche che riconducano il mercato dei giocattoli e dei libri di genere alla successiva discriminazione occupazionale o alla condivisione

delle faccende domestiche. Gli esperti del settore, però, direbbero che gli effetti sono tutt'altro che insignificanti, perché i bambini sono le vittime di una delle forme di stereotipo di genere più implacabili del ventunesimo secolo.

Differenze innate

Un'obiezione comune mossa a chi si batte per un mercato più neutro è che i giocattoli rifletterebero differenze innate. Perfino le scimmie avrebbero preferenze di giochi legate al genere. A quanto pare tra i neonati, non ancora influenzati dalle forze della socializzazione di genere, i maschi preferiscono guardare le giostrine e le femmine le facce, come vuole lo stereotipo. Questi risultati, però, sono meno convincenti di quanto sembrano. Se la preferenza delle femmine di macaco per gli animali impagliati dimostra che la passione per le bambole è “innata”, cosa dire del fatto che, in un altro studio, il gioco preferito dei maschi di cercopiteco verde era un cane impagliato, con cui hanno giocato più a lungo che con una macchinina? Gli esperimenti recenti, più rigorosi dal punto di vista metodologico rispetto allo studio delle giostrine e delle facce condotto sui neonati, non hanno riscontrato differenze di genere nella tendenza a guardare oggetti e volti. Sia maschi sia femmine preferivano guardare i volti.

Gli esperti di psicologia dello sviluppo sanno che i bambini sono ben consapevoli dell'importanza attribuita ai generi e sono interessati a scoprire cos'è “da maschio” e cos'è “da femmina”. Appena capiscono di quale versante del grande spartiacque di genere fanno parte, più o meno fra i due e i tre anni, entra in azione la nota dinamica di norme, preferenze del gruppo di appartenenza (*ingroup*) e pregiudizi verso il gruppo di non-appartenenza (*outgroup*).

Quando chi accompagna Riley osserva con tono rassicurante “Se i maschi vogliono comprarsi una cosa rosa possono farlo, giusto?”, ha ragione solo nel senso che, tecnicamente, se un uomo vuole, può indossare un vestito da donna al lavoro. Il mercato dei giocattoli e dei libri di genere non crea stereotipi, ruoli e norme, ma li rafforza. Pur essendo redditizio, ha un costo sociale e la scienza non offre il conforto morale di una spiegazione biologica. ♦ *sdf*

Cordelia Fine, dell'università di Melbourne, è autrice del saggio *Delusions of gender: the real science behind sex differences*.