



# Il genere in gioco

Uno sguardo ludico-critico verso  
la consapevolezza degli stereotipi



**POLITECNICO DI MILANO  
SCUOLA DEL DESIGN  
DESIGN DELLA COMUNICAZIONE  
LAUREA MAGISTRALE**

**ANNO ACCADEMICO 2010/2011  
RELATORE MARESA BERTOLO  
CORRELATORE VANESSA DE LUCA**

**VALERIA PROSPERI  
722908**

# Il genere in gioco

Uno sguardo ludico-critico verso  
la consapevolezza degli stereotipi

# Indice

## **ABSTRACT**

Parte prima - Femminismo, stereotipi e problematiche di genere

### **1. FEMMINISMI**

- 11 Perché parlare di problematiche di genere e femminismo
- 12 Il femminismo storico
- 15 Femminismi contemporanei

### **2. CONDIZIONAMENTI CULTURALI E STEREOTIPI**

- 20 Costruzione delle identità di genere e degli stereotipi
- 22 Dalla parte delle bambine, condizionamenti negli anni settanta e condizionamenti attuali
- 39 Stereotipi

### **3. IL GENERE: NATURA E CULTURA**

- 47 Il ruolo sociale
- 49 Differenza biologica
- 55 Psicologia della personalità
- 59 Natura e cultura, femminile e maschile

#### **4. UNO SGUARDO ALL'ITALIA DI OGGI**

- 61 Il gender gap
- 64 Lavoro di cura e lavoro salariato
- 74 Uomini
- 78 Diritti
- 79 Iniziative politiche e istituzionali

#### **5. STEROTIPI NELL'IMMAGINARIO CULTURALE**

- 85 Fumetto
- 90 Letteratura
- 91 Animazione
- 94 Cinema
- 97 Pubblicità
- 100 Televisione
- 103 Videogiochi
- 108 Giochi da tavolo

## Parte seconda - Gioco e critica sociale

### **6. IL GIOCO**

- 115 Il gioco
- 117 Gioco e cultura
- 120 Esperienze artistiche e gioco come critica
- 130 Critical play e spazio domestico
- 137 Gioco e gender studies
- 144 Giochi sperimentali sulle problematiche relative al genere

### **7. GIOCHI SOVVERSIVI**

- 149 Political games, subvergames, persuasive games
- 152 Political games versus serious games
- 155 Principi per l'empatia
- 156 Meccaniche di gioco e tecniche utilizzate
- 160 Giochi da tavolo politici e sovversivi

## Parte terza - Il progetto

### **8. GAME DESIGN DOCUMENT**

- 167 Finalità del progetto
- 168 Reazione emotiva prevista e risultati auspicati
- 172 Tipologia di gioco
- 173 Elementi
- 190 Meccaniche di gioco
- 192 Gameplay

194 **SCHEDE DEI CASI STUDIO**

210 **INDICE DELLE IMMAGINI**

212 **RIFERIMENTI**

# Abstract

Questa tesi nasce con lo scopo di indagare le problematiche di genere ed individuare le ripercussioni degli stereotipi femminili e maschili nel vivere quotidiano, e di conseguenza proporre una strategia di sensibilizzazione, individuando l'esperienza ludica come strumento finalizzato alla consapevolezza: il rifiuto dei modelli di genere precostituiti e la condivisione degli strumenti critici per leggere la realtà possono essere una spinta verso una sovversione comunicativa.

Il lavoro di tesi si divide complessivamente in tre parti.

Durante la ricerca bibliografica attinente al genere è stato riscontrato come la tematica sia ampia e difficilmente circoscrivibile: la mia indagine si è svolta su tematiche di natura sociologica quali femminismo, condizionamenti culturali, costruzione delle identità di genere, ruoli sociali, costruzione degli stereotipi nell'immaginario, gender gap in Italia, campagne di comunicazione e pratiche di attivismo contemporaneo. Da tali studi mi è risultato evidente come l'immaginario popolare sia ancora fortemente stereotipato nella rappresentazione del femminile e del maschile: in modo particolare mi sono interessata alla permanenza degli stereotipi ed al loro peso nel vissuto quotidiano degli individui, con ripercussioni che portano a discriminazioni in ambito lavorativo e non, ed al coinvolgimento degli uomini nella questione delle differenze di genere, da troppo tempo vista come "questione femminile".

Nella seconda parte del mio percorso ho individuato gli strumenti più idonei alla comunicazione di queste tematiche: ho scelto di adottare un approccio ludico-critico, andando ad approfondire la riflessione sul legame tra gli stereotipi di genere e la disciplina dei Games Studies. Studi e ricerche evidenziano come i giochi possano veicolare messaggi importanti, farsi portatori di filosofie di vita nei loro sistemi di rappresentazione e soprattutto nella meccanica di gioco. Il gioco può

essere un eccellente veicolo per l'attivismo e la critica politica e sociale, può offrire una visione critica del mondo a partire da una manipolazione consapevole delle stesse meccaniche ludiche: stile, regole di progresso, contesto di gioco, scenari rappresentati, paradigmi di vittoria e sconfitta evidenziano possibilità, limitazioni e convenzioni.

La terza parte, quella conclusiva, riguarda il progetto che ho elaborato a partire dalle conoscenze teoriche sul tema e dall'analisi delle esperienze ludico-critiche analizzate. L'intenzione è quella di spingere gli utenti a *mettere in gioco* le proprie convinzioni e la propria visione del mondo: la finalità del progetto non è solo di intrattenere ma anche di veicolare un messaggio "serio" e dissonante, che incoraggi a riflettere e a ragionare con altri punti di vista. Un gioco da tavolo mi è sembrato il mezzo più adatto a mettere in scena alcune situazioni critiche incontrate: problemi legati all'appartenenza al genere maschile o femminile sul posto di lavoro. *Rigenerati!* infatti offre una rappresentazione di uno spaccato della società in cui le relazioni sono complesse e le regole spesso non evidenti. Attraverso meccanismi che avvantaggiano un genere piuttosto che un altro, che facilitano i percorsi se si aderisce a determinati standard imposti (i quali corrispondono ai modelli ed ai ruoli prestabiliti dalla società e dalle istituzioni) si evidenziano e si esasperano le contraddizioni e le disuguaglianze.

Fare esperienza della diversità e provare a contrastare dei meccanismi ingiusti all'interno di un gioco, oltre che essere divertente, risulta più efficace del leggere un'analisi complessa, per la natura difficile ed articolata del problema in esame e per l'avversione provata da tanti individui verso tali questioni. Con un approccio contestualizzato, fortemente ironico e provocatorio si prova a far riflettere, far parlare, far scontrare gli individui che si troveranno insieme per giocare a *Rigenerati!*.





# **PARTE PRIMA**

Femminismo,  
stereotipi e  
problematiche  
di genere



## CAPITOLO 1

## Femminismi

## PERCHÉ PARLARE DI PROBLEMATICHE DI GENERE E FEMMINISMO

Negli ultimi decenni si è assistito all'omologazione femminile al modello maschile e si sente superficialmente declamare l'attuazione della cosiddetta parità (che, a mio parere, così concepita invece di assicurare pari diritti garantisce alle donne il doppio lavoro), ma non è nemmeno iniziata l'assunzione da parte dell'uomo dei compiti "femminili" o la scelta di professioni finora ritenute "da donne". Si recrimina la scarsa presenza di donne in attività e carriere tradizionalmente maschili, come quelle tecniche e scientifiche, ma il contrario non viene preso in considerazione.

Dalla fine della prima decade del Duemila, la cosiddetta questione femminile è riemersa nelle cronache, nei libri, nelle discussioni intellettuali: in alcuni casi per una "denuncia del tramonto delle differenze"; in altri, per l'altrettanto angosciata consapevolezza di una nuova e violentissima ondata di misoginia; infine, nel 2010 per le vicende politiche protagoniste della cronaca. Le differenze di genere, intese come espressioni di strutture valoriali, sistemi di significati, di relazioni economiche e di potere, costituiscono un tema di primaria rilevanza, al centro di un rinato dibattito sia nell'ambiente scientifico sia in quello istituzionale e politico. In questa prospettiva è necessario avviare una riflessione

sistematica che consenta di decifrare le divisioni, le segmentazioni e qualche volta le esclusioni basate sulle differenze di sesso e di orientamento sessuale che ancora oggi strutturano una parte rilevante della nostra vita pubblica e privata.

Dopo sessant'anni di lotte, conquiste, evoluzioni all'interno della società, i discorsi sull'emancipazione femminile sono divenuti molto più sofisticati e complessi rispetto all'urgenza con cui agirono i movimenti di liberazione.

Parlare di subordinazione femminile ad oggi potrebbe sembrare un lamento fuori del tempo: qualcosa di patetico, di disturbante, di pietosamente passato di moda. Negli anni delle grandi rivendicazioni era opinione diffusa che ciò su cui occorreva concentrarsi erano gli obiettivi concreti, la parità reale su carta: professione, diritti civili, stipendio. Forse in passato non si è insistito abbastanza sul fatto che insieme agli uomini andava risolta la questione dei simboli, delle immagini e delle relazioni fra i generi così come venivano rappresentati nella cultura popolare, tentando di creare direzioni nuove ed educando ad interpretare le storie che ci circondano.

Ho ritenuto importante concentrare la mia attenzione, nel lavoro di tesi, su una tematica che risulta controversa, poco conosciuta, per alcuni versi "scomoda", ma estremamente rilevante nel vissuto quotidiano di tutti

gli individui, proponendomi di usare gli strumenti del design della comunicazione per evidenziare i punti critici della problematica e proporre delle strategie di comunicazione e soprattutto sensibilizzazione che tengano conto della molteplicità degli approcci teorici e siano fortemente provocatorie, incoraggino un processo di critica e stimolino l'interesse verso la questione del genere.

### IL FEMMINISMO STORICO

Con il termine femminismo, generalmente, si intende un movimento politico, cultura-

le e sociale che pone in discussione i rapporti di potere tra i sessi. Non avrebbe alcun senso tentare di dare una definizione univoca del femminismo, che per sua natura comprende movimenti e riflessioni spesso discordanti e in contrasto, ed il rischio è quello di banalizzare un tema che è invece estremamente complesso.

Propongo qui un'analisi della situazione attuale, costruita anche sulla conoscenza storica, che aiuti a comprendere l'urgenza di interventi odierni di comunicazione.

Il femminismo si pone come obiettivo il pro-

blema del superamento delle contraddizioni di un sistema sociale che produce l'oppressione sessista, mirando quindi all'**eliminazione dei ruoli sessuali imposti**.

Il movimento femminista, nato storicamente durante il diciannovesimo secolo con la richiesta di pari dignità e diritti per la donna, è venuto alla ribalta internazionale negli anni sessanta del Novecento, con l'intento di modificare radicalmente la divisione sessuale dei ruoli maschili e femminili e quindi di rimettere in discussione tutti gli aspetti del vivere associato; queste teorie hanno in effetti influenzato in parte il pensiero politico, e



## Rivendicazioni e conquiste delle donne



1944

nascita UDI  
Unione Donne Italiane



1945

piena cittadinanza



1946

DIRITTO DI VOTO  
esercitato per la prima volta nel referendum  
che ha decretato la nascita della  
Repubblica Italiana



1960

PARITÀ SALARIALE  
eliminazione dai contratti collettivi nazionali  
di lavoro delle tabelle remunerative differenti  
per uomini e donne



1971

MATERNITÀ  
tutela delle lavoratrici dipendenti  
(diritto di astenersi dal lavoro, trattamento  
economico e divieto di licenziamento)



1971

ASILI NIDO  
istituzione degli asili nido per favorire la  
permanenza delle donne nel mondo del  
lavoro

la società che nel corso degli ultimi decenni è stata attraversata da profondi cambiamenti. Tuttavia, il femminismo resta un fenomeno poco conosciuto, non studiato nelle scuole e soggetto esso stesso a critiche, pregiudizi e stereotipi (basti pensare all'immagine censoria e bigotta cui molti ragazzi, e soprattutto molte ragazze, usano oggi associare il movimento delle donne).

Movimento complesso ed eterogeneo, il femminismo si è sviluppato con caratteristiche proprie a seconda dei paesi e delle epoche. Al suo interno coesistono posizioni e approcci teorici diversi, tanto che alcune studiose, te-

oriche e militanti femministe parlano di *femminismi*.

Parlando di femminismo ci si può riferire: alla posizione di chi sostiene **la parità politica, sociale ed economica tra i sessi**, ritenendo che le donne siano state e siano tuttora, in varie misure, discriminate rispetto agli uomini e ad essi subordinate; alla convinzione che **il sesso biologico non dovrebbe essere un fattore pre-determinante che modella l'identità sociale o i diritti socio-politici o economici della persona**; al movimento politico che ha rivendicato e rivendica pari diritti e dignità tra donne e uomini e che

- in vari modi - si interessa alla comprensione delle **dinamiche di oppressione di genere**.

Può essere utile ribadire alcuni principi fondamentali. Ecco ciò che afferma Diego Giacchetti, noto storico, a proposito del femminismo e degli anni delle rivendicazioni.

« Venivano per conquistare il diritto ad uscire di casa, a frequentare amici e sale da ballo, a sposarsi quando volevano loro e con chi volevano, ad avere un lavoro indipendente, a poter frequentare le scuole per accedere ai vari gradi



1974

DIVORZIO

vittoria del No al referendum popolare per l'abrogazione della legge (del 1970)



1975

NUOVO DIRITTO DI FAMIGLIA

parità tra uomini e donne nell'ambito familiare: la potestà sui figli spetta a entrambi i coniugi



1975

nascita CONSULTORI FAMILIARI



1978

ABORTO

Norme per la tutela sociale della maternità e sull'interruzione volontaria della gravidanza (prevenzione delle gravidanze indesiderate e lotta all'aborto clandestino)



1996

VIOLENZA SESSUALE

non è più un delitto contro la morale, bensì contro la persona

In queste pagine: 1.1 Manifestazione femminista per l'occupazione; 1.2 Tessera dell'UDI (Unione Donne in Italia) del 1949; 1.3 Manifesto del Movimento di Liberazione della Donna



1.1

dell'istruzione. Venivano da un percorso formativo nel quale emancipazione e liberazione si mescolavano ponendo, assieme e contemporaneamente, il tema dell'eguaglianza con l'uomo e quello della differenza della donna.

La rivolta delle donne negli anni Settanta era il risultato di una sedimentazione di rabbie, inquietudini, malesseri esistenziali, vissuti nella solitudine della famiglia, che avevano caratterizzato la gioventù nel decennio precedente, evidenziando un protagonismo giovanile di genere femminile che fondava quella che si può definire la storia doppia di una generazione, quella degli uomini e quella delle donne.

La pratica intrapresa dalle giovani donne in rivolta portò alla costituzione di gruppi di autocoscienza. Partirono dalla riflessione sulla propria esperienza, per socializzarla, per darsi una coscienza collettiva di genere e scesero in campo contro costumi, usanze e abitudini vecchie e opprimenti, svelarono i limiti di una sessualità pensata e praticata solo al maschile, condussero una battaglia per i diritti civili: in primo luogo [in Italia] la difesa delle legge sul divorzio nel 1974, che il referendum voluto dai cattolici e dai conservatori non riuscì ad abolire; poi una lunga, faticosa lotta contro l'aborto clandestino e per una maternità consapevole e scelta dalla donna, che portò all'approvazione di una legge che legalizzò l'aborto nel 1978.<sup>1</sup> ➤➤

Lo studioso descrive quindi il femminismo come un percorso lungo ed articolato che partendo dalla domanda "Che valore ha essere donna?" si fonda sul passaggio dall'individuale al collettivo e sulla presa di coscienza di sé.

Si distinguono storicamente due fasi successive. Il femminismo della prima ondata, o **dell'uguaglianza**, caratterizzato dalla rivendicazione dei diritti, in particolare del diritto al voto e del diritto al lavoro, profondamente influenzato dal testo di Simone De Beauvoir *Il secondo sesso*, che viene pubblicato nel 1949 segnando una tappa fondamentale. Il cosiddetto femminismo della seconda ondata, o **della differenza**, si afferma invece a partire dagli anni settanta e costituisce «il primo momento politico di critica storica alla famiglia e alla società»<sup>2</sup>. Un movimento che rivendica la differenza come arma di difesa contro il tentativo di definire giuridicamente la donna pari all'uomo ma asservendola a più alti livelli: «la donna è l'altro rispetto all'uomo e l'uomo è l'altro rispetto alla donna» e liberarsi non vuole dire accettare la stessa vita dell'uomo, che «è invivibile», ma esprimere il suo senso dell'esistenza: «il mondo dell'eguaglianza è il mondo della sopraffazione legalizzata, dell'unidimensionale. L'uguaglianza tra i sessi è la veste in cui si maschera oggi l'inferiorità della donna»<sup>3</sup>.

Autocoscienza, rifiuto di pregiudizi e tabù sessuali, autodeterminazione, ribaltamento dei ruoli, sessualità femminile sono tra le parole chiave che possono essere usate per descrivere i femminismi. Nasce un



1.2

nuovo modo di “fare politica” partendo dal punto più lontano dalla politica (il corpo, la sessualità, la vita intima) per rimettere in discussione tutta la società con obiettivo finale non il cambiare la realtà ma cambiare il proprio rapporto con la realtà.

Il sogno femminista è quello di «una società androgina senza genere [...] nella quale l'anatomia di una persona sia irrilevante per stabilire cosa si deve fare e con chi si deve fare l'amore»<sup>4</sup>.



1.3

## FEMMINISMI CONTEMPORANEI

Donna Haraway, studiosa e pioniera del cosiddetto cyborg-femminismo, afferma che «nella realtà odierna chiamarsi femminista e voler affermare il proprio femminismo è divenuto difficile, perché nominarsi significa anche escludere e le identità sembrano essere contraddittorie e parziali. Lo stesso “essere donna” oltre a costituire una categoria molto

«Venivano per conquistare il diritto ad uscire di casa, a sposarsi quando volevano loro e con chi volevano, ad avere un lavoro indipendente, a poter frequentare le scuole»

Diego Giachetti, storico





In queste pagine: 1.4 copertina del documentario *Il corpo delle donne*; 1.5 e 1.6 immagini provocatorie contro il ritocco fotografico dei corpi femminili nella comunicazione ed il loro utilizzo strumentale tratte dal blog *la rete non è neutra*

LORELLA  
ZANARDO  
IL CORPO  
DELLE DONNE

complessa, costruita in base a discorsi scientifici sul sesso e su pratiche sociali discutibili - non è sufficiente a creare un legame con le altre donne, come dimostrano le divisioni tra le femministe stesse»<sup>5</sup>.

Comunemente si tende a pensare il femminismo come un qualcosa di legato al passato o si sente banalmente affermare che “il femminismo è morto” ma l’unica certezza è che i femminismi odierni sono qualcosa di difficilmente descrivibile poiché in continua evoluzione, eterogenei, frammentati, che inglobano idee, soggettività ed iniziative profondamente diversi e a volte in contraddizione.

Come già detto è arduo delineare un quadro esaustivo di un fenomeno così ampio; proverò quindi a mettere insieme qualche tassello e tracciare un filo conduttore nel panorama di movimenti, collettivi, iniziative che si incontrano sotto il denominatore comune di attenzione e sensibilità per le questioni femminili e di genere, con la consapevolezza che la ricostruzione sarà parziale e tenderà all’evidenziazione di quelli che sono gli aspetti a mio parere più interessanti dal punto di vista della comunicazione e dell’azione. Solo mostrando la molteplicità degli approcci si può comprenderne la potenzialmente straordinaria forza penetrativa.

Accanto a tradizioni storiche come quella portata avanti dal gruppo della Libreria delle Donne di Milano, si incontrano gruppi di ricerca, **monitoraggio e sensibilizzazione** verso questioni specifiche come ad esempio il progetto *Il corpo delle donne* di Lorella Zanardo, che denuncia la scomparsa dalla tele-

visione delle donne vere e di come siano state sostituite da una rappresentazione grottesca, volgare e umiliante o la campagna *IO NON CI STO agli stereotipi*<sup>6</sup>, che si propone di abbattere le gabbie degli stereotipi di genere presenti sui media.

Inoltre si possono rintracciare pratiche quotidiane di migliaia di donne che a loro modo fanno rete contro la violenza e contro il sessismo (rete familiare, affettiva, di amicizie, così come rete tra gruppi, associazioni e collettivi). Va sottolineato come la rete Internet al giorno d’oggi, con la proliferazione di blog, forum, portali sia uno strumento efficace di diffusione di nuovi paradigmi comunicativi e strumento di aggregazione di realtà dislocate sul territorio nazionale ed affini per intenti. Le tecnologie che hanno modificato le modalità di accesso e produzione di conoscenza e informazione (è sufficiente pensare a come il *citizen journalism* abbia cambiato l’idea di giornalismo) stanno mutando il modo di far politica, dove per politica si intende interesse e partecipazione alla vita della collettività, in una prospettiva dal basso.

Si incontrano navigando quindi realtà piccole e grandi, in collaborazione o in competizione, che portano avanti il discorso femminista. Le esperienze a mio avviso più interessanti sono:

- *Femminismo a Sud* (femminismo-a-sud.noblogs.org) - blog collettivo antisessista, antifascista, antirazzista; punto di riferimento per la comunicazione di attività, iniziative, riflessioni nate all’insegna dell’attivismo

politico, ormai rete e punto di incontro di collettivi e gruppi auto-organizzati di tutta Italia;

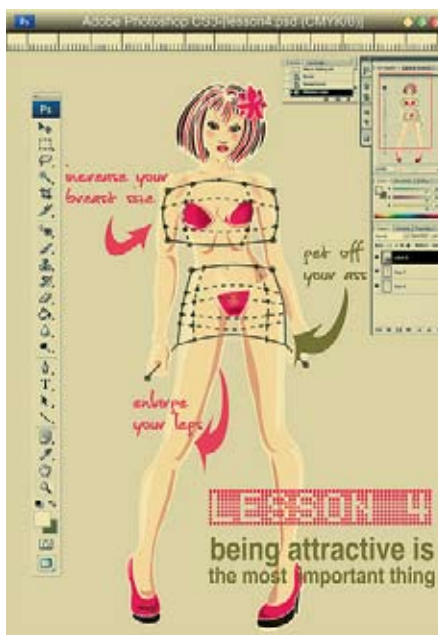
- *Un altro genere di comunicazione* (<http://comunicazionedigenere.wordpress.com/>)-blog dove vengono raccolte segnalazioni di sessismo all'interno di campagne pubblicitarie, ed in generale dei mezzi di comunicazione, che spesso trasmettono messaggi svilenti e volgari, incapaci di descrivere una realtà moderna, dove i ruoli di genere sono profondamente cambiati;

- *La rete non neutra* (<http://la-rete-non-neutra.noblogs.org/>) – blog e osservatorio su linguaggi e comportamenti discriminatori nella rete. Ha finalità simili al caso precedente ma più orientate a segnalare linguaggi e comportamenti discriminatori in rete. Vi si trovano informazioni interessanti riguardo al rapporto tra donne e nuove tecnologie.
- *Xxdonne* (<http://www.xxdonne.net/>)-blog e rivista mensile online che tratta di donne, femminismo, discriminazione di genere

- *Donne Pensanti* (<http://www.donnepensanti.net/>)-portale che si propone di contrastare la visione univoca e l'omologazione del femminile, ridando voce alla complessità del reale. Sono in corso vari progetti fra cui una community che “metta in rete il maggior numero possibile di persone, facilitando lo scambio di competenze per creare una dimensione partecipativa della cittadinanza reale e esercitare collettivamente lo spirito critico per sviluppare anticorpi necessari agli stereotipi che hanno a che fare con l'immagine femminile”



1.5



1.6



1.7 logo del collettivo bolognese SexyShock



Un'attenzione particolare merita la più provocatoria delle esperienze esaminate, il collettivo *SEXY SHOCK*, donne "mediattiviste" che si propongono di lavorare sulla comunicazione per stravolgere gli stereotipi, decostruendo il linguaggio e lavorando sulla produzione mediatica della rappresentazione della soggettività femminista, del corpo e del desiderio. Il loro focus si pone infatti sulla liberazione della sessualità e la produzione di una pornografia al femminile.

È interessante esaminare il manifesto delle donne mediattiviste, che ribadisce la necessità di combattere gli stereotipi e le banalizzazioni, mettendo in discussione la "cultura di massa", criticandola e stravolgendone e decostruendone il messaggio, cogliendo le opportunità offerte dalle nuove tecnologie per produrre una comunicazione non omologata che rappresenti la nuova soggettività femminista.

Dal Manifesto delle donne mediattiviste:

« La semplificazione è efficace, perché comprensibile, ma se si accompagna alla costruzione di stereotipi scivola nella banalizzazione riducendo la complessità delle vite (e dei corpi) in ruoli e modelli stereotipati come forma pubblicitaria ma anche di pratica "militante": riconoscere e riconoscersi in uno stereotipo, che sia un modello estetico, un ruolo, un desiderio, una pratica o un'opinione, è rassicurante, precorre l'idea di un comportamento vincente, perché di massa e quindi "normale". La diffusione della pratica mediattivista e l'accessibilità a tecnologie mai prima d'ora

“possibili” rimette tutto in discussione. Non solo nei termini di produzione e diffusione di immaginari e linguaggi, ma anche nei termini di rapporti di forza con i media mainstream.

La proliferazione di immaginari e la condivisione degli strumenti critici per leggere le “informazioni” sono una strategia efficace per **contrastare la banalizzazione prodotta dallo stereotipo e disaccare il modello/pensiero unico**.

La comunicazione diventa centrale, genera processi di costruzione degli immaginari, accompagna e interpreta i cambiamenti sociali e proprio per questo dobbiamo “metterci le mani” stravolgendone gli stereotipi. Si possono esercitare pressioni sull’immaginario prodotto dal media mainstream e il linguaggio che utilizza, decostruirlo per aprirne un altro. È necessario quindi cogliere questa opportunità per lavorare sulla produzione mediatica della rappresentazione della soggettività femminista, del corpo e del desiderio e non a caso sono tante le forme di resistenza e di autorganizzazione che le donne hanno messo in campo attivando processi e azioni collettive attraverso l’uso creativo, condiviso e consapevole delle tecnologie, dal video al computer. Con l’apporto delle nuove e più economiche tecnologie e l’attitudine hacking anche un terreno scivoloso come quello della pornografia storicamente maschile si è modificato nella produzione e nella fruizione diventando frontiera di sperimentazione da un punto di vista di gene-

re nella rappresentazione del corpo e della sessualità delle donne.<sup>7</sup> >>

A riaffermare come primo obiettivo dei femminismi contemporanei il superamento di stereotipi culturali e sessisti sono anche le responsabili del blog *La rete non è neutra* che affermano: «Riteniamo necessaria una azione collettiva di **sovversione comunicativa**, con pennarelli, striscioni, dibattiti e una produzione alternativa che proponga un’altra estetica più affine a noi. Perché a noi non interessa coprire le donne, ma ci interessa che possano continuare a spogliarsi senza dover indossare il burqa di una estetica imposta, contraffatta dai programmi di grafica, non corrispondente al 95% della popolazione mondiale. Rimuovere un cartello non è come modificarlo, farlo diventare veicolo di un messaggio ulteriore. Serve una offerta alternativa che modifichi l’immaginario e che orienti la cultura in senso differente. Serve il coinvolgimento in azioni dirette di tutte le donne e gli uomini che sono stanchi e stanche di vedersi rappresentati in modo sbagliato, non corrispondente alla realtà, per motivi commerciali. [...] Molto più fruttuoso riempire le strade, le riviste, la televisione, il web di altri contenuti. Molto più fruttuoso sfruttare un logo esistente per sovvertirlo e farlo diventare suo malgrado veicolo di un messaggio completamente diverso»<sup>8</sup> Questa tendenza del femminismo contemporaneo alla **sfida degli stereotipi culturali** e al rifiuto dei modelli di genere precostituiti introduce alla questione fondamentale di sesso e genere e di costruzione dei generi sessuali.

#### Note

1. Brano dello storico Diego Giachetti riportato nella cartella stampa del film *Vogliamo anche le rose* di Alina Marazzi, anno 2007, produzione MIR Cinematografica
2. Accardi C., Banotti E., Lonzi C., *Manifesto di Rivolta Femminile*, Rivolta Femminile, Roma, 1970
3. Lonzi C., *Sputiamo su Hegel. La donna clitoridea e la donna vaginale*, Milano, Rivolta Femminile, 1974
4. Rubin G., *The Traffic in Women. Notes on the "Political Economy" of Sex*, Monthly Review Press, New York, 1974
5. Haraway D., *Manifesto Cyborg. Donne, tecnologie e biopolitiche del corpo*, Feltrinelli, Milano, 1985
6. Iniziativa di protesta in reazione alla trasmissione televisiva *La pupa e il secchione*, promossa a partire dall’aprile 2010 da Maria Grazia Verderame, Francesca Sanzo, Giorgia Vezzoli, Lorenza Garbolino
7. Mediattivismo, articolo del 2008 pubblicato sul sito del collettivo Sexyshock, <http://isole.ecn.org/sexyshock/xbiotech.htm>
8. Dal primo post pubblicato sul blog *La rete non è neutra*, <http://la-rete-non-neutra.noblogs.org/>

## CAPITOLO 2

## Condizionamenti culturali e stereotipi

## COSTRUZIONE DELLE IDENTITÀ DI GENERE E DEGLI STEREOTIPI

Mentre gli individui, nella loro quasi totalità, si distinguono biologicamente secondo il sesso, ossia secondo le due categorie di maschi e femmine, il genere è «**l'insieme dei processi di adattamento, modalità di comportamento e di rapporti, con i quali ogni società trasforma la differenza sessuale biologica in prodotti dell'attività umana**»<sup>1</sup>.

Si tratta del risultato di un processo storico che ha per conseguenza l'attribuzione, all'interno della società, di determinati ruoli in base al sesso di appartenenza. Attraverso l'educazione impartita fin dall'infanzia ci si aspetta che ogni individuo si identifichi con il ruolo assegnatogli – riconosca cioè la sua *identità sessuata* nel ruolo – e onori le aspettative relative assumendo i comportamenti corrispondenti.

Nell'ultimo ventennio, per impulso del femminismo e degli studi delle donne, il discorso sul genere ha raggiunto uno spessore epistemologico che investe ogni campo del sapere. Prima di esaminare le teorie degli esperti di sociologia e psicologia della personalità sono necessarie alcune premesse e riflessioni.

Si può affermare che, sulla base di una antica distinzione tra chi produce cibo e chi cresce i

figli, la società organizza e produce modelli di relazioni sociali tra donne e uomini che comprendono la famiglia, le classi sociali ed ogni forma di organizzazione e di struttura occupazionale. A loro volta, per sostenere questi modelli relazionali, donne e uomini si differenziano e riproducono le loro differenze attraverso meccanismi di controllo familiare e sociale, come la religione, il linguaggio, l'educazione, la cultura. **Il genere è talmente pervasivo che ci sembra naturale anziché costruito.**

In sociologia e pedagogia, l'americana Nancy Chodorow e l'italiana Elena Giannini Belotti hanno spiegato fin dall'inizio degli anni Settanta il meccanismo di trasmissione delle caratteristiche di genere. Nella nostra cultura i generi vengono assegnati su basi biologiche a seconda del sesso maschile o femminile; ma dal punto di vista della socializzazione di un individuo i sessi sono quattro o sei, a seconda che le persone adulte seguano l'orientamento ricevuto nell'infanzia o non lo seguano, come i travestiti, i transgender o i transessuali. I nostri pregiudizi di genere si rivelano ogni volta che non riusciamo ad inquadrare una persona nella categoria di genere appropriata, appunto nel caso di persone che rifiutano etichette omologanti. Questo fenomeno investe anche l'organizzazione e la trasmissione del sapere. In quanto parte di una struttura sociale prescrittiva, il genere è strettamente collegato a modelli di dominio e subordinazione che includono sia la divisione del lavoro domestico e salariato, sia il controllo del corpo femminile. In tutte le società il genere si coniuga variamente con altri fattori, tra cui classe, razza,

«È più facile  
spezzare un atomo  
che un pregiudizio»

Albert Einstein

2.1 Immagine di sensibilizzazione contro gli stereotipi di genere



RIGENERIAMO IMMAGINARI

2.1

etnia, preferenza sessuale, età, costituendo un complesso sistema di stratificazioni sociali collegato al potere, al prestigio, alla ricchezza.

Nella discussione femminista sulla differenza sessuale, il concetto di genere è stato sottoposto a un approfondimento tale che dal suo primitivo significato di semplice distinzione di sesso – il genere *maschile* e *femminile* – si è

arricchito di rappresentazioni derivate dalla sessualità, dalla razza, dalla posizione sociale, dalla cultura, dalla psicologia. Un primo risultato di analisi femminista è stato quello di concepire il genere quale «marchio della donna, il segno della sua differenza: una differenza sessuale che sottendeva un insieme di tratti caratteriali derivanti dal sesso anatomico e dal destino biologico, e comportava la subordina-

zione all'uomo»<sup>2</sup>.

La scrittrice italiana Teresa De Lauretis, studiosa di semiotica, psicoanalisi, teoria del cinema, femminismo e studi queer, introduce il concetto di **tecnologie del genere**, ovvero forme culturali – quali il linguaggio, la filosofia, la religione, la letteratura, le arti visive e i media – che alimentano e costruiscono il genere insieme con le forme istituzionali del diritto, della

Nella pagina accanto: 2.2 immagine contro lo sfruttamento del corpo femminile

scuola, della famiglia. Il genere, pertanto, non è una semplice derivazione del sesso biologico, ma è una rappresentazione discorsiva e ha una natura artificiale. Ma il genere appartiene alla realtà concreta del singolo individuo e diviene auto-rappresentazione e componente dell'identità individuale: «il soggetto si *ingenera*, si produce in quanto soggetto nell'assumere, nel fare proprie o nell'identificarsi con gli effetti di senso e le posizioni specificate dal sistema sessuale di una data società»<sup>3</sup>, tanto più quanto maggiormente egli è soggetto alle tecnologie di genere.



### DALLA PARTE DELLE BAMBINE, CONDIZIONAMENTI NEGLI ANNI SETTANTA E CONDIZIONAMENTI ATTUALI

Per fornire un quadro più ampio della questione può essere utile tracciare un parallelismo tra un testo fondamentale degli anni Settanta, *Dalla parte delle bambine* di Elena Giannini Belotti, che per la prima volta raccontò di come l'educazione sociale e culturale all'inferiorità si compisse nel giro di pochi anni, dalla nascita all'ingresso nella vita scolastica, e la rilettura odierna, *Ancora dalla parte delle bambine*, in cui la scrittrice Loredana Lipperini argomenta le sue ricerche e riflessioni su una società mutata che mantiene, nonostante le apparenze, gli antichi stereotipi, analizzando i contesti in cui le bambine sviluppano la loro personalità: **la famiglia, la scuola, il mondo dei media, l'immaginario di libri e cartoni animati.**

La tesi fondamentale del testo della Belotti è che i comportamenti differenziati non siano di origine biologica e innata, ma frutto dei condizionamenti sociali e culturali cui i bambini vengono sottoposti fin dalla nascita. L'operazione da compiere non è quella di tentare di formare le bambine a immagine e somiglianza dei maschi, ma di **restituire a ogni individuo che nasce la possibilità di svilupparsi nel modo che gli è più congeniale, indipendentemente dal sesso cui appartiene.**

Già nel 1869 John Stuart Mill per primo mise in discussione il concetto di "natura

femminile” con il quale venivano contrabbandati quei caratteri ritenuti peculiari della donna, per dimostrare invece come essi fossero il logico prodotto di un preciso contesto storico, culturale e sociale. La studiosa ritiene sia necessario giungere ad una conoscenza della donna che non sia il riflesso della visione che l'uomo ha di lei.

La cultura alla quale apparteniamo, come ogni altra cultura, si serve di tutti i mezzi a sua disposizione per ottenere dagli individui dei due sessi il comportamento più adeguato ai valori che le preme conservare e trasmettere. L'obiettivo di identificazione di un bambino col sesso cui è stato assegnato si raggiunge molto presto, e non ci sono elementi per dedurre che questo complesso fenomeno abbia radici biologiche. Il saggio nasce dall'osservazione diretta del bambino dalla nascita in poi e analizza il comportamento degli adulti nei suoi riguardi, i rapporti che si stabiliscono con lui nelle varie età, il tipo di richieste che gli vengono fatte e il modo in cui si pongono, le aspettative di cui si carica il fatto che appartenga ad un sesso piuttosto che a un altro, gli sforzi che fa per adeguarsi a queste richieste e aspettative, le gratificazioni e i rifiuti che riceve a seconda che vi aderisca o meno. I luoghi dove questa ricerca è stata condotta sono la famiglia, i nidi, le scuole materne, elementari e medie. Loredana Lipperini sulla scia di tali analisi conduce la sua indagine negli stessi ambiti, focalizzandosi inoltre sui media contemporanei come televisione, videogiochi, blog.

La parità di diritti con l'uomo, la parità salariale, l'accesso a tutte le carriere sono, sulla



2.2

carta, già stati offerti alle donne nel momento in cui l'uomo l'ha giudicato conveniente. Resteranno però inaccessibili alla maggior parte di loro finché non verranno modificate le strutture psicologiche che impediscono alle donne di desiderare fortemente di farli propri. Sono queste strutture psicologiche che portano la persona di sesso femminile a vivere col senso di colpa ogni suo tentativo di inserirsi nel mondo produttivo, a sentirsi fallita come donna se vi aderisce e a sentirsi fallita come individuo se invece sceglie di rialzarsi come donna.

L'autrice afferma: «**I pregiudizi sono profondamente radicati nel costume: sfidano il tempo, le rettifiche, le smentite perché presentano un'utilità sociale.** L'insicurezza umana ha bisogno di certezze ed essi ne forniscono. La loro stupefacente forza risiede nel fatto che non vengono ammanniti a persone adulte che, per quanto condizionate e impoverite di senso critico, potrebbero averne conservato abbastanza per analizzarli e rifiutarli, ma vengono trasmessi come verità indiscutibili fin dall'infanzia e non vengono mai rinnegati successivamente».



Elena Giannini Belotti ritiene quindi che l'individuo interiorizzi i pregiudizi suo malgrado e di tale pregiudizi sia vittima sia colui che li formula sia colui che ne viene colpito e bollato.

Primo pregiudizio citato dall'autrice è quello che ritiene che un matrimonio senza figli sia destinato all'insuccesso e la maternità sia l'unica, vera realizzazione possibile per la donna. Cita a sostegno di questa affermazione usanze popolari aventi lo scopo di indovinare il sesso del nascituro, che esaminate tradiscono il desiderio e la speranza che sia un maschio. Questi indizi rappresentano già perfettamente gli stereotipi sessuali maschili e femminili e rivelano «quanto questi siano radicati in noi se tendiamo ad attribuire ai bambini certe caratteristiche considerate tipiche dei due sessi, *prima ancora che nascano*». Il gioco delle aspettative, che sono opposte per i due sessi, comincia proprio qui, prima ancora che i bambini nascano, e non avrà mai fine, poiché da tempo immemorabile **i maschi sono condizionati all'attività e all'aggressività e le femmine alla passività e alla remissività**, affermando che si tratti di un fatto naturale legato alla biologia dei due sessi. Il maschio è il preferito: il maschio è considerato per quello che *sarà*, la femmina per quello che *darà*. L'autrice sottolinea come «mentre la realtà sociale cambia con sempre crescente rapidità, le strutture psicologiche dell'uomo maturano con estrema lentezza.»

Considerando le notevoli differenze con la società contemporanea, possiamo in ogni caso sottolineare come alcune valutazioni siano attualissime.

Esiste quindi un “**sistema condizionato**”, una serie di simboli di cui un esempio è il corredo di colori diversi (moda che la Belotti indica nata nel 1929 col primo fiocco). L'identità sessuale deve essere acquisita dal bambino attraverso la cultura propria del gruppo sociale cui appartiene e il modo più sicuro perché il bambino la raggiunga è di assegnargli il suo sesso attraverso atteggiamenti e modelli di comportamento che non permettano equivoci. «Va fatto subito. Più questi modelli sono differenziati per maschi e femmine, più il risultato appare garantito, per cui fin dalla primissima infanzia si elimina tutto ciò che può renderli simili e si esalta tutto ciò che può renderli differenti».

Evidenziando quella che è la modalità di conservazione del sistema patriarcale l'autrice sottolinea il condizionamento del modello dominante: «Farà la femmina a sua immagine e somiglianza secondo il modello approvato dal maschio. Farà il maschio secondo il modello cui ha avuto tutto il tempo di adeguarsi durante la sua infanzia, adolescenza e giovinezza».

Elena Giannini Belotti evidenzia alcuni tipici atteggiamenti discriminatori nell'educazione dei figli sin da quando sono neonati. Il modo in cui le mamme allattano è differente, le mamme sono più severe con le bambine e più indulgenti con i maschi ed il risultato è che frequentemente la stima di sé è scarsa nelle bambine e spesso eccessiva nei bambini. Le bambine solo apparentemente sono incoraggiate all'autonomia: «da loro si esigerà solo un certo tipo di autosufficienza, quella cioè che prevede di non dipendere dagli altri per





2.4



2.5

i piccoli fatti quotidiani di carattere pratico, ma di dipenderne completamente per quanto riguarda scelte più ampie come l'autorealizzazione e di porre il più presto possibile le proprie energie psichiche al servizio altrui».

La studiosa, nelle sue indagini e sessioni di osservazione diretta, riscontra anche una diversa "educazione alla pulizia": si lascia più facilmente nudo un maschio che una femmina perché in essa si tende a installare fin dall'inizio l'"innato" **senso del pudore**. La Belotti riconduce tali atteggiamenti ad un altro pregiudizio diffuso individuato: il maschio è dotato per natura di istinti sessuali più potenti di quelli della femmina e le sue attività erotiche devono essere tollerate se non incoraggiate.

Questa credenza si ricollega al concetto di aggressività, da sempre descritta come caratteristica mascolina: il maschio è ipertonico e la femmina ipotonica. L'unica aggressività

concessa alle bambine è quella "femminile": l'auto-aggressività, il pianto prolungato, l'autocompassione. Il maschio spacca-tutto è ampiamente accettato, in fondo ci si compiace che lo sia, la femmina spacca-tutto non lo è affatto, la sua curiosità, la sua vitalità spaventano.

E qui la riflessione della studiosa assume la forma di una vera e propria denuncia: «La maggior parte delle bambine è vittima di interventi repressivi quando il temperamento innato le porta ad essere diverse dallo stereotipo femminile imposto. Sono proprio queste bambine, così ricche di vitalità e curiosità, così avidi di vita, tese alla conquista del mondo circostante e della propria autonomia, a essere destinate a combattere fin da piccolissime vere e proprie battaglie con le madri, e con scarse possibilità di uscirne vincitrici.»

Dall'osservazione della pedagoga risulta che ad un anno bambini e bambine ama-

In queste pagine: 2.3 giocattoli differenti destinati a bambini e bambine; il corredino rosa e celeste per i neonati; pittogrammi in "atteggiamenti maschili e femminili"

no, scelgono e si dedicano alle stesse attività. Le differenze non sono molto evidenti e se ci sono bisognerebbe chiedersi se sono dovute al sesso o al temperamento innato di ognuno (si presentano spesso differenze di comportamento più marcate tra bambini dello stesso sesso che tra bambini di sesso diverso e questo è tanto più vero quanto più i bambini sono piccoli). Il **civettare** ad un anno di età è comune ai due sessi, ma al maschio non si danno risposte positive a tali atteggiamenti, mentre la compiacenza e la condiscendenza dell'adulto insegnano alla bambina che adottando simili atteggiamenti ottiene molto di più che non pestando i piedi incollerita o chiedendo dignitosamente e correttamente le cose che desidera: «impara a dire "non lo so fare" o "mi aiuti?" condita da grazia e garbo e questo meccanismo lei lo userà tutta la vita pagandolo con l'assenza di autostima e il senso di frustrazione.»

Dopo l'analisi di situazioni educative e



2.6

formative familiari che, si potrebbe contestare, sono sempre estremamente variabili e soggette ai condizionamenti dipendenti da ceto sociale, contesto geografico e periodo storico, Elena Giannini Belotti esegue un'accurata analisi dei giochi e della letteratura per l'infanzia. Tenendo presente che il testo risale al 1973, riscontriamo molte affinità con lo scenario attuale descritto da Loredana Lipperini.

Nel bambino la tendenza a giocare è certamente innata ma i modi in cui il gioco si



2.7

esprime, le sue regole, i suoi oggetti sono indubbiamente il prodotto di una cultura. Nei primissimi anni di vita solitamente le bambole vengono date alle bambine, gli animali ad entrambi. Successivamente si insisterà perché le bambine continuino a giocare con le **bambole**, poiché questo gioco viene considerato un vero e proprio addestramento alla futura funzione materna, mentre il maschietto che dovesse manifestare preferenze di questo tipo ne verrà dissuaso e spinto verso giochi aggressivi e competitivi, e ciò si verifica, in misura minore, ancora oggi.

Fino all'età di 5-6 anni bambini e bambine amano allo stesso modo giochi di imitazione delle attività casalinghe, poi per le bambine si renderanno automatiche certe prestazioni e l'aiutare la mamma nelle attività diventerà parte della vita quotidiana. Nei giochi dei bambini e nell'uso che essi fanno dei giocattoli è più evidente che mai la riproduzione della realtà sociale in cui vivono. I giocattoli sono nettamente differenziati: per le bambine la grande maggioranza prevede il governo della casa e la cura della propria bellezza. Solitamente i giochi, solitari o di gruppo, delle bambine sono rituali, ripetitivi, costrittivi; in ciò Elena Giannini Belotti individua un aspetto generalizzato del perfezionismo ansioso che prende il posto dell'aggressività compressa e inibita a manifestarsi. La repressione del movimento è più accentuata a carico delle bambine, questo significa che la curiosità e la possibilità di fare esperienze delle bambine sono meno soddisfatte e meno stimolate e ciò rappresenta un grosso impedimento alla utilizzazione da parte loro degli stimoli offerti dall'ambiente e allo sviluppo dell'intelligenza creativa. Tale restrizione è accompagnata da un maggior rispetto per il gioco maschile ed un maggior rispetto per il loro ozio; questo atteggiamento persisterà nell'età adulta: il momento in cui un uomo è libero dal lavoro è sacro per tutta la famiglia.

È d'obbligo sottolineare come "l'essere dalla parte delle bambine" non significhi denunciare i danni alla personalità delle bambine: **anche il bambino è impoverito, danneggiato e la sua personalità deformata.**

Elena Giannini Belotti evidenzia come: «Ogni

condizionamento sessuale vive a patto che nell'altro sesso ne venga provocato uno opposto. La superiorità e la forza di un sesso si reggono esclusivamente sulla inferiorità e debolezza dell'altro. Se si smette di insegnare al maschio a dominare e alla femmina ad essere dominata possono fiorire inaspettate e insospettite espressioni individuali molto più ricche ed articolate dei ristretti e mortificanti stereotipi. I bambini hanno un bisogno enorme di sentirsi accettati, il conformismo è loro necessario perché hanno bisogno di regole e modelli che li rassicurino. La bambina vivace, creativa, piena di energie quando si misura nei giochi di forza dei maschi prova sempre un sottile senso di disagio e di colpa, oscuramente sa di non essere approvata. Nessuno si rallegrerà che lei sia combattiva, coraggiosa, indipendente: preferiranno che sia docile, conformista, pavida e ipocrita, salvo poi rimproverarglielo. Lo sviluppo femminile può essere definito una frustrazione permanente.»

La tipizzazione dei sessi non cerca di preparare i bambini ai loro ruoli di futuri genitori, ma di preparare le bambine al ruolo di mogli e madri e i maschietti al loro avvenire di detentori del potere. In cambio del loro autocontrollo alle bambine si offrono compensi allettanti all'apparenza ma che si risolvono in vere e proprie limitazioni alla realizzazione di sé come individuo: **la valorizzazione della bellezza, la cura attenta ed eccessiva dell'aspetto esteriore, l'incoraggiamento al narcisismo**, maggiori possibilità di manifestare la propria emotività. Secondo la studiosa tutto questo ha ben poco di autentico.

Non c'è luogo dove le bambine non ricevano

In queste pagine: 2.6 e 2.7 giochi differenti destinati a bambini e bambine; 2.8 aspettative riguardo il ruolo futuro dei bambini



in ogni momento la conferma che le si preferisce stupide. Quando vi sono donne intelligenti si dice che “hanno i testicoli” e si dirà che intelligenza e desiderio di autoaffermazione sono espressione della loro competitività nei confronti del maschio e se non saranno belle si dirà anche che hanno potenziato la loro intelligenza per compensare la loro difficoltà di mietere successi con gli uomini. Saranno le “invidiose del pene”, colpevoli dell’anomalia di essere più intelligenti di molti uomini che le detesteranno e le eviteranno in quanto colpevoli di non essere “oggetti”.

Il bisogno di classificare in qualche modo gli esseri umani sceglie sempre la classificazione più evidente (il sesso, la razza, l’età, la religione), quella già accettata dal costume antico di millenni. La prima e fondamentale è quella per sessi: è una forma di razzismo ma con apparenze di una naturalezza tale da non suscitare nessun dubbio che sia scorretta o ingiusta.

Elena Giannini Belotti pone quindi l’accento sulla libertà che si dovrebbe concedere ai bambini di scegliere secondo i propri personali bisogni di individuo, invece di pretendere che aderiscano per forza agli stereotipi inventati dalla nostra cultura e che **sacrificano senza alcuno scopo positivo qualità ed energie umane preziose, che possono appartenere indifferentemente all’uno come all’altro sesso.**

Passiamo adesso a prendere in esame le riflessioni di Loredana Lipperini esposte in *Ancora dalla parte delle bambine*. Agli strumenti concreti in uso trent’anni fa

per modellare la mente delle bambine, tutti sopravvissuti – letteratura per l’infanzia, libri scolastici, giornali, fumetti, pubblicità, televisione - l’autrice aggiunge l’analisi minuziosa della rete Internet, oggi entrata di uso comune fin dall’infanzia: i blog, i forum, le chat, i diari on line, i videogiochi, i personaggi virtuali. I quali senza eccezioni, spingono le bambine e le preadolescenti a concentrare la loro attenzione in maniera ossessiva unicamente sul proprio aspetto fisico, sulla bellezza, sul corpo. Si è tornati con grande disinvoltura, come se non fosse mai stato detto niente in proposito, a ridurre l’individuo di sesso femminile ad un assemblaggio di pezzi di carne privo di umanità, intelligenza, razionalità, dignità, volontà, consentendogli l’unico **obiettivo di piacere all’uomo e di conquistarsi con ogni mezzo il principe azzurro, ribadendo una dipendenza psicologica e affettiva dal maschile** che cancella ogni altro progetto di vita. L’intelligenza, la lucidità, la volontà e il coraggio delle donne incutono ancora paura, e uno dei sistemi più diffusi per svilirle è ignorare o svalutare queste qualità per divergere l’attenzione sull’aspetto fisico: le gambe, la scollatura, l’acconciatura, l’abbigliamento.

La Lipperini ipotizza che forse, mentre si discute di quel che l’umanità ha perduto quando “le signore hanno lasciato il ragù per i consigli di amministrazione”, nel mondo delle masse sta invece accadendo tutt’altro. Nel suo saggio presenta i risultati di una lunga immersione nel mondo dell’immaginario popolare, che solitamente si considera non rilevante ai fini dell’interpretazione culturale e che invece forma una cultura perché veico-

lato nei prodotti a larga diffusione: in modo particolare nei prodotti destinati all’infanzia. Per capire cosa sta succedendo oggi alle donne occorre sapere cosa è successo alle bambine. La **re-genderization**, il ritorno ai generi, è già in atto, dalla metà degli anni novanta, nella produzione e diffusione di giocattoli, programmi televisivi, libri, film, cartoni. La parola *ritorno* non sancisce semplicemente una differenza, ma determina, ancora oggi, la premessa di una subordinazione.

Scriva la giornalista americana Ariel Levy, autrice di *Sporche femmine scioviniste*: «È così che funziona il Sistema. Questi sono i nostri modelli di riferimento. È così che funzionano l’alta moda e la bassa cultura, l’atletica e la politica, la televisione, la pubblicità, la musica pop e la medicina, e, tenetevi forte, entrarne a far parte ti rende una donna forte, ti dà potere. Siccome abbiamo stabilito che le donne emancipate devono **proporsi pubblicamente e dichiaratamente come oggetto di desiderio**, e siccome l’unico segno di desiderabilità che siamo in grado di riconoscere è un’esplicita allusione agli spettacoli a luci rosse, abbiamo convertito tutta la nostra cultura alla squallida estetica di un Penthouse, di uno strip-club».

Nel cinema, in televisione, nei fumetti, la tensione di genere sembra arrivata al massimo. E mentre la rappresentazione simbolica viene esasperata nell’immagine, nei fatti le donne continuano a fare da spalla. Dietro al reggiseno a vista e alle labbra gonfie che anche la più intelligente delle ospiti di un dibattito si sente, a differenza dei colleghi maschi, obbligata a esibire, c’è il malinteso concetto

2.9 Un bambino che non si adegua alle aspettative sociali (frame dal film *Billy Elliott*)

2.9

per cui un individuo che ha raggiunto la presunta liberazione dagli stereotipi possa usare i medesimi per divertirsi. Giocare con i simboli, e con gli stereotipi, presuppone una consapevolezza così potente e così granitica del gioco stesso che è molto difficile non restarne scottati. Non si tratta di liberare la pornografia, e tantomeno la sessualità, dalla stretta censoria del femminismo radicale che era arrivato a equiparare la penetrazione maschile allo stupro; paradossalmente, ha quasi il significato contrario: dove si moltiplica a un punto tale l'atteggiamento (e l'abbigliamento) della pornstar si crea una pericolosa illusione. Si fa credere alle donne, cioè, che il proprio potere passi per l'esibizione disinvoltata del proprio corpo e si legittima l'idea di

**usare il corpo come scorciatoia per ottenere un riconoscimento sociale.**

Loredana Lipperini ritiene che il bersaglio dei censori sia sbagliato: «non è il sistema dei media bensì molti dei simboli, dei pensieri, degli stereotipi che circolano al suo interno». Scavando all'interno dei mondi che compongono l'universo di bambini e adolescenti, emerge che una questione apparentemente risolta in pochi anni come l'educazione al genere, e ad un genere subalterno, è ancora apertissima.

«È legittimo chiedersi se stiamo allevando una **generazione di "baby-prostitute"** che vestono come lolite e vivono per le borse di



2.10



2.11

lusso e se l'adorazione verso quelle che diventano famose perché roteano il bacino è il segnale di un cambiamento profondo, che svalluta l'amore in favore del solo sesso. La storditezza generale delle divette di MTV veicola un messaggio determinante, lo stesso che seguono le fatine dei cartoni, lo stesso che ossessiona le piccole anoressiche: bisogna puntare sul corpo, questa è la carta vincente delle donne. La facilità con cui una donna ottiene potere con un altro potere: quello del proprio corpo, ammettendo con candore di non possedere altro».

Al giorno d'oggi le bambine, esattamente come è avvenuto nel corso dei secoli, vengono indotte a **sognare le nozze**. La studiosa ha condotto un esperimento registrando la sequenza degli spot pubblicitari programmati una domenica mattina tra le 9 e le 10 su Italia 1: «adesivi magnetici di *Dragon Ball*: diventa anche tu *Super Saiyan*. Le scarpe di *Barbie*, con in regalo un braccialetto: la protagonista sei tu. Carte di *Yu-Gi-Oh!* espansione Attacco di Neos. I muscolosi mostri *Gormiti* (negli ul-

timi due spot i testimonial o le voci sono solo maschili). Le scarpe *Lelli Kelly*, che ti regalano il porta telefonino rosa luccicante con dentro una trousse di trucchi. La *Barbie principessa*: diventa una principessa anche tu. E infine. Tre bambine vestite da damigelle. Una coppia di sposi: lei è bellissima, lui è grassottello, bruttino ed emozionato. Alla loro immagine si sovrappone quella di *Barbie fiori d'arancio*, di bianco vestita, e di Ken. "E lo sposo, com'è bello!" recita la voce fuoricampo. Al che, le tre bambine scoppiano nella più classica, velenosa, delle risate femminili. Da un lato, dunque, la rappresentazione romantica del matrimonio come il più ambito dei traguardi. Dall'altro, una realtà immutata nei ruoli».

La chiave è nel concetto che la ricerca di marketing chiama *re-genderization*: la società si sta muovendo verso il ritorno ai generi, riconsiderando dunque i diversi valori di cui uomini e donne sono portatori: «Viva la differenza. Gli uomini amano fare gli uomini, e le donne sono divertite dalle differenze. L'affermazione del femminismo ha comportato

In queste pagine: 2.10 e 2.11 fotografie di momenti di gioco ed esaltazione della categorizzazione delle attività in femminili e maschili; 2.12-2.15 sessualizzazione dei bambini nell'advertising



2.12



2.13



2.14

una *diminutio* del ruolo maschile. I media ci ricordano continuamente il successo crescente delle donne nella società di oggi. Leggiamo giorno dopo giorno dell'abilità delle ragazze nella scuola primaria o delle laureate. La corsa delle donne sembra inarrestabile». Questo, come verrà spiegato più avanti, è un trionfo percepito più che reale.

Non si sente più dire che è possibile essere donna senza necessariamente diventare madre.

Gran parte dell'immaginario popolare e del marketing portano esattamente in questa direzione. Poiché la pubblicità non anticipa ma raccoglie quanto già esiste, si può dedurre che nel mondo reale sia ancora profondamente radicata una visione che differenzia i due sessi secondo le antiche simbologie: assegnando **al genere maschile il rischio, l'avventura, l'esplorazione e il dominio del mondo esterno, e a quello femminile la seduzione, gli spazi chiusi, l'esaltazione della propria bellezza.**

Francesca Bellafronte, insegnante di scuola primaria, studiosa della condizione femminile e professoressa di Scienze della formazione presso l'Università di Bologna, fra il 2001 e il 2002 ha intervistato 109 bambini della scuola elementare statale Margherita di Savoia, in provincia di Foggia. I risultati di questa indagine sono raccolti nel testo *Bambine (mal)educate*<sup>4</sup>: intervistando gli alunni di due classi di quarta elementare e di quattro classi di quinta è emerso che bambini di nove-dieci anni maneggiano già la notevole consapevolezza che il loro sesso è stato, nei secoli, determinante per la storia e per la scienza (*inventori, esperti*) e sanno di possedere già la forza che consentirà loro di *proteggere le femmine*.

Bellafronte cita Simone de Beauvoir, quando rimarca, che **«l'amore è solo un'occupazione nella vita di un uomo, mentre per la donna è la vita stessa [...]** La donna amata è solo un valore in mezzo ad altri valori; gli uomini vogliono integrarla alla loro esistenza, non inabissare in lei la loro intera



2.15



### 2.16 sessualizzazione dei bambini



esistenza. Essi desiderano possederla, annetterla, ma rimangono in seno alla loro vita soggetti sovrani»<sup>4</sup>.

Quarant'anni dopo le indagini di Elena Gianini Belotti, si assegnano ai bambini e alle bambine caratteristiche, aspettative, sogni, destini diversi.

Mai come da dieci anni a questa parte l'infanzia è stata in prima fila nell'attenzione e soprattutto nella preoccupazione degli adulti. Il mondo dell'infanzia ci viene presentato come insidiato da mille pericoli (pedofili, Internet, la televisione, il consumismo) e contemporaneamente come insidiatore della tranquillità e dell'autorevolezza. E quello stesso mondo viene vezzeggiato e incitato, infine, ad assumere **atteggiamenti che precocemente imitano il mondo degli adulti in ogni suo aspetto: da quello del consumo a quello della competizione sfrenata a quello del sesso, passando per l'emulazione del narcisismo televisivo.**

Nel mondo del marketing Laura Minestroni, esperta di consumi e di marche, racconta che si sta abbassando l'*entry point*, cioè si abbassa l'età del target. Il *tweening* (adolescenza retrodatata) è il fenomeno per cui i temi, i prodotti, i programmi televisivi apparentemente destinati ai quattordicenni vengono in realtà fruiti dai bambini di otto anni. «Il marketing sostiene che bambini e bambine amano prodotti diversi e necessitano di marketing distinti. A eccezione del cibo, tutti i prodotti sono soggetti alla divisione di genere».

Nel saggio *Spot generation*, la psicologa Fran-

cesca Puggelli spiega come lo sviluppo del concetto di genere avvenga per essere precisi, in tre fasi: fra i 9 e i 12 mesi i bambini individuano come diversi i volti di uomini e donne; intorno ai due anni si riconoscono come maschi o femmine, e a tre attribuiscono un genere alle persone che li circondano, anche attraverso l'abbigliamento o pettinatura. A quattro, sono pienamente consapevoli della propria appartenenza. A cinque, cercano informazioni sui ruoli in famiglia, a scuola, con i coetanei. Così scrive: «I bambini fanno ordine nel loro universo raggruppando in categorie le persone e gli oggetti: in particolare le categorie di maschio e di femmina sono tra le prime a svilupparsi. I bambini elaborano, quindi, stereotipi abbastanza rigidi su come ci si aspetta che si debbano comportare a seconda del sesso di appartenenza: durante la crescita i bambini acquisiscono sempre maggiori conoscenze relative alla società in cui vivono, molte delle quali veicolate attraverso i mass media»<sup>6</sup>.

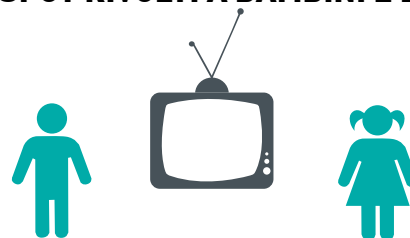
La pubblicità si adegua e rilancia.

Si adegua, perché già a monte i giocattoli e i prodotti per l'infanzia vengono divisi in base al genere, e perché le stimolazioni al ruolo sono già avvenute in famiglia: amplifica il concetto.

Ciò è evidente anche negli spot rivolti ai bambini, ancor più stereotipati nella rappresentazione di genere rispetto a quelli degli adulti, come evidenziato nella tabella qui accanto.

Si può notare come i toni utilizzati negli spot destinati alle bambine siano ancora quelli del sogno, della fiaba, della tenerezza.

## DIFFERENZE NEL LINGUAGGIO PUBBLICITARIO UTILIZZATO NEGLI SPOT RIVOLTI A BAMBINI E BAMBINE



### BAMBINI

#### DESIDERI E DIMENSIONI

- **Avventura**
- **Aggressività**
- **Lotta**
- **Conquista**
- **Violenza**
- **Desiderio di autonomia**
- **Competitività**
- **Emozioni forti**

#### ELEMENTI

- **Allusioni sessuali**
- **Colori saturi**
- **Voci fuori campo come da telecronaca sportiva maschili, sincopate**

### BAMBINE

#### DESIDERI E DIMENSIONI

- **Affetto**
- **Protezione**
- **Sentimenti di maternità/accadimento /nutrimento**
- **Curiosità**
- **Fiaba**
- **Sogno**

#### ELEMENTI

- **Storytelling**
- **Figlio, cucciolo, animale da proteggere**
- **Il cute (tenero)**
- **Seduzione**
- **Jingle**
- **Rime**
- **Colori pastello**
- **Ritornelli**
- **Voci di testa acute, come quelle della mamma col neonato**

Le bambine dunque si osservano nello specchio di una femminilità multipla, ma con due imperativi principali: piacere e accudire.

Fra i grandi marchi un caso esemplare per quello che è il funzionamento della suddivisione in generi è la Disney. Così come le grandi multinazionali dei prodotti di consumo hanno un proprio portafoglio di mar-

che e prodotti divisi per target, Disney ha un vero e proprio portafoglio di personaggi suddivisi per fasce d'età. E poi per gender. La studiosa analizza poi alcuni personaggi che popolano l'universo infantile femminile, dall'intramontabile Barbie alla Bratz, la versione più aggressiva e spogliata.

Di cosa hanno bisogno le bambine e i bambi-

ni? Una tabella utilizzata dal colosso dell'immaginario infantile evidenzia questo: le bambine, dai 2 ai 5 anni, necessitano di fantasia, di imitare la mamma, di abiti per sé e per le bambole. Dai 6 ai 9 anni hanno bisogno di amici. La sigla è EQ vs IQ. Significa privilegiare l'intelligenza emotiva su quella astratta. Cosa che più volte si ripeterà nei confronti di bambine, ragazze, donne. I maschi, invece: dai 2 ai 5 anni aspirano a sentirsi più grandi e necessitano di gioco, di schieramenti netti bene contro male. Amano gli eroi della televisione. Dai 6 agli 11, hanno bisogno di azione: e dunque, di competizione, di film e musica, di videogame e sport. Una distinzione netta e implacabile.

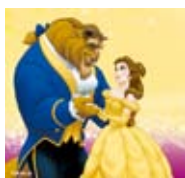
Esaminando la letteratura infantile Elena Giannini Belotti aveva individuato una serie di pregiudizi sessuali alimentati dai libri per ragazzi, nei quali è individuabile uno schema comune: le attività eccitanti sono riservate ai maschietti mentre le femmine sono presentate come creature incapaci o nobili aiutanti. Nella narrativa destinata all'infanzia le figure femminili sono sempre passive e inette, senza scopi e senza ideali, tranne quello di catturarsi un uomo che "le faccia felici per tutta la vita". Nelle favole si individuano due tipologie: le buone e inette e le malvagie; la figura femminile provvista di motivazioni umane che sceglie lucidamente e con coraggio come comportarsi manca del tutto. Se si trattasse di miti isolati sopravvissuti in una cultura che non li fa più suoi la loro influenza sarebbe trascurabile, ma al contrario la cultura è permeata degli stessi valori.

Va notato positivamente come alcune

### TOPOS FEMMINILI NELLA LETTERATURA PER L'INFANZIA

#### FIGURE BUONE E INETTE

in attesa di essere salvate dall'uomo amato: personaggi passivi-ricettivi, privi di ideali



#### FIGURE LEGATE AL SOVRANNATURALE

nobili aiutanti o streghe malvagie: personaggi irreali



## FIABA

### La principessa differente

**N**on molto tempo fa, ed in un luogo non troppo lontano, viveva una principessa che si chiamava Alba Aurora, che aveva dei bellissimi capelli neri di lunghezza media, la lunghezza sufficiente perchè non si incastrassero tra i rami degli alberi su cui le piaceva salire la mattina per vedere l'alba prima di tutti. Alba Aurora era molto delicata e gentile, ma allo stesso tempo molto agile e sportiva, ed adorava andare tutti i weekend a scalare montagne o andare in spiaggia.

Un giorno sentì un rumore sulla sua finestra. “Chi sarà?”, si chiese. Era niente di meno che il Principe Azzurro che veniva a liberarla, così le disse. “Ma a liberarmi da cosa?”, chiese Alba Aurora. “Non lo so”, disse disorientato il Principe Azzurro, “forse da uno stregone malvagio o da un drago arrabbiato o da un orco enorme?”

“Ma io non conosco nessuno stregone malvagio, né un orco enorme e tantomeno un drago arrabbiato! E comunque, se così fosse stato, sicuramente avrei trovato io stessa un modo per liberarmi.”

Il Principe, molto triste per essersi reso conto che non c'era nulla da fare, si apprestò a scendere dalla finestra su cui era salito, ma Alba Aurora gli chiese: “Conosci la muraglia cinese?”. “La muraglia cinese?, ehm no!”, esclamò lui. Non aveva finito la frase che lei lo prese per il braccio, scesero insieme dalla finestra, salirono sulla moto ed andarono insieme a vederla.

Così è come la principessa diversa e il Principe Azzurro si misero a girare il mondo e diventarono amici... Y colorín colorado, este cuento tan sólo ha comenzado.



proprietà della vita scolastica siano mutate nel corso degli ultimi quarant'anni, mentre nelle istituzioni scolastiche degli anni settanta la studiosa individuava come una visione falsa e zuccherosa della maternità si accompagnasse alla visione altrettanto falsa, sentimentale e sdolcinata dell'infanzia, per cui l'unica ritenuta adatta a occuparsi di bambini di quell'età fosse la donna proprio perché

la sua condizione femminile le avrebbe dato le doti "natural" di dolcezza, pazienza, indulgenza, comprensione e l'educazione dei bambini fosse una "faccenda da donne". Nella sua osservazione del contesto scolastico e dei libri di testo Loredana Lipperini afferma che nella scuola italiana l'eredità ottocentesca del libro gratuito è, per paradosso, il male peggiore, perché porta alla formazione "di un oli-

gopolio editoriale, di scarsissimi investimenti culturali e tecnici, di un limitato livello di contribuzione all'elevazione professionale dei docenti". Analizza quindi i contenuti veicolati, soprattutto a bambini fra i 6 e i 10 anni, da un testo di riferimento come quello adottato a scuola, con storie che forniscono modelli in cui è facile identificarsi. Si riscontra in un numero non indifferente di testi scolastici una rappresentazione del femminile falsa, passatista ed offensiva che la studiosa non ritiene innocua, ma al contrario più pericolosa, proprio perché proposta in un contesto autorevole.



Nel 1998 è stato creato *Polite* (Pari opportunità nei libri di testo): sostenuto dalla Commissione europea, è un progetto di autoregolamentazione per l'editoria scolastica per evitare discriminazioni di genere, svolto da settembre 1998 a giugno 2001, coinvolgendo Italia, Spagna, Portogallo ed altre nazioni<sup>6</sup>. Progetto nato dalla considerazione che "la differenza di genere e le sue implicazioni in ambito sociale, economico, ma soprattutto culturale, sono ancora relativamente poco visibili" e che "i cambiamenti del ruolo femminile non hanno ancora, almeno nel nostro paese, significativamente inciso sul piano simbolico dei due generi".

Irene Biemmi, ha scritto *Sessi e sessismo nei testi scolastici. La rappresentazione dei generi nei libri di lettura delle elementari* pubblicata nel 2006 nel "Quaderno n. 29 del Consiglio regionale della Toscana, Commissione regionale pari opportunità donna-uomo". Vi si legge: «Nei testi scolastici c'è una tendenza all'immobilismo, si propongono contenuti culturali spesso più arretrati delle

In queste pagine: 2.18 ragazzine e cura del proprio aspetto; 2.19 vignetta di Mafalda su sogni e casalinghe



2.19

stesse conquiste legislative del paese, della stessa mentalità corrente, del senso comune. Questo vale anche per i modelli di maschio e femmina che sono fortemente stereotipati e mostrano immagini di uomini e donne irrealistiche e ormai superate nella realtà. Si nota soprattutto una discrepanza tra il mondo femminile illustrato nei libri, che ruota attorno ad attività domestiche e alla cura dei figli, e il mondo reale delle donne che per la maggioranza lavorano fuori casa».

Da un lato si stimolano le bambine ad allontanarsi dai ruoli tradizionali, dall'altro si criticano aspramente le donne adulte che tentano di fare la medesima cosa. La contraddizione nasce dal fatto che le donne fungono a loro volta da modello per le bambine quindi queste ultime si trovano di fronte a un vicolo cieco: si chiede loro di essere diverse dal loro principale modello di riferimento.

Lo stesso immaginario limitato si riscontra nella narrativa per l'infanzia in cui l'insistenza sull'associazione simbolica con la magia rimanda a quell'idea di estraneità dalla vita reale che per secoli ha accompagnato le donne e oggi riemerge con forza del tutto nuova. Dove sono le piccole esploratrici, le aspiranti scienziate, le amanti della matematica? Dove sono le bambine brutte?

La Lipperini definisce le riviste per le ragazzine un capolavoro di ipocrisia: «dopo aver impiegato pagine e pagine a invogliare la lettrice a vestirsi bene, a truccarsi, a rendersi bella, le si ricorda che la vera bellezza è quella interiore. Vecchia storia».

Il corpo femminile è diventato centrale nella nostra società e sulle bambine pesa «un atteggiamento di giudizio che automaticamente lega il corpo al valore della persona: le ragazze belle sono quelle che hanno successo». In so-

stanza, quello che viene agitato davanti alle preadolescenti è un modello triplice: le donne magre ed efebiche della moda, quelle formose e pornografiche della televisione e la spinta, in famiglia e scuola, a conciliare le future implacabili esigenze generative con il successo sociale. Innescando quest'ultimo, peraltro, sui «tradizionali valori di condiscendenza e remissività, sulle aspettative di dolcezza e tenerezza e comprensione: e in definitiva con la posizione femminile passiva-recettiva tipica della tradizione del galateo amoroso».

Da sempre esiste una contrapposizione fra donna e madre: è antico, e utile, l'addomesticare e il mitizzare la maternità, facendone qualcosa di separato - in quanto superiore - dalla carnalità della femmina.

Tuttavia anche il porno non dovrebbe essere guardato ideologicamente, come molto femminismo radicale ha fatto, accanendosi

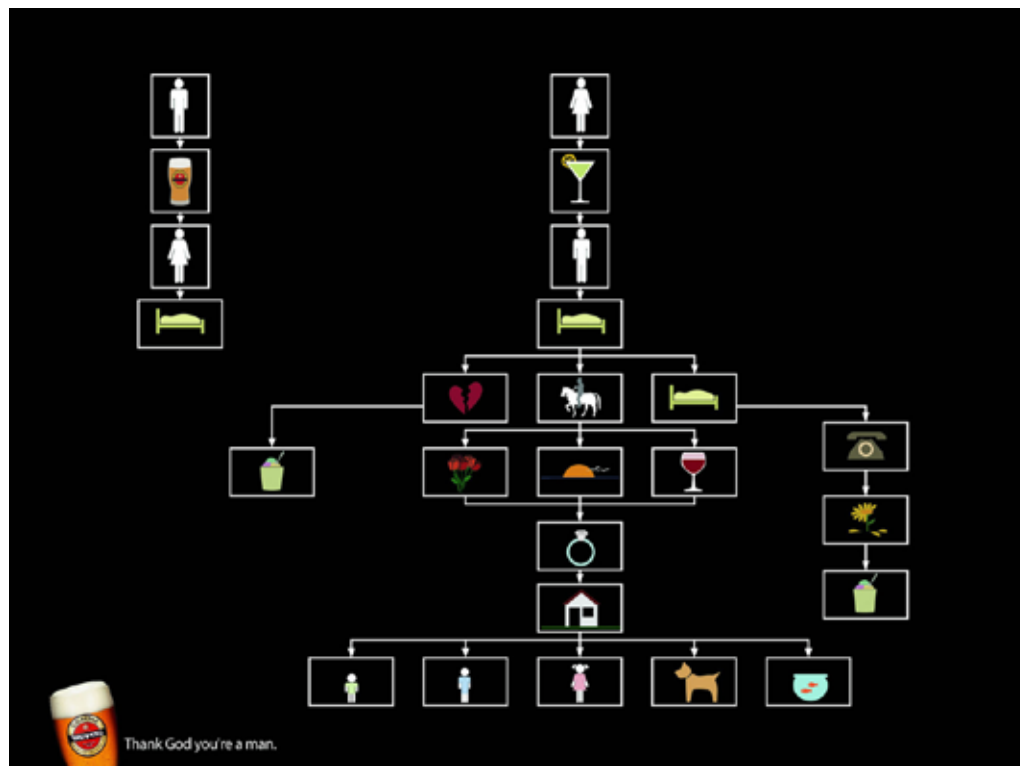
unicamente sull'aspetto di sopraffazione nei confronti del femminile. Il problema è un altro. Il problema è la sessualizzazione esasperata che, certo, coinvolge sia gli uomini sia le donne: ma che rischia di schiacciare nuovamente e sull'antica dicotomia il genere che ha una più lunga, secolare consuetudine con gli stereotipi.

Convivono da una parte l'ossessione al godimento continuo e dall'altra il richiamo alla dignità della donna ed il rischio, sottolineato più volte da Elisabeth Badinter, è quello di soccombere alla contraddizione. Di tornare all'idea di una sessualità femminile sacralizzata, dove l'unico modo di fornire una misura a una società in apparenza sessuomane è quello di opporvi la concezione antitetica. Quella per cui le donne richiedono un sesso *mirato* perché unito al sentimento: il famigerato sesso *al femminile*, fatto, scrive Badinter, della triade nota: "preliminari, durata, sentimento". Dove il sesso, in fondo in fondo, torna a finalizzarsi al concepimento. **Le donne di oggi risultano strette fra la volgarità pubblicitaria, le tentazioni del sentimentalismo più languido e il richiamo alla vocazione materna.**

Il corpo è diventato il centro di tutti i poteri, l'oggetto di tutte le nostre aspettative e ciò ovviamente vale anche per gli uomini. Eve Ensler, autrice de *I monologhi della vagina*, nel suo *Il corpo giusto*, saggio del 2005, evidenzia che per anni si è giustamente sostenuto che il corpo femminile è il luogo dove si esprime il potere e dove il potere, assumendone il controllo, esercita la maggior repressione e che ciò continua tuttora ad avvenire.

Elisabeth Badinter afferma anche: «Alla fine

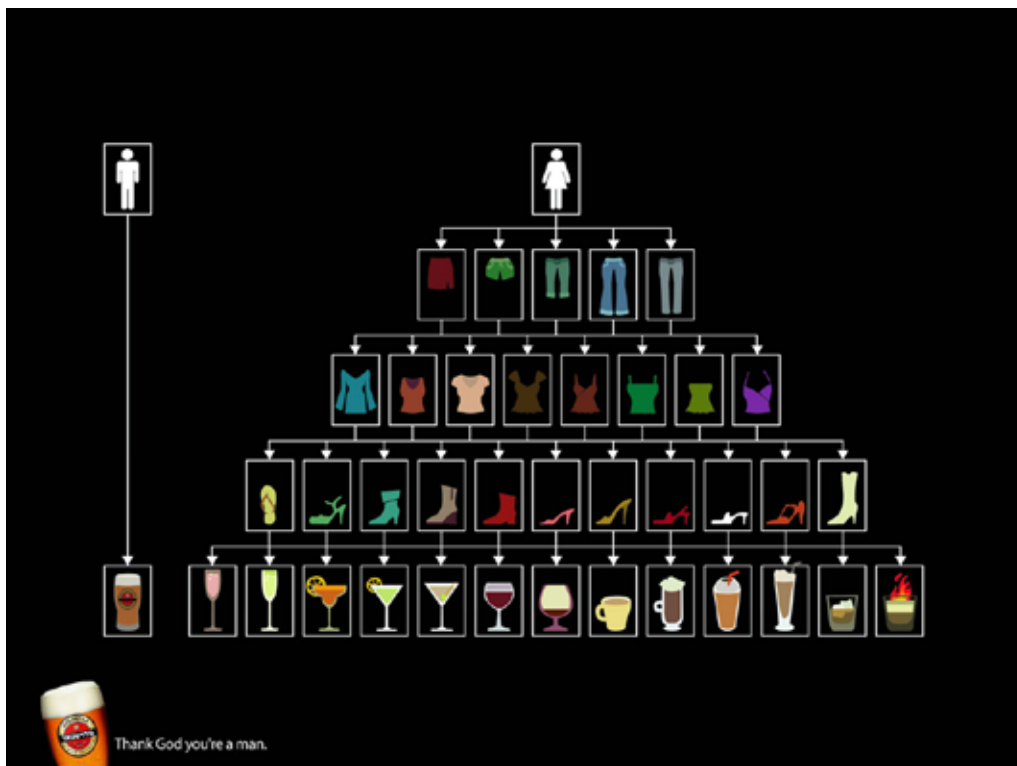
2.20 Advertising della birra Goldstar: gioco degli stereotipi maschili e femminili



2.20

degli anni ottanta un certo numero di femministe ha sostenuto un pensiero che rimetteva la donna, la madre, al centro della famiglia [...]. Non abbiamo despecializzato i ruoli, anzi è stato fatto di tutto per rafforzarli. A metà degli anni ottanta è cominciato il discorso ecologico, sostenuto anche dalle sinistre. Un ritorno alla natura, al biologico, al rifiuto del consumismo, dell'artificiale. E [...], proprio in quel momento, si è ricominciato a parlare dei benefici dell'allattamento al seno, con la benedizione del mo-

vimento delle donne. [...] Fino a metà degli anni ottanta gli psichiatri infantili consigliavano l'allattamento misto, per offrire alla madre una certa libertà e al padre la possibilità di essere più coinvolto nella crescita del bambino, sin dai primi mesi. Oggi la direttiva europea per il personale medico specifica chiaramente che va incoraggiato l'allattamento al seno per almeno sei mesi. Tutto è incentrato sulla differenza biologica, sulla specificità femminile, sulla specializzazione dei ruoli»<sup>8</sup>.



2.21

## STEREOTIPI

Che cosa significano oggi femminilità e maschilità? Quali sono i comportamenti appropriati, accettati e condivisi per un uomo o per una donna? Per rispondere a queste domande, si può partire da alcuni stereotipi di genere, cioè immagini e rappresentazioni comuni e ipersemplicate della realtà che influenzano il pensiero collettivo riempiendo di specifici contenuti le convinzioni e le idee di un

determinato gruppo sociale rispetto a uomini e donne e ai loro rapporti.

L'analisi degli stereotipi fornisce preziosi elementi per comprendere ciò che ci aspettiamo dalle donne e dagli uomini e cosa intendiamo con comportamenti “femminili” e “maschili”. Nel saggio *Le identità di genere*<sup>9</sup> Elisabetta Ruspini si pone una prima domanda: quali mutamenti si sono registrati nel tempo all'interno dei significati culturalmente costruiti

delle differenze sessuali? Per rispondere evidenzia come varie ricerche svolte in contesti territoriali diversificati mostrano una significativa continuità temporale nell'utilizzo di stereotipi connessi all'appartenenza sessuale. In particolare, un confronto tra due di questi studi<sup>10</sup> che hanno analizzato il processo di produzione e l'utilizzo di luoghi comuni (da parte di donne e uomini) nella comunicazione verbale, mostra i risultati illustrati in tabella.





## ANNI SESSANTA



### STEREOTIPI CONNESSI AL MONDO FEMMINILE

- non usano parole aspre e sgradevoli
- parlano molto
- hanno tatto
- sono gentili
- sono molto attente ai sentimenti altrui
- sono molto religiose
- sono molto interessate alla propria immagine
- sono precise e accurate
- sono molto tranquille
- hanno un forte bisogno di sicurezza
- amano l'arte e la letteratura
- esprimono con facilità sentimenti di tenerezza

### STEREOTIPI CONNESSI AL MONDO MASCHILE

- sono molto aggressivi e indipendenti
- non sono per nulla emotivi
- nascondono quasi sempre le proprie emozioni
- sono molto obiettivi
- non si fanno influenzare facilmente
- sono autorevoli
- amano la matematica e le scienze
- non sono facile preda di crisi
- sono molto attivi, competitivi, logici
- si dedicano ai piaceri della vita
- sono bravi negli affari
- sono molto diretti
- sono avventurosi
- riescono facilmente a prendere decisioni
- non piangono
- si comportano da leader
- credono molto in se stessi
- esercitano senza sensi di colpa l'aggressività
- sono molto ambiziosi
- separano facilmente i sentimenti dalle idee
- non sono per nulla dipendenti
- non si preoccupano della propria immagine
- pensano che gli uomini siano superiori alle donne
- parlano senza pudori di sesso con altri uomini



## ANNI NOVANTA



### STEREOTIPI CONNESSI AL MONDO FEMMINILE

- non sono aggressive
- sono tranquille
- sono molto riconoscenti
- amano l'arte e la letteratura
- non si percepiscono come leader
- hanno molta comprensione per gli altri
- non si sentono per nulla a disagio quando altre persone esternano i propri sentimenti
- non si sentono mai invadenti
- sono molto affettuose
- hanno una coscienza molto marcata
- sono piene di riguardi
- irradiano calore
- hanno una buona capacità di adattamento
- sono molto cordiali
- utilizzano molto raramente parolacce
- sono molto fedeli
- sono quasi sempre disponibili a consolare gli altri
- sono molto sensibili nei confronti dei bisogni e dei sentimenti altrui
- svolgono spesso una funzione di mediazione nei diverbi

### STEREOTIPI CONNESSI AL MONDO MASCHILE

- sono molto realistici
- è difficile influenzarli
- amano molto la matematica e le scienze naturali
- hanno una personalità molto forte
- sono molto attivi
- hanno ottime capacità logiche
- non sono per nulla vulnerabili
- non sono mai preoccupati, inquieti
- separano il pensiero dai sentimenti
- non sono per nulla dipendenti
- hanno una grande propensione per le attività tecniche
- si difendono se sotto pressione
- non hanno paura
- sanno analizzare molto bene le circostanze
- difendono sempre le proprie opinioni
- hanno attitudine al comando
- sono amanti del rischio
- non sono per nulla ingenui
- sono molto discreti
- sono molto sistematici
- sanno imporsi e affermarsi

2.22 Ironia nella vignetta di Mafalda sui sogni delle bambine



2.22

Il confronto tra i due momenti storici mette innanzitutto in luce che le procedure di descrizione dei modelli “idealizzati” di donna e uomo sono in entrambi alquanto polarizzate.

L'uomo è percepito come forte, razionale, logico, indipendente; le donne sono specularmente definite come dipendenti, tranquille, inclini all'ascolto, all'affetto e al lavoro di cura. La **separazione tra maschile-produzione e femminile-riproduzione** pare inoltre piuttosto netta: le donne possono svolgere il lavoro di cura meglio dell'uomo. Affiora anche la convinzione che la natura del genere umano sia caratterizzata da differenze sostanziali; ciò che è uomo non è donna e viceversa. Se, infine, è vero che donne e uomini vengono distinti per quel che riguarda caratteristiche personali, relazioni interpersonali e predisposizioni intellettuali, d'altra parte emergono comunque

alcuni mutamenti: parliamo della crescente complessità dei significati connessi all'“essere donna”, una tendenza che sembra riflettere il processo di diversificazione dell'identità di genere femminile e che non è ravvisabile nel caso maschile, un'identità percepita e descritta come più stabile nel tempo.

Dati molto recenti mostrano che, tra le giovani generazioni, qualcosa sta in effetti cambiando, sebbene permangono ampie aree di tradizionalismo. L'ultima indagine IARD sulla condizione giovanile in Italia ha registrato interessanti mutamenti nei significati culturali delle differenze sessuali e nella costruzione del sé maschile e femminile. Mentre alcuni stereotipi alquanto tradizionali (“è giusto che in casa sia l'uomo a comandare”) raccolgono consensi molto bassi, altri continuano ad esercitare una consistente forza di attrazione (ad esempio, l'identificazione dell'**uomo come procacciatore di reddito** o

la **connessione tra maternità e realizzazione femminile**), sebbene con interessanti differenze tra ragazzi e ragazze. I giovani uomini sono più attaccati a valori tradizionali (come la famiglia) e, al contempo, continuano ad essere imprigionati nel modello del “lavoro a tutti i costi” (l'uomo “deve” lavorare) mostrando una progettualità più limitata rispetto alle coetanee. È invece tra le giovani donne che si riscontrano i maggiori allontanamenti da percezioni stereotipate e anche crescenti attese legate a un'immagine di autonomia e indipendenza quotidiana e professionale.

Tali tendenze sono sicuramente connesse alla **forte crescita dell'istruzione femminile**, ma, al contempo, la maggiore libertà e creatività relative alla attese di futuro professionale è consentita alle ragazze anche perché è ancora largamente diffusa un'immagine sociale del lavoro femminile che lo

considera “secondario” rispetto a quello maschile.

In effetti, sebbene una parte consistente delle giovani donne sembri oggi identificarsi con modelli di relazioni di genere basate sull'emancipazione e sulla condivisione delle responsabilità, d'altro canto la maternità continua a rivestire uno spazio privilegiato nelle traiettorie di costruzione delle loro identità.

Ciò è ravvisabile anche nei dati riportati da Loredana Lipperini che sottolinea come le donne siano l'87,9% degli iscritti ai corsi di laurea propedeutici all'insegnamento, che la porta ad interessarsi sul perché le donne continuano a pensarsi come coloro che si prendono cura degli altri, e non come professioniste e perché quella di occuparsi di bambini è vista ancora come una “vocazione”.

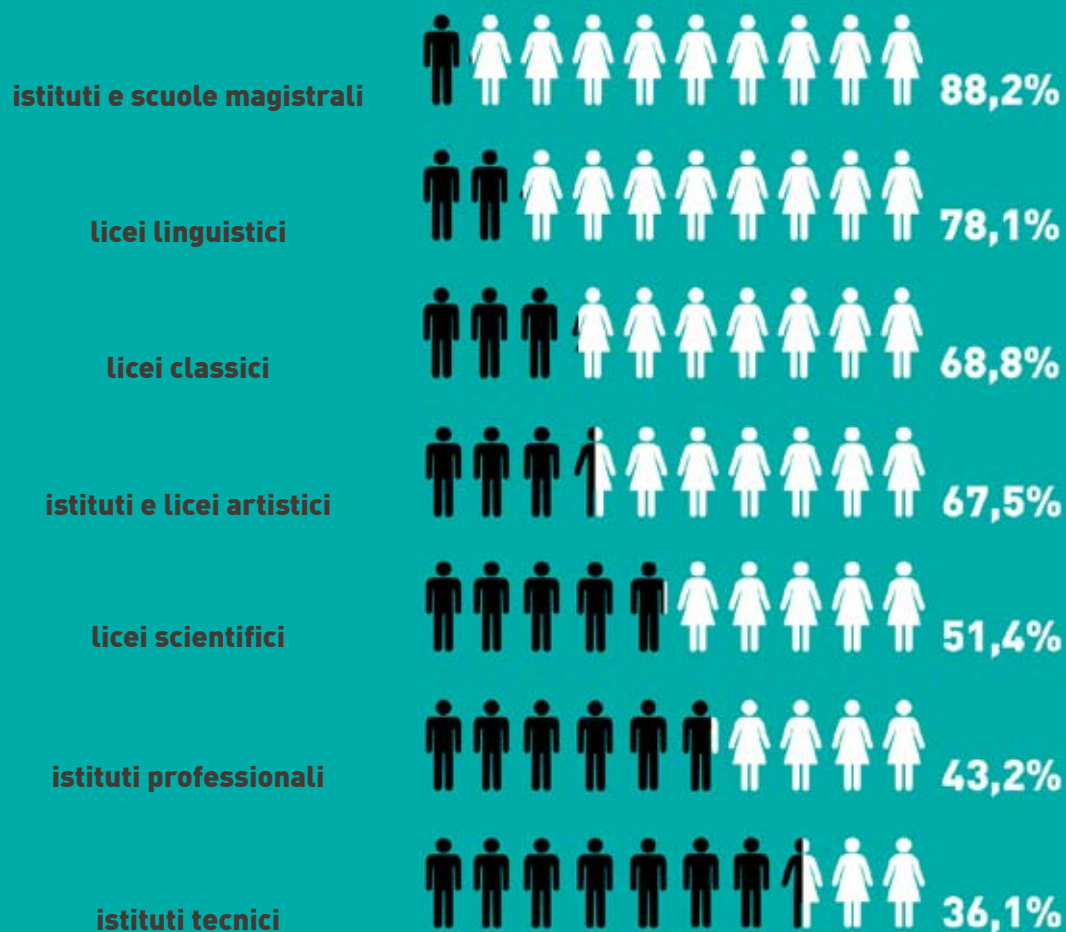
Francesca Bellafronte ha una risposta dura: «In assenza di esplicite discriminazioni del nostro sistema formativo sul piano normativo-istituzionale, sembra che siano le ragazze stesse ad attivare **meccanismi auto-segregativi**, col risultato di preferire determinati indirizzi e autoescludendosi da quelli che garantirebbero loro migliori sbocchi sul piano socioeconomico»<sup>11</sup>.

Nel 1995, l'assessore alle Politiche educative del comune di Roma, Fiorella Farinelli, sottolineando lo squilibrio tra le figure maschili e femminili nelle scuole elementari dichiarò: “L'insegnamento è un lavoro che vive una grossa svalutazione economica e sociale: per questo i maschi scappano. Nella cultura maschile e mediterranea gli uomini rifuggono da questi ruoli”.

#### Note

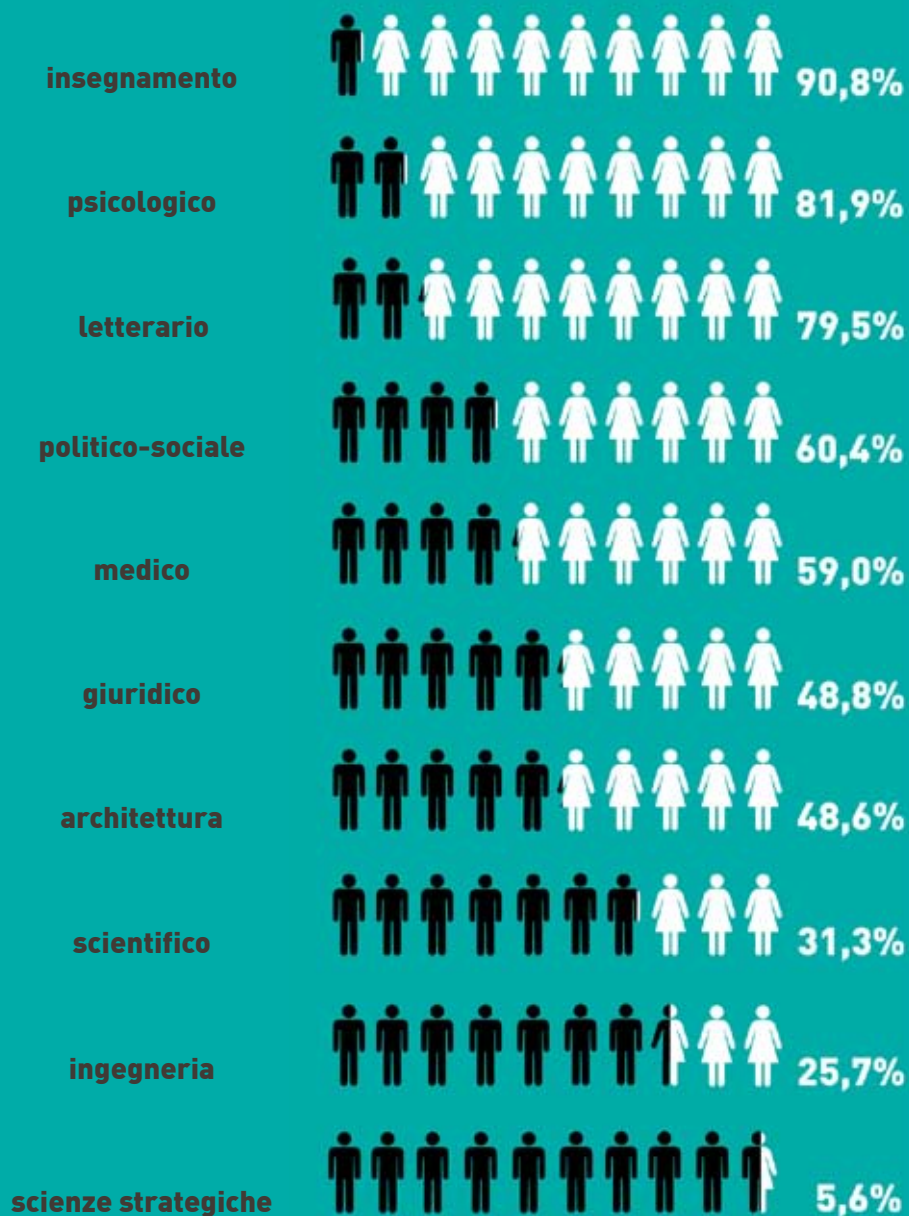
1. Rubin G., *The Traffic in Women. Notes on the "Political Economy" of Sex*, Monthly Review Press, New York, 1974
2. De Lauretis T., *Soggetti eccentrici*, Feltrinelli, Milano, 1999
3. De Lauretis T., *Tecnologie del genere. Saggi sulla teoria, film e narrativa*, Feltrinelli, Milano, 1987
4. Bellafronte F., *Bambine (mal)educate. L'identità di genere trent'anni dopo*, Palomar, Bari, 2004
5. De Beauvoir S., *Il secondo sesso*, Il Saggiatore, Milano, 1961
6. Puggelli F., *Spot generation. I bambini e la pubblicità*, Franco Angeli, Milano, 2002
7. Sono stati elaborati in seguito alla ricerca alcune risorse per chi opera nel mondo della scuola: una raccolta e schedatura di buone prassi in termini di materiali didattici e libri di testo utilizzati sul territorio dell'Unione europea (1999-2000), un video didattico *Polite Movie*, un modulo di aggiornamento professionale per insegnanti su pari opportunità nei libri di testo; per l'editoria: un *Codice di autoregolamentazione degli editori e Documento accompagnatorio* (1998-1999), un vademecum per autori e autrici *Saperi e libertà* (1999-2000)
8. Badinter E., *La strada degli errori. Il pensiero femminista al bivio*, Feltrinelli, Milano, 2004
9. Ruspini E., *Le identità di genere*, Carocci Editore, Roma, 2003
10. Il primo effettuato negli Stati Uniti da Brovman nel 1972 ed il secondo in Germania da Born nel 1992
11. Bellafronte F., *Bambine (mal)educate. L'identità di genere trent'anni dopo*, Palomar, 2003

## ISCRITTI ALLE SCUOLE SECONDARIE SUPERIORI PER TIPO DI SCUOLA E SESSO \*



\* Fonte: ISTAT 2007

## ISCRITTI AI CORSI UNIVERSITARI PER AREE DISCIPLINARI E SESSO \*



\* I dati sono riferiti al 2017 e sono basati sui dati pubblicati dal Ministero dell'Università e della Ricerca

3.1 La complessa relazione fra natura e cultura



## CAPITOLO 3

# Il genere: natura e cultura

## IL RUOLO SOCIALE

Il termine ruolo, pur essendo ampiamente utilizzato in ambito sociologico, deriva dal mondo teatrale nel quale assumere un ruolo significa recitare una parte attenendosi ad aspettative e regole stabilite. Per analogia il ruolo sociale indica **l'insieme dei comportamenti attesi, delle aspettative e degli obblighi attribuiti ad un individuo in ragione della sua posizione sociale**. Il concetto di ruolo è spesso associato a quello di status che indica, appunto, la posizione occupata dall'individuo rispetto agli altri individui della stessa società. Gli status possono essere assegnati in base a caratteristiche molto diverse: l'età, il sesso, la salute fisica, la posizione lavorativa, la posizione economica, solo per citarne alcune, caratteristiche naturali o acquisite. Uno stesso individuo può ricoprire contemporaneamente più status (ad esempio: essere donna, essere disabile, essere madre), ogni status può comportare più ruoli (ad esempio: essere studente comporta un ruolo nei confronti degli insegnanti, ma anche uno nei confronti dei compagni di classe). Lo status lo si riveste, il ruolo lo si interpreta. Ogni ruolo tende ad ingenerare delle aspettative alle quali l'individuo può scegliere di uniformarsi in tutto o in parte anche in base al grado di coercizione associato alle aspettative stesse.

Non corrispondere alle aspettative di ruolo è in genere fonte di tensione. L'attribuzione di ruolo e le aspettative di conformismo svolgo-

no la funzione di rendere prevedibili i comportamenti delle persone (e dunque di facilitare la lettura dei contesti e delle situazioni), ma anche quella di controllo sociale.

All'interno del pensiero sociologico la riflessione sulla differenza ha ricevuto poca attenzione sino agli anni Sessanta del XX secolo, momento in cui, grazie all'influenza esercitata dai movimenti femminili, gli studi e le ricerche su questi temi hanno iniziato a moltiplicarsi. Le diverse teorie elaborate al riguardo sono state influenzate dai differenti approcci sociologici. Ecco un accenno alle principali.





### DIVERSI APPROCCI SOCIOLOGICI E CORRISPONDENTI TEORIE SU RUOLO SOCIALE E IDENTITÀ DI GENERE

#### Funzionalismo

Il sistema sociale è costituito e funziona come un grande organismo in cui tutte le parti sono interconnesse e svolgono una precisa funzione tesa a mantenere uno stato di equilibrio, o salute sociale. Pertanto la differenza dei ruoli assegnati all'uomo e alla donna viene spiegata come un'attitudine funzionale alla necessità del sistema di eseguire compiti diversi.

#### Teoria del conflitto

**Impostazione critica:** (di ispirazione marxista) lo sfruttamento della donna è spiegabile in termini di analisi economica, quindi il dominio dell'uomo sulla donna non sarebbe che la riproduzione su scala familiare del modello di dominio proprio del modo di produzione capitalistico.

**Impostazione analitica:** la situazione di svantaggio della donna è spiegabile in termini di sviluppo fisico e differenze biologiche. La disuguaglianza nella distribuzione delle risorse sarebbe conseguenza della minore forza fisica della donna e della vulnerabilità connessa al ruolo materno.

#### Teoria dello scambio sociale

Pensiero focalizzato sulle scelte e sulle decisioni individuali dei diversi soggetti. La discriminazioni di genere sarebbero ingenerate dalle donne stesse e dalle loro scelte di vita.

#### Interazionismo simbolico e fenomenologia

Entrambi si concentrano sui processi di costruzione dell'identità di genere. In base a questi approcci la differenziazione dei ruoli è significativamente influenzata dai processi di interazione sociale.

## TEORIE DELLA DIFFERENZA BIOLOGICA

In testi come *Gli uomini vengono da Marte*, *Le donne da Venere* si incontrano vere e proprie esaltazioni della differenza “naturale” e “biologica” tra i due sessi. Queste teorie sono state contrastate dagli ultimi studi in materia di psicologia della personalità come verrà illustrato in seguito. Per avere un’idea di come il pregiudizio si mescoli alla presunta scientificità di alcune affermazioni è interessante esaminarne degli estratti:

◀◀ Bisogna individuare i meccanismi che nella vita quotidiana ci inducono a ignorare le profonde differenze esistenti tra i sessi, dovremmo valutare realisticamente la nostra natura e quanto abbiamo da offrire, se lo facessimo riusciremmo a creare un nuovo sistema di ruoli, per l’uomo come per la donna, che ci permetterà di vivere in armonia. [...] Le donne si attendono erroneamente che gli uomini reagiscano e si comportino come loro. Gli uomini fraintendono continuamente le effettive esigenze delle donne. [...] Il cervello si è sviluppato in modo diverso nei due sessi per ragioni di sopravvivenza. Gli adattamenti cui è andato incontro si sono verificati nel corso di migliaia di anni e pertanto è assurdo pensare che possa modificarsi d’un tratto, in conformità con i profondi cambiamenti di ruolo avvenuti negli ultimi cinquant’anni, responsabili dello stress che oggi genera tanti conflitti tra i due sessi.<sup>1</sup> ▶▶

In alcuni saggi di successo degli ultimi anni, a cavallo fra testi di psicologia per tutti, manuali di self-help e rivelazioni scientifiche, sono riportate alcune delle teorie della differenza biologica. Nel saggio *Perché le donne non sanno leggere le cartine e gli uomini non si fermano a chiedere* la tesi centrale è che nei due sessi nel corso di milioni di anni la struttura cerebrale di uomini e donne ha continuato a evolversi in modo diverso per adattarsi a svolgere le rispettive funzioni. La differenza naturale e innegabile è sottolineata: «Oggi sappiamo che i due sessi elaborano le informazioni in maniera differente, che pensano in maniera differente, che possiedono convinzioni, percezioni, priorità e comportamenti differenti. Fingere il contrario può essere causa di ansia, confusione e di grandi delusioni»<sup>2</sup>.

La ricerca delle differenze mentali fra uomo e donna ha avuto un grande impulso alla fine degli anni Ottanta, quando alcune apparecchiature sofisticate hanno consentito di ottenere immagini del funzionamento cerebrale dal vivo. Interessante è il modo in cui la visione femminista e della lettura di genere delle trasformazioni storiche viene presentata da questi scienziati:

◀◀ Per gran parte del Ventesimo secolo le differenze fra i sessi sono state giustificate dal condizionamento sociale, ossia dalla convinzione che un individuo diventava quello che era a causa degli atteggiamenti di genitori e insegnanti, i quali, a loro volta, rispecchiavano quelli della società. I dati biologici di cui oggi disponiamo presentano, tut-

tavia, un quadro diverso della ragione per cui pensiamo in un determinato modo, e dimostrano che gli ormoni e la conformazione cerebrale sono ampiamente responsabili dei nostri atteggiamenti, delle nostre preferenze e del nostro comportamento. Fin dagli anni Sessanta alcune correnti di pensiero hanno tentato di persuaderci ad abbandonare il nostro patrimonio biologico, sostenendo che governi, religioni e sistemi didattici non rappresentino altro che un complotto ordito dagli uomini per reprimere il sesso opposto. Dal punto di vista storico, questa visione appare corretta. [...] Uomini e donne dovrebbero essere uguali in termini di diritti e di opportunità di esprimere appieno le proprie potenzialità, ma non sono identici dal punto di vista delle capacità innate. L’uguaglianza di uomini e donne costituisce una questione politica o morale; la loro differenza è invece una questione scientifica. [...] Coloro che si oppongono all’idea che la biologia influenzi il comportamento umano, spesso lo fanno con le migliori intenzioni – per combattere il sessismo – ma non sembrano cogliere la differenza tra uguale e identico. Differenza non è l’opposto di uguaglianza. Uguaglianza significa essere liberi di scegliere di fare ciò che si vuole; differenza significa invece che, in qualità di uomini o di donne, potremmo non voler fare le medesime cose.<sup>3</sup> ▶▶

Uomini e donne sarebbero fundamentalmente diversi: scienziati, antropologi, sociobiologi ne sarebbero consapevoli da anni, ma preferirebbero non divulgare l'informazione in un mondo così "politicamente corretto": «Le conclusioni cui siamo giunti sono controverse, provocatorie, ma ci forniscono una comprensione chiara e profonda delle molte stranezze che caratterizzano il rapporto fra i due sessi».

Gli autori nell'introduzione raccontano le difficoltà incontrate durante la fase di ricerca e nelle interviste, dichiarano sia stato molto difficile convincere enti pubblici e privati a fornire opinioni sull'argomento, alcuni intervistati lo avrebbero visto come un attacco al femminismo. Di tutti gli scienziati citati non vengono forniti i nomi, le fonti delle opinioni raccolte sono nascoste e i toni usati nel descrivere tale difficoltà diventano quasi ridicolmente affini a quelli di una "teoria del complotto".

«Quest'opera è dedicata a tutti gli uomini e a tutte le donne che da sempre non si comprendono. Il nostro libro non solo aiuterà il lettore ad affrontare il sesso opposto, ma gli permetterà anche di comprendere meglio se stesso»: è qui che gli autori tradiscono le loro vere intenzioni, quelle di un manuale di self-help, genere letterario molto diffuso negli Stati Uniti, un testo in più da aggiungere alla folta schiera di manuali di sopravvivenza per single, per coppie in crisi e per chi si sente sentimentalmente in difficoltà, dimostrando se non altro come l'interesse verso le questioni sentimentali ed in generale il rapporto fra i sessi sia sempre prolifico, nella letteratura

3.2 e 3.3 Un uomo ed una donna che svolgono il mestiere di piloti, professione tipicamente maschile





saggistica, nella narrativa, nelle riviste, nel cinema e nelle chiacchiere da bar. Alla riflessione su questi temi non ci si può sottrarre.

Nel saggio dei coniugi Pease si afferma che il nostro modo di pensare e comportarci sarebbe determinato dalla conformazione cerebrale nell'utero materno e l'effetto degli ormoni determinano il nostro modo di pensare e di comportarci. Uomini e donne sono diversi, vivono in mondi diversi, con valori e regole diversi: l'unica cosa che hanno in comune è l'appartenenza alla stessa specie. Segue una breve panoramica sulle differenze comunemente percepite (o più che altro una carrellata di luoghi comuni): quando un uomo va alla toilette lo fa per una ragione soltanto, le donne utilizzano invece i bagni come salotti o come centri di terapia; gli uomini detengono il controllo del telecomando e cambiano continuamente canale, mentre le donne non disdegnano le pubblicità, quando sono sotto pressione i primi bevono alcolici e invadono altri paesi, le seconde mangiano cioccolato e si danno allo shopping. Le donne criticano gli uomini accusandoli di essere insensibili, disattenti, di non ascoltare, di non essere affettuosi o compassionevoli, di non parlare, di non impegnarsi nelle relazioni, di voler fare sesso invece che l'amore, di lasciare l'asse del water sempre sollevata. Contrariamente gli uomini le accusano di non saper guidare, di non essere in grado di leggere le indicazioni e le carte stradali, di non avere il minimo senso d'orientamento, di parlare troppo senza arrivare mai al punto, di non prendere l'iniziativa nella sfera sessuale e di lasciare sempre abbassata l'asse del water. Gli uomini pensano di essere il sesso più sensibile, le donne

3. 4 frame della serie televisiva *I Simpson*, diversa visione dello spazio domestico dal punto di vista femminile e dal punto di vista maschile

3.5 Mae Jemison, prima donna di colore astronauta



sanno di esserlo.

I due autori ritengono che l'atteggiamento diverso degli adulti nei confronti di bambini e bambine non determini il comportamento di questi ma lo esacerberi soltanto, accentuando differenze già esistenti: saremmo un prodotto della nostra biologia e non una vittima degli stereotipi sociali.

Tali differenze sarebbero dovute all'evoluzione della specie umana: nei tempi preistorici i ruoli dell'uomo e della donna erano ben definiti, il primo era il procacciatore di cibo e per questo motivo sviluppò notevoli capacità d'orientamento su lunghi percorsi, per localizzare le prede, ucciderle e portarle a casa, ed una precisione di tiro eccezionale per colpire i bersagli mobili. Il ruolo femminile era altrettanto chiaro: in qualità di progenitrice la donna sviluppò abilità specifiche che le consentirono di svolgere meglio i suoi compiti, trascorrendo le giornate badando ai figli, raccogliendo frutti e interagendo con le altre donne del gruppo. «La sopravvivenza era difficile ma la relazione tra uomo e donna risultava molto semplice. Gli uomini apprezzano le donne, e viceversa, per il contributo unico che ogni membro apporta al benessere della famiglia. Nelle società moderne dei paesi civilizzati queste regole antiche sono scomparse per lasciare posto al caos, alla confusione, all'infelicità».

Nelle percezioni sensoriali vi sarebbero differenze enormi che si ripercuotono sul rapporto di coppia. Le donne sono dotate di capacità sensoriali più spiccate e ciò che viene comunemente definito "intuito femminile"

non è altro che la grande capacità di notare minimi dettagli e cambiamenti nell'aspetto o nel comportamento del prossimo; questo perché in quanto protettrici del nido le madri dovevano essere in grado di percepire quei minimi cambiamenti di comportamento della prole che potessero indicare uno stato di dolore, fame, aggressione o depressione. Tutto dipenderebbe da una questione di occhi: la donna possiede una maggiore varietà di coni degli occhi rispetto agli uomini e percepisce meglio i colori. Ha inoltre una visione periferica più ampia di quella dell'uomo, che ha invece occhi più grandi e predisposti a una sorta di "visione tunnel" a lungo raggio con un campo visivo più ristretto. Tali teorie sarebbero confermate da eventi della vita quotidiana come le statistiche sugli incidenti stradali. Il cosiddetto "sesto senso" femminile sarebbe dovuto a una sensibilità maggiore che la renderebbe più abile nell'integrare e decifrare i segnali, soprattutto quelli verbali e visivi. Le donne hanno un udito migliore e distinguono in modo particolarmente netto i suoni acuti, con una capacità migliore di classificare i suoni, percependo meglio i cambiamenti di volume e di tono nella voce e pertanto le variazioni dello stato emotivo. Gli uomini invece capiscono meglio da dove provengono. Le donne hanno una pelle più sensibile al tatto e alla pressione, la loro pelle è più sottile, come reso evidente dalla maggior predisposizione alle rughe. La soglia del dolore dell'uomo è molto inferiore a quella femminile. Il gusto e l'olfatto femminili sono più sviluppati di quelli maschili; le donne prediligono il dolce mentre gli uomini distinguono più facilmente salato e amaro. Ciò che storicamente è stato definito stregoneria, potere

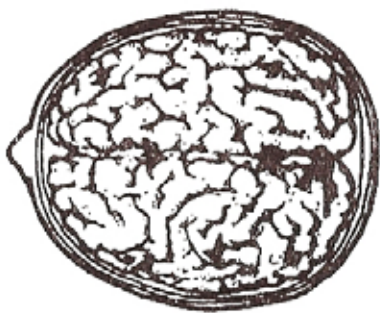
sopranaturale e intuizione femminile è stato ricondotto alla superiorità femminile in campo sensoriale.

Del funzionamento del cervello la scienza è riuscita a conoscere poco. I due emisferi destro e sinistro controllano capacità e funzioni diverse. Secondo i test condotti i cervelli di donne e uomini operano in maniera differente, gli uomini per i compiti connessi alla facoltà linguistica usano principalmente l'emisfero sinistro mentre le donne li utilizzano entrambi, ciò spiegherebbe le loro capacità linguistiche più sviluppate. Le donne hanno il corpo calloso, cioè il fascio di fibre nervose che connette gli emisferi destro e sinistro, più grande e le connessioni maggiori spiegherebbe la capacità che le donne hanno di eseguire allo stesso tempo attività diverse; mentre quello maschile sarebbe invece strutturato per eseguire una cosa alla volta.

Si passa poi alla trattazione del linguaggio e delle diverse modalità di comunicazione, si sostiene che le donne siano delle grandi conversatrici a causa di aree predisposte in entrambi gli emisferi cerebrali. Ciò spiegherebbe perché le donne apprendono più facilmente una lingua straniera e perché la maggioranza delle insegnanti si dedicherebbe ad una materia linguistica. La comunicazione ha uno scopo molto chiaro per il sesso femminile, cioè instaurare rapporti sociali, mentre per gli uomini parlare significa raccontare i fatti. Non esistono prove convincenti del fatto che il condizionamento sociale (le madri parlano di più alle bambine) costituisca la ragione per cui le ragazze risultano più loquaci dei maschi. La predisposizione del cervello degli uomini e il condizionamento



## VISTA SPAZIALE



FEMMINA



MASCHIO

**Localizzazione della capacità spaziale  
(le aree scure rappresentano l'attività)**

3.6

sociale impediscono loro di mostrare paure e incertezze. Se un uomo è in compagnia di altri uomini il dialogo mentale non costituisce un problema, se invece un uomo è insieme a una donna o a un gruppo di donne queste pensano che sia distaccato o asociale. Il cervello di una donna è prestrutturato per utilizzare le parole quale forma di espressione principale. La donna vede il parlare come un modo per essere gentile e condividere i propri sentimenti, l'uomo non è della stessa opinione. In una relazione i partner dovrebbero valutare il modo diverso che ognuno ha di superare i problemi: gli uomini dovrebbero capire che quando una donna parla non si aspetta da loro una soluzione, le donne che se un uomo rimane in silenzio non c'è un problema. La media giornaliera di "parole" (considerando anche suoni vocali, gesti, espressioni facciali e altri segnali corporei) delle donne sarebbe sulle 20.000, quella degli uomini sui 7.000. Una donna che parla non si aspetta risposte ma solo di essere ascoltata, il parlare dei problemi quotidiani rappresenta un modo in cui le donne moderne affrontano lo stress. Seguono una serie di consigli e regole come semplificare le frasi quando si parla con un uomo, come non affrontare più argomenti insieme e non interromperlo ("per preparare un uomo all'ascolto, avvisatelo per tempo e fissate una sorta di appuntamento"). La donna è indiretta, allude a ciò che desidera senza esprimere direttamente la sua richiesta. Questo serve a instaurare rapporti con altri individui evitando aggressività, confronto, discordia. Non è efficace con gli uomini poiché loro non ne comprendono le regole ("se una donna vi parla molto significa che le piacete, se rimane in silenzio siete nei guai").

3.7 La complessa relazione fra natura e cultura: un babuino in una posa femminile



3.7

«L'individuo è ciò che è a causa degli ormoni, è il prodotto della sua chimica»; i coniugi Pease parlano addirittura di "programmazione del feto": fino alla sesta-ottava settimana di gestazione il feto è più o meno asessuato e può sviluppare genitali sia femminili sia maschili. Alcuni studi dimostrerebbero che a questo punto il dosaggio di ormoni corrispondente al sesso determinato dai cromosomi predisporrebbe il cervello alle caratteristiche corrispondenti, un dosaggio minore al richiesto comporterebbe alcuni modi di pensare e capacità dell'altro sesso, e in questo modo spiegano la maggiore o minore femminilità o mascolinità, nonché il fenomeno dell'omosessualità. Gli autori riportano anche un test che rivelerebbe in che misura il nostro cervello sia predisposto al pensiero femminile o maschile.

## PSICOLOGIA DELLA PERSONALITÀ

Pur potendo fare riferimento ad una vasta e variegata letteratura fiorita negli ultimi decenni in più ambiti del sapere, la psicologia della differenza di genere difetta ad oggi di una sua complessiva sistematizzazione teorica. Di fatto, sintetizzare questo nuovo sapere incontra alcune difficoltà, tra le quali:

- l'essere presente in più ambiti di conoscenza, tendenti a mantenere una propria autonomia;
- l'essere in continua evoluzione in relazione sia al progresso scientifico e tecnologico sia alla realtà sociale in rapida trasformazione;
- la particolarità dell'oggetto di studio: il ge-

nere, territorio percorso, tuttora, da pregiudizi, discriminazioni, ideologie, miti. Sesso/genere, natura/cultura, mascolinità/femminilità, identità/soggettività: ecco dunque le parole chiave. I diversi saperi - psicologia, psicoanalisi, biologia, sociobiologia, filosofia, sociologia, pensiero femminista - sono continuamente messi a confronto. In un panorama di conoscenze così vasto e complesso risulta ancor più arduo il tentativo di districarsi per chi non è un cultore della materia e si avvicina a questi temi da profano.

Parlando di psicologia delle differenze sessuali va chiarito come i termini sesso e genere si riferiscono a influenze diverse: come già affermato il genere fa riferimento a caratteristiche come la mascolinità e la femminilità



3.8 Aggressività al femminile:  
*The women Fighting for the breeches*,  
John Smith (particolare)



che riflettono i processi di socializzazione e di sviluppo psicologico, largamente influenzati da cultura e società. Gianvittorio Caprara, docente di Psicologia della Personalità presso l'Università La Sapienza di Roma, afferma che: «Sebbene le differenze biologiche siano innegabili va sottolineato come le teorie della differenza [come quelle precedentemente prese in esame] sono evidenziate da dati empirici, frutto di studi condotti su campioni limitati della popolazione mondiale, non rappresentativi della varietà, solitamente soggetti giovani e occidentali. Generalizzare le differenze emerse a contesti diversi sarebbe una pericolosa forzatura»<sup>4</sup>.

Le differenze rispecchiano il trattamento diverso riservato agli individui in contesti culturali diversi, le diverse influenze che le condizioni di vita e socializzazione e le opportunità offerte possono esercitare su maschi e femmine. Le differenze psicologiche tra il maschio e la femmina sono qualcosa di appartenente al sentire comune ma che nessuno può affermare di conoscere con certezza. È impossibile fissare un legame tra ciò che il sesso stabilisce biologicamente e ciò che esercita nella sua rappresentazione all'interno della società. Un esempio di ciò è rappresentato dal cosiddetto legame tra condotta aggressiva e testosterone: è opinione comune che gli individui di sesso maschile siano più inclini all'aggressività. Andrebbe però evidenziato come sin dall'infanzia i bambini vengono addestrati alla guerra e agli atteggiamenti aggressivi e andrebbero chiariti i diversi significati attribuiti al termine aggressività, per cui trattandosi di aggressività verbale sarebbe invece visibile una tendenza più svilup-

pata nelle donne.

L'esperienza sociale è tale da influenzare anche il nostro metabolismo e le nostre reazioni fisiologiche, come ad esempio le reazioni allo stress ampiamente descritte in un'ottica di incompatibilità tra i due sessi da John Gray nel testo *Gli uomini vengono da Marte le donne da Venere e sono tutti sotto stress*. Nel momento in cui uomini e donne diventano più simili nei loro giudizi di valore e nei loro atteggiamenti, anche le loro reazioni fisiologiche allo stress diventano più simili. Somiglianze e diversità possono essere giustificate solo in particolari contesti. Le differenze più frequenti enunciate in letteratura sono una superiorità maschile nelle abilità spaziali e una superiorità femminile nelle capacità verbali. Dalle recenti ricerche sono risultati elevati i livelli di empatia, prosocialità e amicalità negli individui di sesso femminile: nuovamente vanno risaltate le aspettative nei confronti delle donne di empatia, gentilezza e cortesia e la presenza dello stereotipo del maschio coraggioso, forte, intraprendente, simmetrico allo stereotipo della donna cortese, gentile e tenera. Altro stereotipo è quello che vuole che negli uomini i livelli di stabilità emotiva siano più elevati: le ricerche su più fasce d'età ne danno una conferma solo fino ai 30-40 anni, con una conseguente stabilità femminile superiore negli anni successivi. Si ritiene erroneamente che le donne siano più vulnerabili al disagio psicologico, di cui sarebbe conferma la maggior frequenza di sindromi depressive adolescenziali: nuovamente bisogna evidenziare la parzialità di queste credenze che non tengono conto del fatto che è più facile che tali sintomi siano riconosciuti

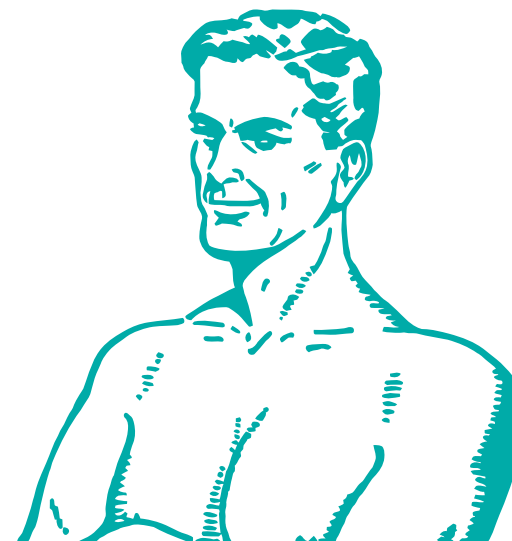
e socialmente accettati in una ragazza. Gli studiosi di psicologia ritengono che le ricerche siano ancora troppo scarse e limitate per permettere di giungere a conclusioni e sono ancora troppo numerose le differenze da individuo a individuo, ed io condivido tale opinione.

Nella recente storia della psicologia di genere si sono alternati approcci antagonisti. Ecco una rapida carrellata delle teorie principali.

Fino agli anni Sessanta gli studiosi si sono divisi tra le teorie della psicanalisi, le modifiche a questa applicate da Nancy Chodorow e la teoria dell'apprendimento sociale. La psicanalisi freudiana riteneva che il bambino si identificasse con il genitore dello stesso sesso. Le successive teorie di Nancy Chodorow affermano che maschi e femmine assumono nell'infanzia un'identità femminile dovuta all'identificazione con la madre; nel corso dello sviluppo, mentre i ragazzi si differenziano dalla madre e si formano un'identità maschile separata, le ragazze rimangono ad essa psicologicamente legate, interiorizzando la propensione all'accudimento.

Tra le teorie concorrenti contemporanee le più influenti sono la psicologia evoluzionista, le teorie dei ruoli sessuali, da ricollegare alle teorie dell'apprendimento sociale, e le teorie social-cognitive.

La psicologia evoluzionista ritiene che il comportamento umano sia regolato da meccanismi psicologici che si sono evoluti come risultato del loro successo nel risolvere problemi adattativi ricorrenti nel corso della storia





della specie. Tali opinioni dimostrerebbero l'investimento diverso nei ruoli genitoriali e darebbero una spiegazione naturale e biologica alla competizione più accentuata fra uomini, ai loro rapporti sessuali più frequenti, alla loro ricerca di donne più giovani, alle diverse forme di gelosia (gli uomini sarebbero più preoccupati dei comportamenti sessuali delle compagne, per evitare di mantenere figli non propri, le donne sarebbero più preoccupate per i coinvolgimenti emotivi dei loro partner).

Sebbene forniscano spiegazioni a vari luoghi comuni e comportamenti generalizzati le argomentazioni addotte a sostegno di tali teorie sono sospette: l'evoluzione della specie ha richiesto un tal lasso temporale, in gran parte pre-storico, che è difficilmente dimostrabile e ricostruibile come si sia svolta.

Le teorie dei ruoli sessuali richiamano in causa il bisogno degli individui di assecondare le aspettative sociali. La divisione del lavoro e l'assegnazione di una particolare posizione sociale, la distribuzione del potere e delle responsabilità all'interno della famiglia e le differenti pratiche di socializzazione assegnano ruoli differenti agli uomini e alle donne.

Le teorie social-cognitive ritengono che non meno pervasiva della differenza sessuale biologica sia la differenza legata ai contesti sociali. Gli studiosi ritengono che ci sia un'ampia rete di influenze che operano in maniera interdipendente alla costruzione dell'identità di genere: la famiglia, che offre rinforzi e incoraggiamento, le amicizie, la scuola, il lavoro, i media, che perpetuano pregiudizi e stereotipi.

## NATURA E CULTURA, MASCHILE E FEMMINILE

Molti sforzi si sono incentrati nel tentativo di distinguere il dato biologico dall'elemento educativo/culturale, socialmente costruito. In realtà il rapporto tra l'aspetto biologico e quello sociale nella definizione dell'identità (sia maschile che femminile) è, e rimane, un tema complesso e non ancora del tutto risolto. Ma se in termini strutturali e ormonali i due sessi hanno predisposizioni ben differenziate, probabilmente la rigidità e la grande distanza tra le attribuzioni di ruolo riservate alle donne e quelle riservate agli uomini può essere compresa nella sua globalità solo ammettendo la rilevanza della componente sociale e culturale. Messa in questi termini la questione sembrerebbe abbastanza neutra, se non fosse per il fatto che questo sistema di attribuzione di ruoli incide pesantemente sui rapporti di potere esistenti, sulla partecipazione ai processi decisionali, sull'accesso alle risorse, ai benefici e alle informazioni: il nostro sistema di ruoli finisce col cristallizzare i vantaggi e gli svantaggi assegnati in base alla posizione sociale.

L'identità di genere è un concetto socialmente costruito. Tutte le istruzioni sul femminile e sul maschile sono impartite attraverso un processo di socializzazione incessante a cui concorrono la famiglia, la scuola, il gruppo di amici, i mass media, i diversi ambienti frequentati. Spesso queste istruzioni vengono trasmesse acriticamente contribuendo alla costruzione, alla trasmissione e al rafforzamento di stereotipi e pregiudizi, nell'ingenua

3.9 donna in atteggiamenti maschili;  
3.10 *Barbette in process of adopting his female persona*, fotografia di Man Ray



3.10

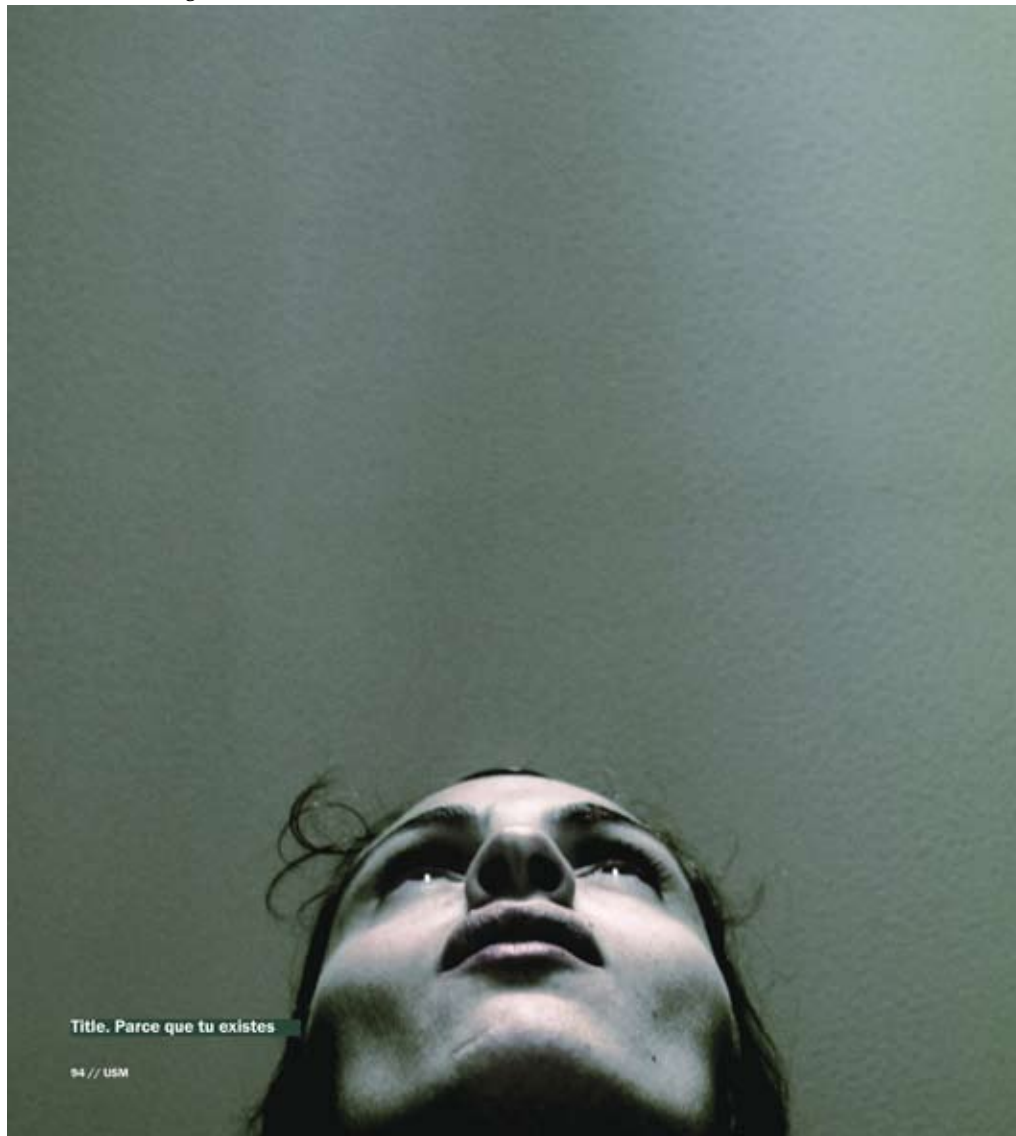
### Note

1. Gray G., *Gli uomini vengono da Marte, le donne da Venere*, Rizzoli, 2008
2. Pease A. e B., *Perché le donne non sanno leggere le cartine e gli uomini non si fermano mai a chiedere?*, Rizzoli, 2009
3. *Ibid.*
4. Caprara G., Accursio G., *Psicologia della personalità*, Il Mulino, Bologna, 1994

convinzione di una presunta neutralità delle istruzioni stesse. Considerando che istruzioni di questo tipo provengono costantemente da più parti (famiglia, scuola, pubblicità, stampa, TV, ecc.) l'istruzione finisce col diventare socialmente condizionante. Tali pregiudizi orientano a priori la divisione dei ruoli, limitano gli orizzonti, circoscrivono la libertà, violano l'integrità, sottraggono spazi di senso alla vita delle persone: tutto questo accade regolarmente, con la persuasione che la limitazione che ne risulta derivi dall'essere donna e non dall'insegnamento di chi impartisce istruzioni limitanti.

Non si tratta ovviamente di contrapporre gli uomini alle donne, né di ricondurre gli uni alle altre o viceversa. Si tratta invece di acquisire che tra uomini e donne esistono differenze e similitudini che vanno accolte e rispettate. Evitando di orientare preventivamente le rispettive potenzialità. Lasciando che ognuno trovi un proprio modo per definire ed esprimere la propria identità di genere.

3.11 Una donna che guarda al futuro



## CAPITOLO 4

# Uno sguardo all'Italia di oggi

## IL GENDER GAP

Negli ultimi decenni l'espansione dei settori dei servizi e dell'informazione, la globalizzazione, la crisi del modello di *Welfare State*, sono diventati nuovi argomenti di analisi per l'economia politica in generale (e per l'economia femminista in particolare), e i processi di (ri)costruzione delle relazioni di genere sono analizzati come una delle dimensioni di questi cambiamenti storici. Allo stesso modo, il concetto di patriarcato ha perso la sua centralità, lasciando spazio al concetto di *gender*. Attraverso la prospettiva interdisciplinare dei *gender studies*, i contributi femministi all'economia politica si sono concentrati nella comprensione della costruzione sociale del genere. Mentre la divisione sessuale del lavoro continua a rimanere centrale, la ricerca economica femminista ha incluso nell'analisi anche l'importanza della cultura e dell'ideologia come determinanti sociali, e non semplice sovrastruttura. Questa visione post-strutturalista, che considera l'interazione fra genere, classe, razza (e più recentemente, sessualità, appartenenza geografica, età) ha permesso l'analisi di complesse variazioni nelle istituzioni e nelle norme sociali.

Ritengo indispensabile esaminare il contesto in cui le problematiche di genere da me individuate ed analizzate si inseriscono, quindi contestualizzare tali studi nella realtà contemporanea italiana e considerare le riflessioni a cui sono giunta con il mio percorso in relazione ad essa.

La ricerca *Come cambia la vita delle donne*<sup>1</sup> descrive i principali mutamenti che conoscono le donne nelle varie fasi della vita, alla luce dei dati provenienti da differenti fonti statistiche ufficiali. L'universo femminile è fortemente eterogeneo e dinamico: le donne investono di più in cultura rispetto agli uomini, riescono meglio negli studi, danno maggiore rilievo al lavoro rispetto al passato, sperimentano forme nuove del produrre e riprodurre, rivestono una molteplicità di ruoli nelle diverse fasi della vita, presentano percorsi di vita più complessi e frastagliati. Un intreccio di trasformazioni, aspirazioni e comportamenti che ridefinisce le loro traiettorie biografiche (formative, lavorative, affettive, coniugali, riproduttive), modificando ampiezza e contenuti delle diverse fasi del ciclo di vita individuale e familiare. Si evidenzia tuttavia il permanere di alcune aree di criticità: nella transizione scuola-lavoro, visto che le donne trovano lavoro più tardi, sono peggio retribuite e continuano ad essere meno soddisfatte del tipo di lavoro trovato; nelle barriere di accesso al mercato del lavoro con particolare riferimento ai carichi di lavoro familiare; nelle interruzioni del lavoro in concomitanza della nascita dei figli; nelle forti difficoltà di accesso ai ruoli decisionali alti; nella situazione socio-economica svantaggiata delle donne anziane.

È necessario evidenziare come sono definiti i ruoli di genere all'interno dell'ambito familiare e lavorativo, dove contrariamente a ciò che si crede la situazione è rimasta in gran parte immutata.



dell'Unione europea ad eccezione di Cipro. Una ricerca Istat del 2006 azzardava una previsione: in Gran Bretagna, che pure nell'anno considerato vantava il 20% di presenza femminile in Parlamento e l'11% dei posti di direttore nelle più grandi aziende, le donne impiegheranno esattamente duecento anni per raggiungere la parità.

Nel 2010 in Italia la presenza parlamentare femminile è al 21%. Altri dati: nel 1993 su 100 imprenditori le donne erano 15, nel 2010 sono diventate 33. È aumentato il numero di libere professioniste e di donne dirigenti. Tuttavia rapportando i numeri ad uno scenario più ampio, ancora dallo studio di Maria Letizia Pruna: «è vero che le donne lavoratrici, in Italia, sono aumentate "in misura talmente rilevante da richiamare l'immagine di un'invasione di genere", passando dallo scarso 35% della fine degli anni settanta al 50% del 2005 (nello stesso periodo, comunque, la partecipazione maschile è rimasta pressoché invariata, intorno al 75%). Eppure, oggi, quasi la metà delle donne in età lavorativa non partecipa alla vita economica: si tratta di 9.600.000 persone, di cui un terzo - 3.250.000 donne - è nella fase centrale della vita (35-54 anni)<sup>4</sup>».

Gli uomini inattivi sono meno di 5 milioni - quindi 4 milioni e mezzo in meno delle donne - e di questi soltanto 580.000 sono nella fascia d'età centrale. Il che significa che l'Italia ha il più basso livello di partecipazione femminile al mercato del lavoro tra tutti i 25 stati membri dell'Unione europea, e figura al terzultimo posto tra i 30 paesi aderenti all'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico<sup>5</sup>.

**“Quanto più la donna sarà assorbita da compiti extra-casalinghi, tanto più grandi devono essere le sue capacità di donna di casa, di modo che possa svolgere in un tempo limitato e nel modo migliore le sue mansioni specifiche”  
(La grande enciclopedia della donna - 1962) <sup>6</sup>**

Come lavorano le donne? Quelle che sono impegnate a tempo pieno sono 6 milioni e mezzo, pari al 74,4% dell'occupazione femminile; gli uomini sono invece 13 milioni, pari al 95,4% di quella maschile. Le donne che lavorano part-time sono quasi il 26%, contro il misero 4,6% degli uomini. Il discrimine concerne maternità e matrimonio: tra le donne di età compresa fra i 30 e i 50 anni il tasso di occupazione sfiora l'84% se sono nubili, scende al 71% se coniugate e si riduce al 50% se sono madri. In quest'ultimo caso, il tasso di occupazione scende ulteriormente al 35% se i figli sono tre o più, e risale al 62% se il figlio è solo uno. E un'indagine del 2002 ha rilevato che il 20% delle donne che al momento della gravidanza lavorava ha smesso dopo la nascita del figlio.

Scrivono Pruna:

« Se la società esprime una propensione pressoché assoluta e incondizionata nei confronti del lavoro degli uomini - al punto da stigmatizzare gli individui adulti che non rispondono a un'aspettativa sociale di operosità e assunzione

di responsabilità economica - mostra invece un favore incerto nei confronti del lavoro femminile, sulla cui piena legittimazione pesano ancora dubbi e riserve. Così, avere un impiego per un uomo è in primo luogo un dovere mentre per le donne non è ancora un diritto pienamente riconosciuto. Ciò spiega perché una riduzione dell'occupazione maschile genera allarme sociale assai più della consolidata esclusione dal lavoro di una larga parte della popolazione femminile. [...] Tutto il ruolo sociale previsto per un uomo adulto è quello di un lavoratore [...] alle donne invece viene prospettata anche un'altra possibilità, che consiste nell'assumere l'identità sociale, il ruolo e il carico di lavoro non retribuito che derivano dalla esclusiva dedizione alla famiglia<sup>7</sup>. »





A demolire la falsa immagine della donna vincente nel lavoro intervengono altri due elementi. Primo: la segregazione orizzontale che restringe l'occupazione femminile a una rosa limitata di professioni: per la persistenza del cosiddetto *sex typing* e perché le occupazioni a prevalenza femminile sono associate a profili professionali non elevati, posizioni subordinate, retribuzioni basse, scarse opportunità di carriera. Dunque le donne sono il 75% degli insegnanti, il 93% delle assistenti sociali, il 77,6% delle collaboratrici domestiche. Ma sono il 7% nell'edilizia o l'1% nelle forze armate. E sono in minoranza anche nell'uso del computer (35% contro il 46% maschile) e nell'accesso a Internet (27% contro 37%).

Secondo elemento: la segregazione verticale, che ostacola l'accesso alle gerarchie aziendali. «Non c'è un solo ambito professionale, nel nostro paese, in cui nelle posizioni più elevate si osservi un'equilibrata composizione di



genere, neppure dove le donne sono presenti da più tempo e dove sono ormai largamente maggioritarie. È emblematico il caso della scuola: le donne sono più del 75% del corpo docente, ma meno del 40% dei dirigenti scolastici: gli uomini, quindi, sono meno del 25% dei docenti ma più del 60% dei dirigenti».

La donna "rovina famiglie" di cui parlano cardinali, filosofi, opinionisti esiste in misura decisamente minoritaria, enfatizzata dai film e contrapposta inevitabilmente alle donne che non rinunciano alla maternità per il lavoro. È invece un dato reale che la maggior parte delle donne lavoratrici non può fare affidamento né sull'organizzazione sociale né sul proprio compagno: fa ricorso, salvo i fortunati casi in cui può contare sulla famiglia d'origine, a una collaboratrice domestica. All'Italia spetta un ulteriore primato, quello di essere il paese europeo con il più alto numero di immigrate che lavorano nelle nostre case.

Da un lato si torna a sospingere le donne, dolcemente e senza apparente clamore, verso il loro destino "naturale". Dall'altro, si dice loro che, magari a causa delle loro passate rivendicazioni, non ne sono più capaci. E che hanno bisogno del massimo aiuto. Denigrare, da secoli, è stata la condizione prima per avvalorare l'inferiorità. Nell'indagine *Essere madri in Italia - Anno 2005*, l'Istat conferma qualcosa di già noto: tra i paesi sviluppati abbiamo uno dei livelli più bassi di fecondità. Un altro dato interessante evidenzia che se il numero "atteso" dei figli è di 2,19, il numero "effettivo" è stato nel 2005 di 1,33 per coppia, questo a significare che c'è una discrepanza tra ciò che le donne dichiarano di desiderare e la realtà.

## LAVORO DI CURA E LAVORO SALARIATO

Un tema molto controverso, che aggiunge complessità al discorso sul ruolo e sulle problematiche di genere, e che io ritengo centrale, è quello che interroga le dinamiche ed i rapporti, nonché l'assetto sociale, derivati dal lavoro di cura in relazione a quello retribuito.

Si legge nel *Manifesto di Rivolta Femminile* del 1970<sup>9</sup>:

«Noi identifichiamo nel lavoro domestico non retribuito la prestazione che permette al capitalismo, privato e di stato, di sussistere. Detestiamo i meccanismi della competitività e il ricatto che viene esercitato nel mondo dalla egemonia dell'efficienza. Noi vogliamo mettere la nostra capacità lavorativa a disposizione di una società che ne sia immunizzata. La parità di retribuzione è un nostro diritto, ma la nostra oppressione è un'altra cosa. Ci basta la parità salariale quando abbiamo già sulle spalle ore di lavoro domestico? »

In tutte le forme di convivenza l'atto di alimentare, pulire, accudire ed ogni momento del vivere quotidiano dovrebbero essere gesti reciproci.

«La casa è stata considerata il regno della donna, mentre il mondo era il regno degli uomini. La Regina aveva il compiere di governare entro le sue mura provvedendo all'ordine, alla pulizia, all'organizzazione delle attività che si svolgevano al suo interno: mangiare,

dormire, provvedere all'assistenza di vecchi e bambini, e in casi di festività, ricevere parenti, ma, soprattutto, aveva l'obbligo di renderla accogliente e confortevole per il ritorno dell'uomo»<sup>9</sup>. Per le donne la casa è stata il luogo dove si attende, per gli uomini il posto dove si fa ritorno.

Poco stimato nei secoli, con la rivoluzione culturale del Sessantotto il lavoro domestico venne denigrato; le casalinghe a tempo pieno ne videro crollare il valore sociale. Le giovani divenute padrone di casa in quegli anni misero in chiaro che non avrebbero copiato le madri; il mondo esterno era troppo attraente per lasciarsi invischiare in banali, snervanti, ripetitive incombenze. La generazione più vecchia assistette impotente allo scempio di un intero patrimonio di saperi popolari. La sociologa Paola Piva presenta questa ricostruzione:

«Nella sfera domestica entrò lo spirito contrattuale dei tempi. Nel 1976 Laura Balbo profilò il mestiere in tre aree: casa (come spolverare, lavare, stirare), burocrazia (come banca e bollette), familiari (come cucinare, vestire, curare le malattie). Femministe, operaie e sindacaliste si frequentarono. Fu elaborata una piattaforma in tre punti. Uno: alleggerire, ridurre ai minimi termini compiti necessari. Due: forzare l'uomo a fare la sua parte. Tre: trasferire una quota di servizi fatti in casa ai servizi pubblici. Convergemo tutte, sia le emancipate che puntavano al lavoro extra-domestico, sia le donne arruolate sul fronte della liberazione sessuale propense a scansa-

re ogni lavoro, dentro e fuori. Un filone minoritario del femminismo rivendicava il salario alle casalinghe; ma l'indennizzo economico sembrò un diversivo rispetto all'obiettivo primario.

Il progetto politico era sensato, ma venivano avanti nuovi stili di vita. La società dei consumi stava alzando lo standard domestico. Ad un certo punto la *domesticità* si spostò dal polo negativo verso quello positivo. E il lavoro di casa cresceva: si diffuse il ricorso alla colf. Se il primo punto della piattaforma - semplificare il lavoro domestico - è stato travolto dalla complessità, oggi però le donne possono scegliere quale valore concedergli nella definizione di sé. Casa e maternità non sono tutto; il femminile si esprime su tanti piani. Anche il secondo punto - negoziare il lavoro domestico coi familiari - è cambiato di segno. Famiglie da disfare e rifare, convivenze variabili hanno allenato le donne al cambiamento, raffinando le capacità contrattuali nei confronti di uomini, figli, genitori. Più arduo ottenere servizi pubblici. »

Sarebbe riduttivo definire il lavoro femminile sommerso, tutte le attività erogate nella vita quotidiana che non conoscono valorizzazione economica, unicamente come lavoro casalingo: dagli anni settanta è nata la definizione *lavoro di cura*. Premura, sollecitudine, impegno, diligenza, attività, compito, pensiero, preoccupazione, riguardo, assistenza, custodia: sono molti i sinonimi del termine cura. «In termini moderni potremmo persino definirli *mission*, che è sempre ovviamente an-

4.2 donne e lavoro: locandina del film  
Dalle 9 alle 5 orario continuato



**PITTOGRAMMI REALIZZATI IN UN'OTTICA DI GENDER MAINSTREAMING**



che una *vision*: più che un modo di guardare il mondo, la cura è un modo di abitarlo»<sup>10</sup>.

Per Lidia Menapace, che fin dall'inizio del dibattito femminista ha nominato questo lavoro più precisamente come economia della riproduzione (qualificata dai tre aggettivi, biologica, domestica e sociale), la cura è il modo che ne caratterizza l'erogazione. La cura è un modo, cioè una forma dell'essere, una sinergia di pensieri, gesti, atteggiamenti e tutto ciò che realizza compiutamente una prestazione lavorativa nell'economia della riproduzione. Economia che non riguarda lavori socialmente utili ma indispensabili, a cominciare da quello della riproduzione biologica, origine della stessa esistenza umana e fondante della società, passando per quella domestica, inscindibile dall'abitare umano, fino a quella sociale: scuola, sanità e pubblica amministrazione, da cui deriva la forma stessa dello Stato.

«La cura è il modo di svolgere un lavoro che non può dare profitto. Per questo però è così difficile riconoscere le forme organizzative ed il valore di questo lavoro, fondato sulla cura, in un'economia appiattita sul modello aziendale e l'asservimento al mercato». Tali lavori non si possono fare con incuria, noncuranza, trascuratezza, disinteresse, distrazione, indifferenza, negligenza. Senza cura questo lavoro non esiste perché non se ne configura l'esito, il gesto della cura non si ripete mai uguale perché si adatta alle circostanze, alle persone, agli eventi.

Nell'immaginario collettivo e comune il lavoro è quello retribuito, in cui c'è uno scambio

tra attività svolta, professionalità utilizzata e salario. È questo il lavoro che appare sulla scena pubblica, quello classificabile, che si esamina e si studia. Ed è quello le cui modalità di svolgimento sono incardinate sul modello maschile.

Questo modello non vede, non pensa e non ritiene che la relazione, la cura, gli affetti, la genitorialità, l'accudimento, l'assistenza, la gestione del tempo, siano anch'esse forme di lavoro, anche se non retribuito, non visibile e pertanto, semplicemente ignorato. Le donne non svolgono un solo lavoro, ma due: quello retribuito e quello gratuito e invisibile. Questa duplicità è connaturata alla loro vita.

Oggi non esiste un'analisi del lavoro dal punto di vista di genere. Esso viene descritto e valutato su due piattaforme parallele diverse: quella delle donne che rimane interna ai loro vissuti e quella usata dalla politica e dall'economia, che gode del crisma della scientificità, e contribuisce ad alimentare l'immaginario comune e il pregiudizio<sup>11</sup>.

Quando le donne sono entrate nel mercato del lavoro in modo visibile e consistente, il loro apporto è stato considerato integrativo ed aggiuntivo all'economia della famiglia. Un apporto non strettamente necessario, dal momento che altro era il loro ruolo. Rimane solida, in questa visione, il pensiero che vede nella famiglia e nella casa il "luogo delle donne".

Con questa idea che il lavoro delle donne sia aggiuntivo ed integrativo dell'economia familiare si negano alla radice gli aspetti identitari, sociali, di affermazione di sé, di equa di-

stribuzione che sono interni allo stesso concetto di lavoro.

Il movimento femminista ne ha individuato le potenzialità, le ricchezze, le differenze, ma non è stata elaborata una teoria capace di sorreggere le richieste di cambiamento. Di fatto questo limite ha lasciato campo libero al modello dell'organizzazione del tempo e del lavoro che rimangono comunque anche oggi declinate a misura maschile. Lo stesso sistema pensionistico riconosceva di fatto implicitamente il doppio sfruttamento: il lavoro non riconosciuto, la non esplicitazione della sua complessità permette, oggi, di sostenere in nome della presunta parità, un sistema pensionistico unico non flessibile.

Come evidenzia un'esperta di lavoro quale la sindacalista Susanna Camusso: «In questa incompiutezza di pensiero irrompono ora le giovani donne che progettano il loro lavoro e criticano quanto il movimento delle donne ha prodotto finora sul piano culturale e dei diritti. La scommessa che vogliono vincere è quella di un lavoro come progetto pensato, perseguito, conciliato. Un progetto ambizioso, importante, che si scontra con le condizioni dell'economia, con il tentativo evidente di un arretramento sul piano dei diritti. Tanto che le giovani precarie organizzate hanno coniato lo slogan: *precarietà è contraccizione*. È la precarietà che mette in discussione il diritto alla maternità, un diritto socialmente riconosciuto, ma che in realtà non trova alcuna cittadinanza nel lavoro. Un lavoro precario impedisce la maternità e diventa paradossalmente, e tragicamente, un metodo contraccettivo. Ma anche la fotografia del la-

voro femminile retribuito non è consolante: fa emergere il differenziale retributivo, di inquadramento e un pregiudizio sulla maternità che non arretra.

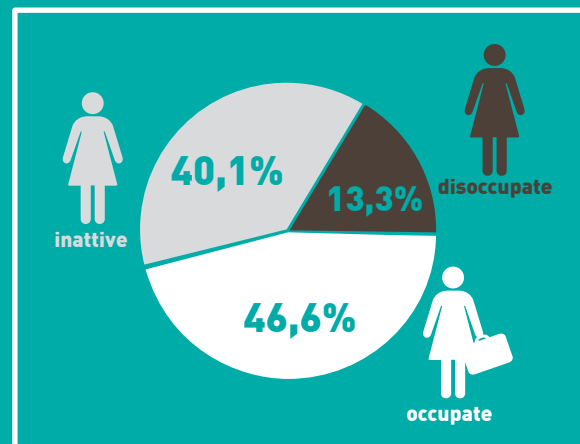
Per queste ragioni il lavoro come progetto richiede una parità non omologante e una misurazione della qualità che guardi alle competenze, alle relazioni, e infine un sistema previdenziale che, riconoscendo la disparità, riconosca la molteplicità dei lavori»<sup>12</sup>.

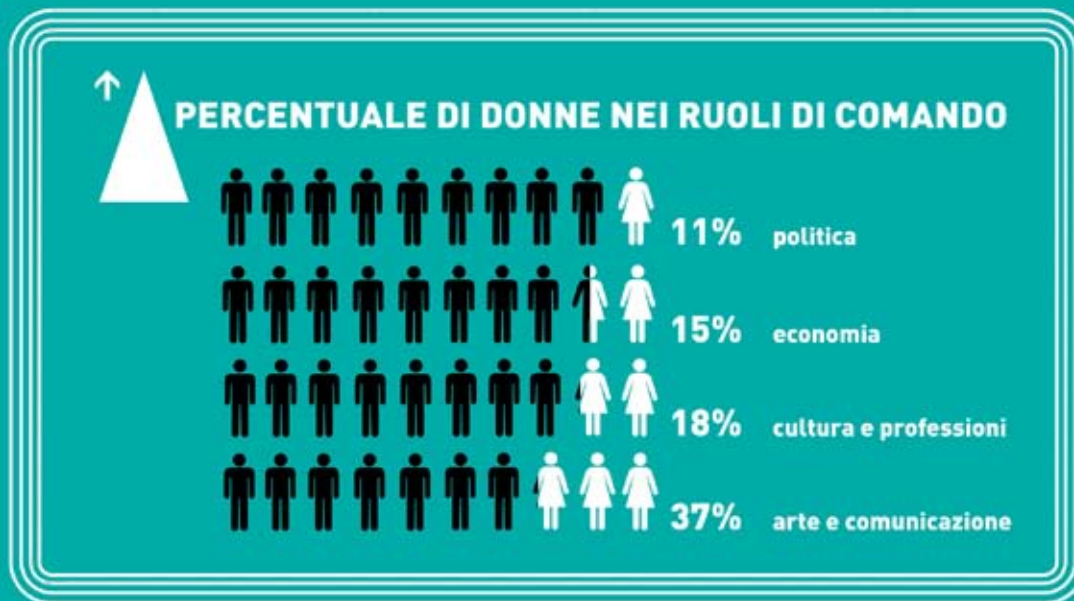


# SEGREGAZIONE ORIZZONTALE E SEGREGAZIONE VERTICALE



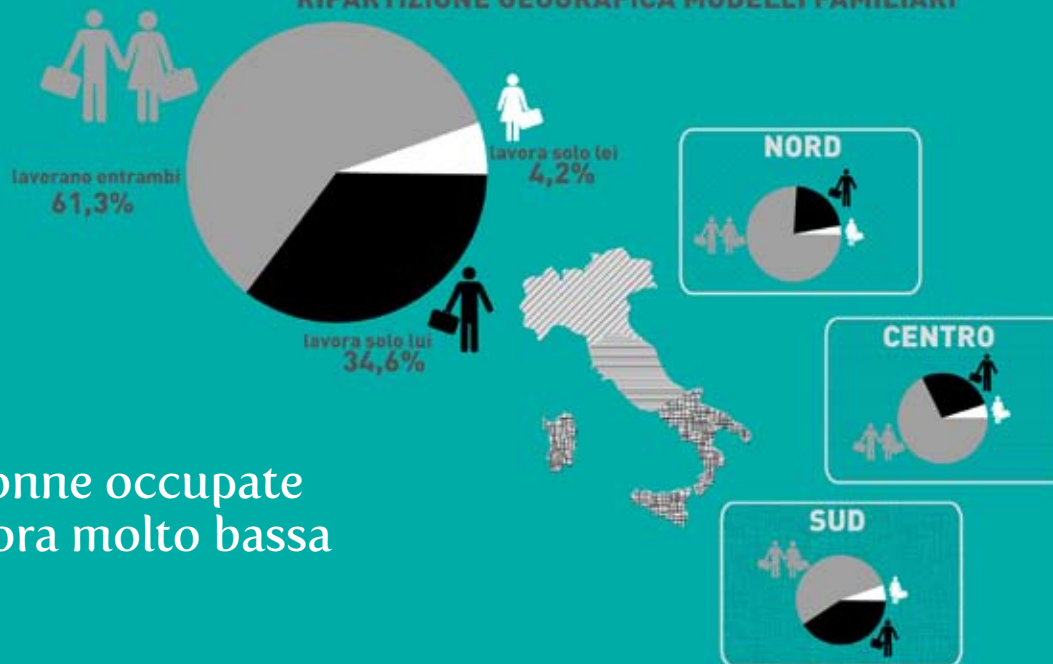
le donne guadagnano in media il 17% in meno degli uomini





## MODELLI FAMILIARI

### RIPARTIZIONE GEOGRAFICA MODELLI FAMILIARI



la percentuale di donne occupate nel sud Italia è ancora molto bassa

# MATERNITÀ ED OCCUPAZIONE

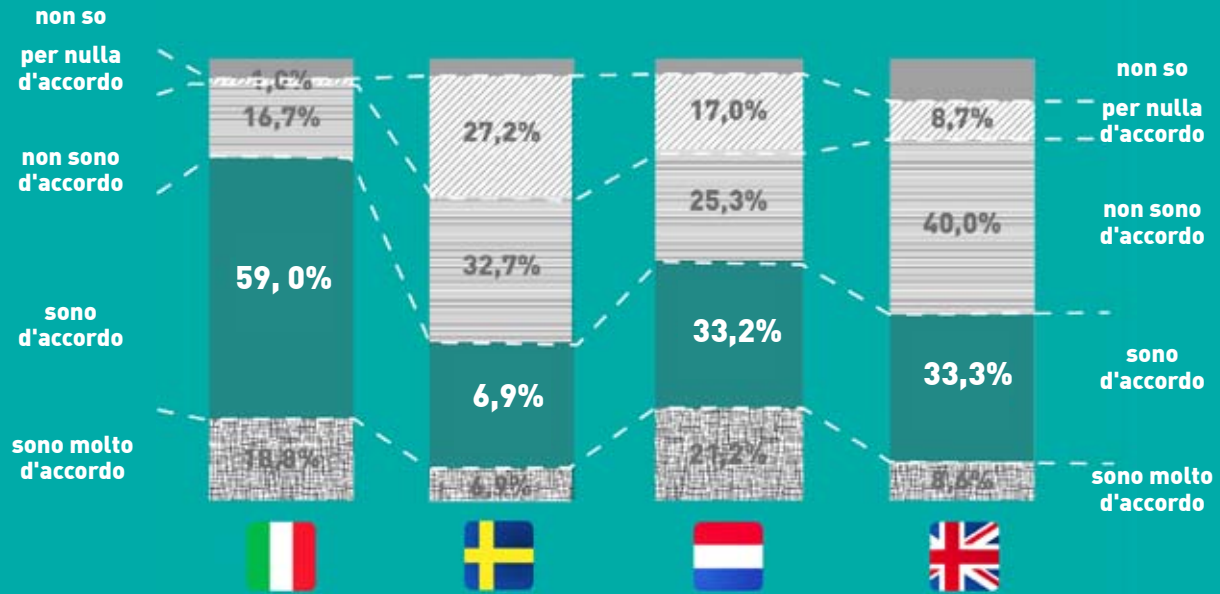
## UN PROBLEMA CULTURALE?\*

TASSI DI OCCUPAZIONE PER GENERE, CONDIZIONE FAMILIARE E NUMERO DI FIGLI  
(PERSONE 35-44 ANNI)

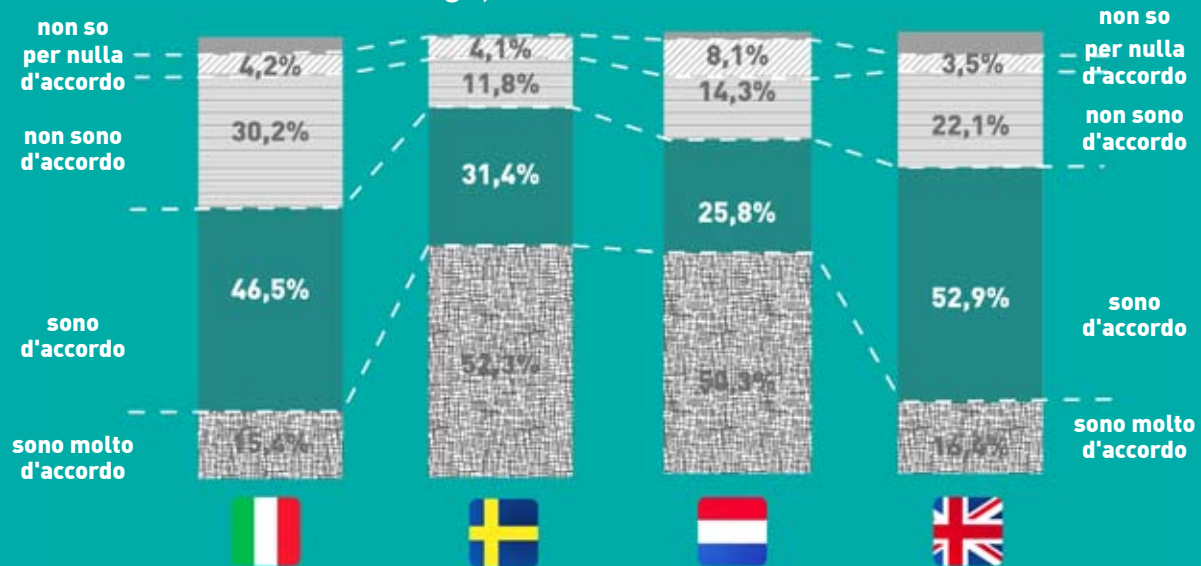


\* Fonte: ISTAT, rcfl, 2007

## i bambini in età pre-scolare soffrono se la madre lavora?



## una madre che lavora riesce a stabilire un legame forte e sicuro con i figli, come una madre che non lavora?

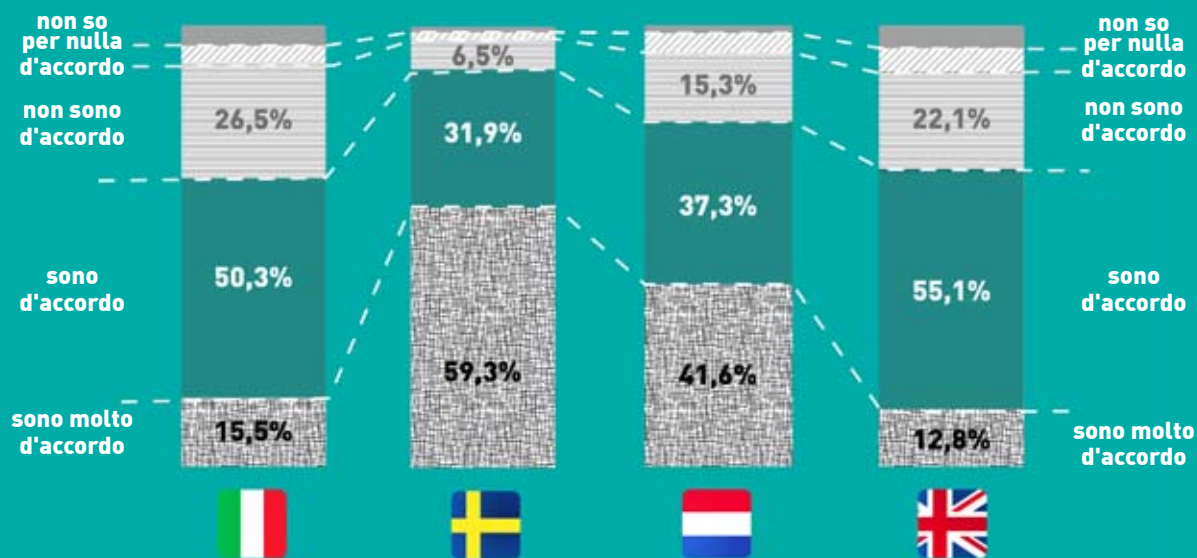




# MATERNITÀ ED OCCUPAZIONE

## UN PROBLEMA CULTURALE? \*

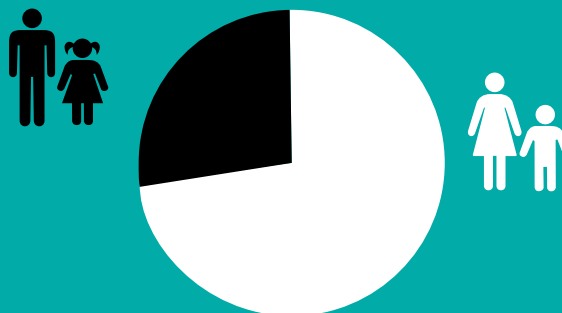
i padri sono adatti a prendersi cura dei bambini?



63% delle madri occupate non riceve aiuto in casa. Le altre contano sul partner solo nel 17% dei casi

# LAVORO DI CURA

## TEMPO TRASCORSO CON I FIGLI\*



28% delle donne che lavorano dichiara di conciliare con difficoltà casa e ufficio

## TEMPO SPESO A SVOLGERE LAVORI DOMESTICI\*

1 h 13 min VS 5 h 30 min



le donne italiane dedicano ai lavori di cura 8 volte il tempo che vi dedicano gli uomini

«Non ci si può aspettare che le donne si dedichino alla propria emancipazione fino a che un numero considerevole di uomini non sia pronto a unirsi a loro in questa impresa»

John Stuart Mill,  
The subjection of women, 1896

## UOMINI

Dalle riflessioni presentate emerge chiaramente la necessità di un coinvolgimento maschile. La stessa definizione di *questione femminile* (sebbene negli ultimi tempi abbandonata in favore della terminologia *problematiche di genere*) appare estremamente inadeguata a fronte di un insieme di complessi fenomeni che riguardano tutta la società. Come sottolineò Elena Giannini Belotti, i ruoli rigidi e prestabiliti e gli stereotipi a riguardo danneggiano non solo le donne ma anche gli uomini, non liberi di mostrarsi fragili o sensibili o dedicarsi ad attività che contrastano con l'idea diffusa di mascolinità.

Stefano Ciccone, dell'associazione *Maschile Plurale*, ritiene sia importante parlare nelle scuole e precisa che parlare di genere non vuol dire parlare di "questione femminile", ma di questioni che sono legate alla vita di uomini e donne, trasversalmente, che riguardano scuola, lavoro, società. Bisogna interrogarsi sul come proporre un modello maschile che dica ai ragazzi che esiste un altro modo di essere uomo. Il genere non dovrebbe essere una "questione", ma l'educazione di genere dovrebbe rientrare nell'educazione di base, per creare le fondamenta del processo di divenire uomini e donne.

Sebbene una larga parte del femminismo sia ancora rigidamente contrario ad una riflessione comune sui reciproci ruoli (in particolare il femminismo della differenza, che incentra le sue politiche proprio su separazione e distacco) e mostri scetticismo verso gli uomini che vogliono avvicinarsi al loro per-

corso, sono nati alcuni gruppi di uomini che riflettono sull'identità maschile. I primi sorsero negli anni Settanta in California e in diversi paesi scandinavi; nella nostra penisola i principali sono *Maschile Plurale* e *Uomini in cammino*, cui fanno riferimento altri gruppi costituitisi negli anni in varie città italiane, che seguono un percorso di incontri, dibattiti e convegni (spesso in collaborazioni con le associazioni femministe) e pubblicano regolarmente le loro riflessioni nei rispettivi portali in rete<sup>13</sup>.

Miguel Lorente, professore e membro del gruppo maschile di Granada (Spagna) sostiene che «devono essere gli uomini a prendere posizione in maniera chiara contro la disuguaglianza e la violenza di altri uomini, ma se lo si fa in nome della mascolinità si può cadere nello stesso errore di sempre, nel conseguimento di un meccanismo che contribuisce alla modificazione dell'esistente senza sradicarlo dai comportamenti sociali»<sup>14</sup>.

A guidare il percorso di questi uomini è la ricerca di nuovo modello maschile, distante dalla visione patriarcale e legato ad altri valori, da raggiungere. Sperimentando una lettura critica del proprio vissuto, dell'educazione ricevuta, in un confronto tra uomini; cambiando il linguaggio cercando di valorizzare sempre le differenze di genere; promuovendo la pratica e l'esercizio delle decisioni in comune, dell'attribuzione di compiti paritari, dello scambio dei ruoli; mantenendo viva la riflessione sulle tematiche relative alle differenze di genere, contribuendo a creare modi nuovi di vita, perché quelli tradizionali si rivelano sempre più fallimentari.

Tema centrale sono la riflessione sulla (o sulle) maschilità, la critica dei ruoli e del mito della virilità, un approccio alla sessualità maschile che consideri il corpo umano nella sua interezza biologica, psichica e sociale come fonte di sensibilità e soggetto di relazioni pacificate. Osvaldo Pieroni scrive: «non è facile essere maschi al di là dei ruoli dominanti, liberandosi dagli stereotipi aggressivi del cacciatore, del guerriero, del dominatore e del padre-padrone. È difficile per i maschi parlare di se stessi e delle proprie esperienze

personali, del proprio "io" emozionale, della propria sessualità e del proprio pene, organo di senso e di percezione dell'altro, connesso al corpo intero. La relazione maschile con l'esperienza del corpo sessuato e situato, nel tempo, nello spazio, nell'ambiente, si rivela troppo spesso alienata, oscura, eteronoma»<sup>15</sup>.

Elisabeth Badinter propone "l'uomo riconciliato". La riconciliazione illustra la dualità, il ricongiungimento con la femminilità originaria ed emerge da quel processo



In questa pagina:  
4.6 Membri dell'ASUC, la  
rete degli uomini casalinghi  
Nelle pagine successive:  
4.7 vignetta di Pat Carra su  
donne e lavoro

recente definito come *rivoluzione paterna*. Questa emerge nell'ambito della democratizzazione della famiglia ed implica processi definibili come trasformazioni dell'intimità. La riconciliazione avviene nella "nuova" relazione padre-figlia/o ed implica una mobilitazione emozionale e corporea che emerge dalle attività di cura, dal *maternage*. Contrariamente alla tradizione culturale e linguistica, il *maternage* non ha sesso e significa nutrire fisicamente ed affettivamente. La riattivazione di capacità percettive, sensoriali e motorie, ed affettive, la consapevolezza della propria responsabilità nei confronti dell'altro, tutto ciò comporta una ridefinizione di sé e della propria maschilità che passa attraverso una esperienza pratica, chiamando direttamente in causa il corpo del maschio, i suoi gesti, i suoi movimenti e le sensazioni e lo pone al di fuori del tradizionale concetto di maschilità. «Questa nuova corporeità entra in gioco, per esempio, quando si cambia la divisione del lavoro per quanto riguarda accudire i bambini piccoli. Oltre alle trasformazioni istituzionali richieste, questo cambiamento ha anche un'importante dimensione corporea. Il lavoro con i bambini piccoli è molto tattile, dal portare a casa il latte a pulire il bambino quando si sporca e cullarlo per farlo addormentare. Impegnarsi in questa esperienza equivale a sviluppare attitudini del proprio corpo maschile diverse da quelle che vengono sviluppate nella guerra, negli sport o nel lavoro di fabbrica. E vuol dire anche provare altri e diversi piaceri»<sup>16</sup>.

Si pone l'accento su quella attitudine, né maschile né femminile, ma semplicemente umana che Badinter definisce *maternage* e che

può essere attivata in modo maschile oppure in modo femminile e nella quale, per quanto sottili, le differenze incorporate permangono senza dar luogo a conflitti o a relazioni di potere.

Un esempio concreto<sup>17</sup> a rafforzare questa idea viene dai pigmei Aka, tribù di cacciatori del Congo settentrionale: quando le madri non sono disponibili ed i poppanti piangono, gli uomini della tribù se li attaccano alla mammella lasciandoli succhiare a piacimento, il latte non ne esce, ovviamente, ma i piccoli si calmano. Partendo da questo dato antropologico, un simposio dell'università di Oxford afferma che il capezzolo maschile è perfettamente equipaggiato per tranquillizzare i neonati e che nell'era preistorica tale comportamento poteva essere la norma tra i padri di famiglia. Gli Aka sono "i papà migliori del pianeta", secondo *Father World* (Il mondo del padre), un rapporto stilato dal convegno di Oxford. In una graduatoria internazionale sul tempo trascorso con i bambini durante una settimana tipica, i pigmei del Congo risultano al primo posto, con il 47%, la percentuale più elevata della Terra. In generale il rapporto registra una crescita globale dell'impegno dei padri nell'allevare i figli rispetto ad una o due generazioni fa: in Gran Bretagna, per esempio, negli ultimi trent'anni è aumentato di otto volte, dunque "non bisogna più meravigliarsi se un padre spinge un pupo in carrozzina".

Su tali questioni un punto di vista innovativo e potremmo dire quasi rivoluzionario, proviene dal *Movimento dei Casalinghi Italiani*. Il presidente Fiorenzo Bresciani afferma che:

«nell' uomo esiste un' indole casalinga che deve essere assolutamente riscoperta per riportare alla luce valori dimenticati, come la vita familiare completamente cancellata dall'affannosa ricerca quotidiana del successo nel campo del lavoro; è importante distinguere fra single e casalinghi: noi abbiamo delle compagne che intendiamo supportare nella vita di tutti i giorni»<sup>18</sup>.

Raccontando la sua esperienza dichiara di non sentirsi affatto sminuito, ma di svolgere anzi un lavoro molto gratificante, fermamente convinto che sia necessario che le donne occupino posti di rilievo nelle professioni, in politica e nel sociale, nel pomeriggio è impiegato come segretario presso l'ambulatorio della moglie (medico). Riferisce della reazione iniziale di parenti ed amici e di come i sorrisi maliziosi e le battute non sono mancate (significativo se proviamo a pensare a come il contrario sia più che accettato). «I nostri associati sono tutti prevalentemente residenti nel centro-nord: Piemonte, Liguria e Toscana in testa. Al sud purtroppo non abbiamo riscontri. Anzi ci guardano con un po' di sospetto. Ma mi rendo conto che là c'è da combattere anche con un problema di cultura assai diversa, dove il capo-famiglia resta l'uomo in tutto e per tutto». Fra le priorità del movimento vi è anche quella di riportare alla ribalta le questioni storiche già rivendicate dal movimento delle casalinghe: maggiore sicurezza nei lavori domestici, assicurazione e pensione integrativa.

Tra le loro dichiarazioni di intenti si legge:

- ◀◀ • l'uomo casalingo è uomo alla potenza, in quanto può occuparsi da solo delle faccende domestiche e ne

assume tutte le responsabilità quando la donna lavora fuori casa.

- l'uomo casalingo è pacifista, perché ripudia ogni cultura di guerra e alla guerra e alle armi sostituisce il dialogo.
- l'uomo casalingo è un uomo libero, perché dal momento che si occupa della casa lo fa in modo libero senza costrizioni.
- l'uomo casalingo ama il suo lavoro perché colui che sceglie di fare il casalingo a tempo pieno rivendica la sua professione ed è attento a ogni problematica.
- l'uomo casalingo è testimone del suo tempo perché tra l'altro favorisce la donna nei ruoli sociali e vive il cambiamento della società. >>>

Affermazioni analoghe provengono da Antonio (primo a far scrivere nel 1985 "casalingo" sulla carta d'identità): «questo è l'unico sbocco possibile per i maschi, che sono afflitti da una profonda crisi di identità. La vivono, nella maggior parte dei casi, senza consapevolezza né lucidità. Dovrebbero abbandonare la corsa al posto di lavoro, alla carriera, al successo per occuparsi invece dell'accudimento, della cura della casa, delle relazioni interpersonali». Nel libro *Casalingo dei miei sogni*<sup>19</sup>, di cui è protagonista, sono presentati vari spunti di riflessione come l'esistenza delle società matrilineari, l'idea di una sessualità maschile diversa dal modello di virilità diffuso, l'idea del vivere in comunità e punti di vista sor-

prendenti riguardo amore, cura dei figli, lavori domestici (visti come gioco e ginnastica), abbigliamento.

Tali esperienze non sono qui raccontate per auspicare un ribaltamento dei ruoli attuali e suggerire che gli uomini debbano rinchiudersi tra le mura casalinghe, ma semplicemente perché è mia intenzione mostrare come la gamma delle scelte progettuali di uomini e donne sia più ampia di ciò che si crede. La mia convinzione è che il cambiamento non possa prescindere dalla riorganizzazione del quotidiano.



## DIRITTI

I primi accordi internazionali a tutela dei diritti delle donne risalgono agli inizi del secolo. Dopo la creazione delle Nazioni Unite, furono formulati alcuni trattati internazionali che si occupavano specificamente di diritti delle donne, come la Convenzione del 1952 sui Diritti Politici delle Donne e la Convenzione del 1957 sulla nazionalità delle donne coniugate. Questo tipo di trattati, però, perse rapidamente la sua rilevanza politica, mentre prevalse la convinzione che il miglior modo di tutelare i diritti umani "universali" fosse l'introduzione nei trattati internazionali di norme generali di non discriminazione.

L'approvazione da parte dell'Assemblea Generale ONU della Convenzione per l'Eliminazione di Tutte le Forme di Discriminazione contro le Donne (CEDAW) avvenne il 18 dicembre del 1979, e segnò una svolta storica nel percorso dei diritti umani delle donne. La Convenzione è il più importante strumento internazionale giuridicamente vincolante in materia di diritti delle donne.

***“È da intendersi quale discriminazione contro le donne ogni distinzione, esclusione o limitazione basata sul sesso, che abbia l'effetto o lo scopo di compromettere o annullare il riconoscimento, il godimento o l'esercizio da parte delle donne, indipendentemente dal loro stato matrimoniale e in condizioni di uguaglianza fra uomini e donne, dei diritti umani e delle libertà fondamentali in campo politico, economico, sociale, culturale, civile, o in qualsiasi altro campo”***

Tale documento indica moltissime misure per eliminare la discriminazione: il diritto al lavoro e nel lavoro (art.11); dai diritti relativi alla salute e alla pianificazione familiare (art.12) all'eguaglianza di fronte alla legge (art. 15), nella famiglia e nel matrimonio (art.16), nell'educazione e nell'istruzione (artt. 5 e10), nella partecipazione alla vita politica (artt. 7 e 8), nello sport, nell'accesso al credito (art.13), nella concessione o perdita della nazionalità (art. 9).

Gli stati che ratificano la Convenzione CEDAW si impegnano non solo ad adeguare ad essa la loro legislazione, ma ad eliminare ogni discriminazione praticata da “persone, enti e organizzazioni di ogni tipo”, nonché a prendere ogni misura adeguata per modificare costumi e pratiche consuetudinarie discriminatorie.

A venti anni dall'entrata in vigore della CEDAW l'Assemblea Generale dell'ONU ha varato il Protocollo facoltativo della Convenzione per l'eliminazione di tutte le forme di discriminazione contro le donne: lo strumento che ha allineato la convenzione ai principali testi internazionali in materia di diritti umani, e di possibilità di ricorso in caso essi siano violati.

Il Protocollo infatti definisce due diverse procedure di intervento:

- una procedura di denuncia, utilizzabile sia da singole donne che da gruppi di donne per denunciare al Comitato sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione contro le donne i casi di violazione delle norme stabilite dalla Convenzione. Tale procedu-



ra viene definita dalle Nazioni Unite come “procedura per la presentazione di comunicazioni” (“communications procedure”);

- una procedura d'indagine, che conferisce al Comitato CEDAW il potere di condurre indagini sui casi di violazioni gravi o sistematiche dei diritti umani delle donne nei paesi che hanno sottoscritto il Protocollo facoltativo.

Il Protocollo facoltativo CEDAW è stato adottato dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite il 15 ottobre 1999, a venti anni dall'approvazione della Convenzione.



## INIZIATIVE POLITICHE E ISTITUZIONALI

Come si è cercato di esaminare, sussistono numerose ineguaglianze che vedono le donne subire situazioni definite “inaccettabili per una democrazia”<sup>20</sup>.

Il Consiglio europeo, ha riconosciuto che, insieme alla lotta alla disoccupazione, la promozione delle pari opportunità è un compito fondamentale dell'Unione. Più specificamente, la Commissione per le Pari Opportunità del Consiglio d'Europa si è chiesta: «è normale che nel 1996, quasi quarant'anni dopo la firma del trattato di Roma, permangano importanti disparità salariali tra uomini e donne? E come non preoccuparsi per l'ingente disoccupazione femminile e per la crescente femminilizzazione della povertà? È normale che così poche donne partecipino, nell'Unione in generale, alle istanze decisionali? E come si possono tollerare le violazioni alla dignità delle donne, le violenze di cui esse sono oggetto in Europa e nel mondo?».

Si è visto come sia in atto un processo che rende estremamente complessa la conciliazione del lavoro e della vita familiare e che produce continui cambiamenti nel rapporto tra i sessi (e nei ruoli ad essi connessi), al centro del quale c'è quella che viene definita una “rigida separazione della sfera pubblica e di quella privata in un ambito maschile e in uno femminile”.

L'azione dell'Unione Europea si orienta così in base al principio del *mainstreaming*, che

prevede di inserire la problematica della parità delle opportunità in tutti gli ambiti della vita sociale, e a quello dell'*empowerment*, volto ad ottenere una partecipazione egualitaria delle donne e degli uomini nei luoghi di potere e di influenza, e nelle relazioni decisionali in ogni sfera della società, sviluppando, attraverso azioni concrete, gli strumenti necessari a questo fine.

Un fattore su cui è utile soffermare l'attenzione è il persistere degli *stereotipi sessisti*, che vengono citati, nel lavoro della Commissione, come un elemento pervasivo dei rapporti sociali in genere, ma “relativamente inosservati” proprio quando sono in atto nella società. Le indicazioni verso il superamento di tali stereotipi sono volte alla creazione di politiche pubbliche che evidenzino e riflettano le differenze tra i sessi nell'ambito dell'istruzione, nel mercato del lavoro e nella famiglia, in modo tale che gli stereotipi stessi siano più facilmente analizzabili e descrivibili.

Proprio per impegnarsi su questo particolare aspetto, decisamente rilevante, l'Unione si è dotata dello strumento degli *Women's studies*, centri universitari e di ricerca che hanno come oggetto dei loro studi le tematiche connesse alle donne. Purtroppo il diffondersi di questo tipo di esperienza avviene negli Stati membri secondo uno sviluppo diseguale.

La Commissione Europea, nel 1996, definisce come Pari Opportunità “l'insieme di azioni e politiche tendenti verso una situazione di assenza o rimozione di ostacoli alla partecipazione economica, politica e sociale in ragione del sesso, realizzando un'effettiva parità tra uomini e donne”. La Commissione, inoltre,





evidenzia la necessità che “la parità avvenga tra soggetti, liberi di sviluppare le loro capacità personali e quindi anche le loro inclinazioni, l’autonomia personale, e quindi anche capace di valorizzare le differenze”<sup>21</sup>.

A livello comunitario l’art. 141 del Trattato di Amsterdam del 1997 formalizza il principio dell’“effettiva e completa parità fra uomini e donne nella vita lavorativa” e segna l’inizio di un nuovo stadio nello sviluppo delle politiche di uguaglianza di genere nell’Unione Europea. Precedentemente le *women’s policy* europee erano limitate semplicemente alla questione delle pari opportunità nei salari. Numerose critiche nei confronti di queste politiche sono state segnate dal riconoscimento dell’incapacità della norma liberale di “uguaglianza” di introdurre sostanziali cambiamenti socio-economici nelle odierne società di mercato<sup>22</sup>.

L’inadeguatezza del semplice approccio dell’“uguale trattamento” è stata riconosciuta nel discorso pubblico delle istituzioni europee, in modo particolare dalla Corte di Giustizia: «Anche quando candidati uomini e donne sono ugualmente qualificati, i candidati uomini tendono ad essere promossi rispetto alle candidate donne soprattutto a causa di pregiudizi e stereotipi riguardanti il ruolo e le capacità delle donne nella vita lavorativa ed alla paura, ad esempio, che le donne interrompano la loro attività più frequentemente, che a causa delle attività familiari siano meno flessibili rispetto all’orario lavorativo, che possano essere più frequentemente assenti dal lavoro a causa di una gravidanza, della nascita di un figlio o per l’allattamen-

to. Per queste ragioni, il mero fatto che un candidato e una candidata siano egualmente qualificati non significa che abbiano le stesse possibilità»<sup>23</sup>. L’articolo 141 ha segnato l’istituzionalizzazione di politiche attive volte ad eliminare l’ineguaglianza in tutte le attività dell’Unione, un cambiamento sostanziale rispetto alla garanzia di uguale trattamento e non discriminazione.

L’attuale sistema normativo in materia di parità e pari opportunità tra uomini e donne testimonia, con sempre maggiore evidenza, un fondamentale mutamento di prospettiva verificatosi negli ultimi decenni nella considerazione delle problematiche femminili, mutamento il cui esito è rappresentato dall’elaborazione e dallo sviluppo delle politiche di genere.

In particolare, da una concezione della tutela delle donne orientata alla predisposizione di interventi, per lo più settoriali, di protezione ovvero di rimozione degli ostacoli giuridici alla piena affermazione del principio di eguaglianza formale tra i sessi – solennemente sancito dall’art. 3 della nostra Costituzione – si è ormai definitivamente passati ad un’ottica di promozione della piena ed effettiva partecipazione delle donne alla vita politica, sociale ed economica necessaria alla compiuta affermazione dell’identità di genere e alla valorizzazione della specificità femminile.

La Commissione europea ha adottato una strategia quinquennale per utilizzare al meglio il potenziale delle donne, contribuendo così a realizzare gli obiettivi socioeconomici generali dell’UE, formulando degli obiettivi

concreti per il 2015 per la promozione della parità fra uomini e donne in Europa.

La strategia traduce i principi definiti nella “Carta delle donne” della Commissione europea in misure specifiche che puntano tanto ad aumentare la presenza femminile nei consigli di amministrazione delle società. Le iniziative dell'UE a favore della parità tra uomini e donne hanno contribuito a migliorare la vita di molti cittadini europei. Alcune tendenze recenti si rivelano incoraggianti: aumenta la presenza delle donne sul mercato del lavoro (quasi il 60% in media nell'UE, rispetto al 52% del 1998) e sono migliorate la formazione e l'istruzione. Nell'Unione europea il 59% dei laureati è rappresentato da donne di età compresa tra 20 e 24 anni. Le disparità di genere sussistono, però, in molti settori. Nel mercato del lavoro le donne sono ancora presenti soprattutto nei settori meno remunerati mentre sono sotto rappresentate nei posti di responsabilità.

Oltre alla lotta per le pari opportunità lavorative, una delle questioni più delicate cui l'Europa cerca di far fronte è il difficile problema della violenza di genere, tematica spesso ignorata, in ogni caso poco conosciuta. Una recente indagine Eurobarometro (marzo 2010) ha misurato la percezione che l'opinione pubblica ha della violenza domestica contro le donne. Tra febbraio e marzo 2010 sono stati intervistati 26.800 cittadini in tutti i 27 Stati membri dell'Unione.

La lotta contro la violenza di genere è una delle azioni più sostenute, secondo l'indagine dall'87% dei cittadini europei. Una persona su quattro conosce qualcuno che ne è sta-

to vittima.

«Per rilanciare il motore della crescita, l'Europa dovrebbe usare meglio il talento delle donne» - ha affermato Viviane Reding, Commissario per la Giustizia, i diritti fondamentali e la cittadinanza e vicepresidente della Commissione europea - «In passato non sono stata una fautrice delle quote rosa per i posti di responsabilità nelle imprese, ma considerati gli scarsi progressi in questo settore, in futuro potremmo dover pensare ad iniziative di questo tipo a livello europeo».

La strategia sulla parità di genere adottata dalla Commissione europea prevede una serie di azioni basate su cinque priorità: l'economia e il mercato del lavoro, la parità salariale, la parità nei posti di responsabilità, la lotta contro la violenza di genere e la promozione della parità all'esterno dell'UE. Sulla scia di tali direttive sono stati avviati progetti parlamentari, istituzionali, di collaborazione trasversale tra istituzioni e società civile. In Italia, oltre ai gruppi già citati che agiscono in un ambito auto-organizzato e non istituzionale, vanno evidenziati i progetti promossi dal Ministero per le Pari opportunità.

“Italia 2020” - Programma di azioni per l'inclusione delle donne nel mercato del lavoro - dicembre 2009: è un piano strategico di azioni per la conciliazione dei tempi di lavoro con i tempi dedicati alla cura della famiglia e per la promozione delle pari opportunità nell'accesso al lavoro.

Svariati progetti sono stati avviati negli ulti-

mi anni per monitorare la presenza femminile nei media e verificare quali modelli di donna vengono veicolati dai vari mezzi di comunicazione di massa e quale funzione essi svolgono rispetto al mutamento culturale in atto nel paese, guidati dal desiderio di far emergere la molteplicità di ruoli e tipologie di donne esistenti nella realtà che sono altro dagli stereotipi, pochi e obsoleti, cui si fa riferimento.

Fra essi a mio parere i più significativi sono:

- *Mozione sul ruolo della donna nelle trasmissioni televisive*: presentata in Senato nel settembre 2007; fra gli atti si legge che “un'indagine del Censis del 2006, svolta nell'ambito del progetto europeo WOMEN AND MEDIA IN EUROPE, ha dimostrato come l'immagine della donna offerta dalla televisione italiana sia stereotipata e molto spesso non corrispondente all'effettivo ruolo ricoperto dalle donne nella realtà della vita quotidiana”;
- *Nuova campagna sul divario di retribuzione tra donne e uomini*: inaugurata dalla Commissione Europea nel marzo 2009. Partendo dalla constatazione che «In tutta Europa, le donne percepiscono in media una retribuzione inferiore del 17% circa rispetto a quella degli uomini e in alcuni paesi tale divario si sta allargando sempre di più» con l'obiettivo di combattere la discriminazione e le disuguaglianze che continuano a caratterizzare il mercato del lavoro.
- *Convegno Donne e media*: promosso dai Comitati Pari Opportunità del Ministero per lo Sviluppo Economico e di Enea (2010); ad esso è seguito un appello alle istituzioni e al mondo della comunicazione per porre fine all'“incessante e selvaggia strumentalizza-

zione che continua a farsi delle donne e del loro corpo”;

- Commissione di vigilanza *Comunicazione e ruolo delle donne*: istituita dal Ministro delle Comunicazioni e dal Ministro per le Pari Opportunità nel 2004;

È particolarmente interessante il commento al Documento Finale dell'ultima iniziativa redatto da Maria Ida Germontani, all'epoca parlamentare e presidente del Gruppo di Studio Interministeriale:

«« Ogni medium è un tramite per arrivare a conoscere o comunicare qualcosa. Nessun tramite però è neutro [...]. È tempo di fare attenzione in merito a quali contenuti, quali valori culturali autentici ed etici si vogliono comunicare attraverso i media. Essi hanno un ruolo sempre importante nel trasformare la percezione della realtà, ridefinire le situazioni sociali e addirittura contribuire a modificare i rapporti tra generazioni e tra uomini e donne. Nello stesso tempo però i media stessi non interpretano adeguatamente un'opinione pubblica che è composta da uomini e donne. Questo primato dei media si trasforma, quindi, in un monopolio dell'informazione “maschile” che limita ancora la presenza delle donne e non esalta la ricchezza e la diversità dei ruoli che esse hanno conquistato nella vita reale. Occorre prendere atto che vi è una distanza notevole tra il nuovo protagonismo delle donne nella società e nella famiglia e l'universo femminile rappresentato dai media. »»

Quello che segue è un estratto del Decalogo elaborato dalla Commissione *Comunicazione e ruolo delle donne*<sup>24</sup>:

«« Premesso che l'obiettivo di una democrazia compiuta è assicurare pari dignità e pari opportunità a tutti i cittadini anche attraverso una corretta comunicazione; Considerato che la comunicazione, in tutte le sue forme, può avere, per il suo immediato impatto sul pubblico, grande valore di sensibilizzazione culturale; Considerato in particolare che molte forme di comunicazione, specie in considerazione del mezzo, sono “subite” dal pubblico e che per tali forme dovrebbero essere stabiliti principi di accettabilità; Preso atto che esistono forme di espressione che offendono la dignità umana e della donna in particolare; Rilevata quindi l'esigenza di sollecitare lo sviluppo di forme di comunicazione che promuovano la qualità dell'immagine femminile;

Il Gruppo di Studio ritiene opportuno definire alcuni principi basilari cui la comunicazione stessa dovrebbe ispirarsi al fine di rappresentare correttamente e promuovere positivamente l'immagine della donna quali:

1. rispettare la dignità della persona e della donna in particolare;
2. rendere riconoscibile e promuovere la molteplicità dei ruoli e la specificità delle conoscenze della donna nella società contemporanea;
3. sollecitare ogni azione che possa facilitare il temperamento di tali ruoli;
4. valorizzare la centralità della figura femminile nella famiglia;

5. incentivare la rappresentazione della professionalità delle donne in ogni campo;
6. privilegiare rappresentazioni o affermazioni dalle quali sia esclusa ogni forma di violenza fisica e morale sulle donne;
7. rispettare la sensibilità di tutte le componenti sociali escludendo il ricorso a rappresentazioni indecenti o volgari;
8. evitare ogni forma di forzata rappresentazione di immagini attinenti alla sessualità se prive di giustificazione nel contesto in cui viene inserita la figura femminile;
9. rappresentare l'indipendenza intellettuale e culturale della donna;
10. promuovere programmi che diffondano la cultura della parità nel mondo dei bambini e comunque delle nuove generazioni. »»

### Note

1. Ricerca dell'ISTAT – Istituto nazionale di statistica – a cura di Linda Laura Sabbadini nell'ambito delle iniziative promosse dal Ministero per le Pari Opportunità, i cui atti del convegno finale sono stati pubblicati nel 2004
2. Rocco Buttiglione, ottobre 2004. Buttiglione all'epoca era deputato in Parlamento con il partito UDC.
3. Pruna M. L., *Donne al lavoro*, Il Mulino, Bologna, 2007
4. Dati OCSE
5. Istat 2009
6. La grande enciclopedia della donna è una raccolta di fascicoli settimanali editi dalla Fratelli Fabbri e venduti in edicola dal 1962 al 1966. Ne è stato tratto un compendio nel 2007 edito da Rizzoli

7. Pruna M. L., *Donne al lavoro*, Il Mulino, Bologna, 2007
8. Accardi C., Banotti E., Lonzi C., *Manifesto di Rivolta Femminile*, Rivolta Femminile, Roma, 1970
9. Gallucci L. in *Parola di donna*, a cura di Ritanna Armeni, Ponte alle Grazie, Firenze, 2011
10. Pesenti R. in *Parola di donna*, a cura di Ritanna Armeni, Ponte alle Grazie, Firenze, 2011
11. Opinione di Susanna Camusso tratto da *Parola di donna*, a cura di Ritanna Armeni, Ponte alle Grazie, Firenze, 2011
12. *Ibid.*
13. <http://www.uominincammino.it> e <http://maschile-plurale.it>
14. Tratto dal foglio del gruppo Uomini di Pinerolo, maggio 2005, scaricabile sul sito [www.uominincammino.it](http://www.uominincammino.it)
15. Pieroni O., *Pene d'amore. Alla ricerca del pene perduto. Maschi, ambiente e società*, Rubbettino editore, 2002
16. Connel R. W., *Maschilità. Identità e trasformazioni del maschio occidentale*, Feltrinelli, Milano, 1996
17. I successivi dati sono ripresi un articolo di Enrico Franceschini su *La Repubblica* del 15.6.05
18. La Nazione On Line 09-07-2001
19. Maura Da Bianca, *Casalingo dei miei sogni*, Edizioni Il Tiaso, 2005
20. Commissione Europea 1995:2
21. Commissione Europea, 1996: 12
22. More 1996; Hervey e Shaw 1998; Shaw, 2000
23. Caso C-409/95 *Marschall v. Land Nordrhein-Westfalen* (1997) ECR I-6363
24. presentato al pubblico in occasione della Conferenza stampa di presentazione della Commissione (Roma, 15 ottobre 2002) e raccolto negli atti del convegno *Donne in politica: quale spazio nella comunicazione radiotelevisiva* tenutosi a Roma, 20 gennaio 2004 (edizioni Demetra)





## CAPITOLO 5

# Stereotipi nell'immaginario culturale

Tutti i prodotti culturali ed i messaggi trasmessi dai mass media sono in stretta correlazione e si influenzano reciprocamente. Parlando di società e immaginario culturale può essere utile provare a capire come sono stati creati i personaggi femminili nei diversi settori e quale evoluzione hanno subito. La cultura, a volte, è la descrizione di un mondo maschile che definisce l'identità della donna in relazione a se stesso, e non alla donna stessa.

Nella storia della produzione culturale incontriamo soprattutto «personaggi maschili impegnati in mirabolanti avventure e figure femminili di scarso rilievo, o semplicemente passive e ansimanti accanto all'eroe di turno. Ciò è dovuto ad una concezione tutta al maschile del genere "avventura" che ha una radice storica nella tradizione orale della cultura occidentale. La tradizione ha riservato lo spazio aperto e interminabile della dimensione dell'avventura al genere maschile, mentre la ristrettezza dello spazio interno è stata appannaggio di quello femminile»<sup>1</sup>. Non solo la tradizione letteraria, anche i romanzi, i fumetti, il cinema, la televisione, hanno di solito rispettato questa divisione di ruoli. Le azioni, lo spazio, il tempo riservati alle figure femminili, sarebbero stati, quindi, estremamente limitati e circoscritti.

«Nella letteratura popolare del secolo scorso, come nell'odierna cultura di massa, alle donne viene negata qualsiasi identità, essa è semplicemente un oggetto che si possie-

de. Queste fantasie a senso unico non possono essere interpretate che come il segno dell'ostilità maschile che si concretizza in impulsi aggressivi strettamente intrecciati agli impulsi sessuali»<sup>2</sup>.

Propongo quindi una breve riflessione su come la problematica si rifletta in alcuni ambiti culturali quali fumetto, letteratura, animazione, cinema, pubblicità, televisione, videogiochi, giochi da tavolo, la cui natura è tale da far trasparire un sentire collettivo. L'analisi non è esaustiva dell'argomento ma la rassegna di casi presentati è sufficiente ad evidenziare gli stereotipi più diffusi e ricollegarli direttamente alla già esaminata dicotomia uomo-azione e donna-attesa.

## FUMETTO

Se pensiamo ad alcuni celebri fumetti rintracciamo una sistematica divisione dei ruoli e ci rendiamo conto di quanto i personaggi femminili siano sovrastati dal protagonista maschile e spesso ricoprano ruoli di secondo piano.

Un'accurata analisi dei personaggi maschili e femminili nel mondo del fumetto e della loro relazione viene svolta da Rossella Laterza e Marisa Vinella<sup>3</sup>.

I *comics* sono nati agli inizi del ventesimo secolo negli USA, società capitalista per eccellenza, e l'immagine femminile che se ne trae è quella duplice della moglie-madre e

«L'immaginario  
è ciò che tende a  
diventare reale»

André Breton, 1948

dell'oggetto sessuale.

Queste donne di carta spesso sono arrivate ad imporre alle donne reali dei modelli precisi di comportamento e canoni estetici, come negli stereotipi della moglie, della madre, dell'eterna fidanzata, della falsa emancipata e della pseudo liberata: riflettono un unico punto di vista che è, come sempre, quello maschile.

I personaggi femminili del fumetto dimostrano di aver perfettamente interiorizza-

to il ruolo della donna (assunto dalla società capitalistica con la divisione del lavoro per classe, sesso e cultura): tutte le loro caratteristiche fisiche e psicologiche sono un ossessivo omaggio alla "mistica della femminilità", somma di una serie di condizionamenti e miti; insomma la donna delle strisce, prima ancora d'essere personaggio è funzionale ai dinamismi sociali volta per volta, e contemporaneamente diretta, al pubblico femminile attraverso i suoi messaggi conformizzanti.

Anche il fumetto odierno vede la donna non

com'è veramente ma come la desidera l'uomo: in parte a causa dei canoni estetici ed in parte a causa dei disegnatori stessi (spesso maschi), che impongono al personaggio il loro *imprinting* sessuale.

Lungo il corso della storia del fumetto si possono individuare alcuni stereotipi ricorrenti fino agli anni sessanta:

- *Le mogli-matriarche*: la serie delle mogli-matriarche americane nasce in un'ottica di stabilizzazione della famiglia. In queste avventure la donna riveste il ruolo della moglie prepotente e brutta; si accanisce sul marito al tempo stesso vittima e personaggio principale. Ecco alcuni esempi: *Flo*, donna che sgobba dalla mattina alla sera nelle faccende domestiche e svolge inoltre il suo lavoro di colf; a sua figura sembra dominare l'uomo, in realtà emergono i classici difetti da sempre attribuiti alla donna: pignoleria e senso del dominio. *Momma* è un personaggio creato da Mel Lazarus: è una madre che tenta di esercitare il suo potere su figli adulti calati in una cultura moderno-patriarcale senza scalfirne la totale indifferenza.

- *Le segretarie*: negli anni 30-40, anni in cui l'America (a causa dell'esplosione del settore terziario e del diffondersi degli uffici industrializzati) ha stretto bisogno delle "ragazze d'ufficio", il ruolo delle donne dei fumetti è quello di convincere le giovani ad intraprendere un lavoro, che però non offrirà loro molte possibilità di carriera o di guadagno. Le protagoniste di carta offrono alle lettrici il modello della donna efficiente, priva di vezzi femminili, che non perde il suo tempo con



5.2

la famiglia, ma che si dedica solo al lavoro. Prototipi questi sono creati in funzione della donna fredda e ragionatrice, chiamata a sorreggere la nazione.

• *Le maggiorate*: Nel secondo dopoguerra si offre alla donna, attraverso i fumetti, l'identificazione in un'immagine molto femminile, non più preoccupata di produrre, ma solo di apparire appetibile e desiderabile. «Con il mito della maggiorata, della bambola stupida ma bella, le eroine delle strisce sono in funzione di una femminilità più dolce e disponibile, che faccia dimenticare la parentesi della guerra e ricacci la donna tra parrucchieri e istituti di bellezza. Queste donnine dal *sex appeal* malizioso, sembrano sventolare la bandiera dell'emancipazione, ma in realtà sono solo simboli del sesso e di prestigio per l'uomo che riesce a conquistarle».

• *Le donne libere*: Negli anni 60 si affiancano alle produzioni monopolistiche delle case editrici piccole fanzine di dissenso. Il panorama dei modelli femminili comincia a frantumarsi in una serie di messaggi, differenti secondo la qualità del pubblico. Continua la scalata alla conquista della libertà sessuale da parte delle eroine di carta, che assumono il ruolo di protagoniste assolute dei loro fumetti, portatori di modelli eversivi. Nascono così le donnine libere dai tabù sessuali e la loro maggiore disponibilità, motivata da una scelta autonoma, si traduce in una sete illimitata di "maschi" e di sesso. Tutto ciò porta inevitabilmente al ribaltamento del tradizionale rapporto uomo-donna.

Anche queste immagini femminili però ven-

gono usate, in funzione di una rivoluzione sessuale che nei fumetti colti assume la colorazione di denuncia sociale e dei costumi (qui il sesso si nasconde dietro l'alibi dell'"impegno" intellettuale). Il mito del capovolgimento della morale viene invece decisamente fuorviato nelle produzioni più volgari, in cui il tema della liberazione è più esplicitamente distorto. Il sesso e la violenza che queste "femmine fumettate" emanano, è la prova del rifiuto dell'immagine della donna liberata, la cui reale lotta per l'emancipazione appare, sulle strisce, manipolata e filtrata da un'ottica partigiana. Le eroine del fumetto pornografico non esprimono che la rivincita dell'uomo sulla donna, vista in queste storie come una dominatrice virago, crudele e sanguinaria, che è in funzione di un'esperienza schizofrenica del sesso. Questa produzione fumettistica quindi non è specchio del desiderio di liberazione della donna d'oggi, ma soddisfa le esigenze di consumo di un pubblico esclusivamente maschile.

Nella prima metà degli anni sessanta, proprio nel campo dei fumetti nascono fermenti vitali e spetterà alla Francia il ruolo di centro propulsore di una loro rivalutazione e riformulazione. Nel 1962 nasce dalla mente di J.C.Forest *Barbarella*, l'archetipo di una nuova eroina di carta; essa infatti afferma spregiudicatamente il diritto della donna al piacere, all'assoluta libertà nei suoi atti e al completo potere sul proprio corpo. Il suo autore la definisce come "la donna d'oggi, la donna libera, quella che si sceglie i suoi partners e che l'invita ad una danza sfrenata d'eroticismo; dopo di che, li getta via come limoni spremuti, avendone avuto abbastanza".

Nelle pagine precedenti ed in queste pagine:

5.1 *Persepolis*, di Marjane Satrapi;

5.2 *Barbarella*, locandina del film con Jane Fonda tratto dall'omonimo fumetto;

5.3 cover di un episodio di *Vampirella*





In queste pagine:  
 5.4 Lucy Van Pelt, personaggio  
 dei Peanuts di Charles Schultz;  
 5.5 Valentina di Guido Crepax;  
 5.6 Julia, di Giancarlo Berardi



*Barbarella* s'ispira al modello di donna proposto dall'attrice B. Bardot, il maggiore *sex-symbol* degli anni 60, emblema della donna sensuale ed intelligente, dal fisico fresco, dagli atteggiamenti anticonformistici, moderna e sicura di sé. La vera rivoluzione di Forest è di aver ribaltato nel fumetto il tradizionale rapporto ineguale tra uomo e donna, nell'aver proposto un modello di donna poligamica, la cui emancipazione non è solo legata alla sua frequente nudità. *Barbarella* si è ribellata alla secolare tirannia maschile; anche se il suo autore finisce per collocarla in un futuro troppo lontano, come a garanzia degli attuali privilegi e del presente squilibrio di potere.

Verso la fine degli anni sessanta nascono, accanto ai movimenti di liberazione della donna, anche le donnine di carta agguerrite e pronte a schiavizzare l'uomo, splendide e feroci; personaggi come *Modesty Blaise* ed *Eva Kant* sono espressione non tanto dell'immagine in evoluzione della donna odierna, quanto la rappresentazione profonda che si ha della sua mutazione, sentita dai lettori e dai disegnatori come una paurosa minaccia esistenziale. Il desiderio d'emancipazione ed uguaglianza pertanto viene distorto da queste eroine le quali, caratterizzate da un'aggressività e da una sessualità nevrotica ed esasperata, estranea ai canoni di femminilità, ritornano ad essere oggetti sessuali concepiti per la saturazione visiva dei lettori.

È da osservare, però, che nei fumetti non sempre l'eroticismo crea un genere autonomo: il più delle volte è utilizzato come piccante condimento delle storie di fantascienza, spionaggio, avventura. Accanto al filone del fu-

metto erotico, di fantascienza e d'avventura, nasce anche quello con la fissazione maniacale per la violenza e la morte, quali attributi di una sessualità alienata. Questi fumetti appaiono alla fine degli anni 60 e sollecitano oltre all'eroticismo anche il sadismo dei lettori. Come sempre è la donna l'oggetto sul quale si riversano i più illeciti sogni sadici. Un personaggio esemplare è *Vampirella*.

Una trattazione specifica richiedono le figure femminili bambine: a volte legate allo stereotipo dell'orfanello sfortunato, a volte estremamente intelligenti e provocatorie, quasi sempre presentate in un contesto del tutto distaccato dal mondo adulto, con cui permane una profonda incomunicabilità. *Lucy Van Pelt*, personaggio dei *Peanuts* di Charles Schultz, ha 8 anni ed è in conflitto continuo con il mondo maschile: determinata, arrogante e perfida nelle sue battute sugli uomini. *Mafalda*, creata da Quino e pubblicata dal 1964 al 1973 è una bambina dallo spirito ribelle, profondamente preoccupata per l'umanità e per la pace nel mondo. Pone a sé e ai suoi genitori domande candide e disarmanti a cui è difficile, e a volte impossibile, rispondere. Sono domande che mostrano le contraddizioni e le difficoltà del mondo degli adulti, nel quale *Mafalda* rifiuta di integrarsi.

Il ventennio di anni ottanta e novanta è segnato dall'avvento del computer e dell'elettronica, e soprattutto dalla massiccia invasione dell'estetica nipponica. Arrivano i manga e i cyborg, ritorna la fantascienza, con ambientazioni post-atomiche e panorami apocalittici. Le scene di sesso e violenza si fanno più esplicite, le emozioni più forti, con un linguaggio grafico spettacolare di stampo volu-

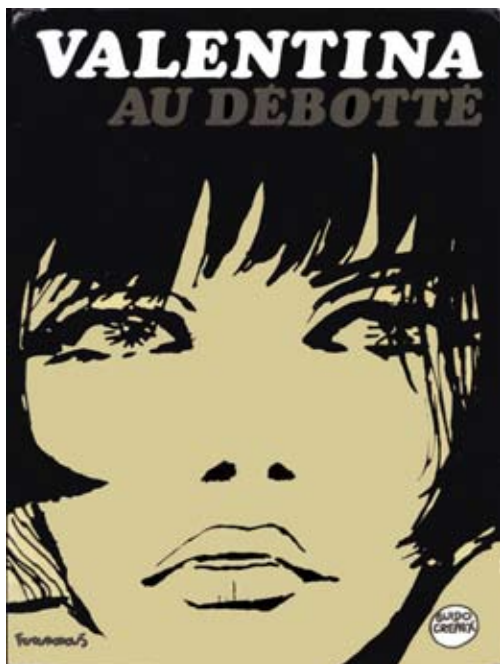
tamente tecnologico, che avvicina il fumetto ai videogame. Gli eroi sono alternativamente uomini o donne, in un rapporto di parità ormai consolidato. Alle soglie del terzo millennio, i rapporti sentimentali nelle strisce risentono della generale crisi di valori e perdita di centro delle generazioni contemporanee. Il fumetto indaga tematiche esistenzialistiche, con personaggi ricchi di sfumature sentimentali e razionali. La confusione dei sessi è una delle novità di quest'ultimo periodo, liberato dagli stereotipi omosessuali del fumetto pornografico.

In questi anni si realizza una svolta nella composizione di personaggi femminili. Alcuni

esempi celebri: *Legs Weaver*, investigatrice spaziale; Sara Pezzini in *Witchblade*, procace investigatrice; *Julia*, criminologa. Alcune sono "figlie" di *Valentina* di Crepax, con cui condividono il fisico sinuoso, appariscente e sensuale; altre ne hanno ereditato la curiosità, l'intuito investigativo, il gusto per l'avventura e il brivido, la determinazione.

Ad eccezione di poche brillanti produzioni, come ad esempio i fumetti di ispirazione autobiografica di Marjane Sartrapi, giovane artista iraniana che crede fermamente nelle potenzialità del suo mestiere e nella dinamica del riso («Ridere è una forma di compresio-

ne globale, l'umorismo, se associato all'illustrazione non conosce confini»<sup>4</sup>) e le vignette umoristiche di Pat Carra, che mettono in scena una visione ironica femminile e femminista, le più attuali eroine del fumetto propongono un'immagine femminile molto simile a quella delle più recenti rappresentazioni del cinema e della TV. Le protagoniste seducenti, timide ed indifese, di qualche decennio fa, lasciano il posto ad un nuovo tipo di eroina, meno indifesa, ma altrettanto seducente e pericolosa. Ancora una volta ritroviamo l'antica dicotomia, creata dallo sguardo maschile sull'universo femminile: santa o prostituta, Madonna o Eva.



5.5



5.6

In queste pagine:  
 5.7 copertine della letteratura  
*Chick Lit*;  
 5.8 Alice, primo personaggio  
 femminile Disney non passivo



5.7

## LETTERATURA

Non è questa la sede adeguata per una ricostruzione della narrativa e della saggistica al femminile o sul femminile, verranno solo presi in considerazione alcuni esempi di come gli stereotipi siano presenti e pervasivi anche in ambito letterario nelle produzioni più recenti.

Virginie Despentes, scrittrice e regista francese, sostiene che la nostra società è straordinariamente permissiva "quanto alla libera circolazione corporale e intellettuale della donna", ma tale diffusione di voci femminili veicola un solo messaggio: "Non abbiate paura di noi": donne libere, ma non troppo, affermate professionalmente, ma meno degli uomini, che dipendono da un padre, da un compagno, da un figlio. E sono belle: «Nessuna società ha mai preteso altrettante prove di sottomissione ai diktat estetici, altrettante modificazioni del corpo per renderlo femminile»<sup>5</sup>.

È difficile uscire da quella che Simone de Beauvoir raccontava come l'autocostrizione della donna all'armonia. Osservando il panorama letterario si vede un proliferare senza crisi di libri Harlequine (di cui *Harmony* è la collana di punta) nati negli anni cinquanta, letti da milioni di donne in tutto il pianeta. Tali narrazioni, in genere, hanno una struttura fissa: incontro – innamoramento – ostacolo-risoluzione. *Chick lit*, la letteratura per pollastrelle: protagoniste, ragazze intorno ai trent'anni, furbe, attive professionalmente - ma non troppo- single, a caccia di uomini: risorge, e trionfa, la ricerca del marito. Dan-

do per scontato che una donna che scrive di sesso sia sinonimo di libertà *a prescindere*, si stampano centinaia di titoli di manualistica per donne: guide per sedurre, per essere sedotte, per innamorarsi, per tradire, per farsi sposare. Così come il "fenomeno" *Le Regole*, tanto famoso da aver dato origine ad una "controffensiva" maschile, una rassegna di principi che farebbero rabbrivire le femministe.

Loredana Lipperini cita *He's just not into you: no-excuses guide to understanding guys* (Non è tanto preso: la guida senza scuse per capire gli uomini), scritto dagli autori di *Sex and the City* nel 2004, best seller in America, evidenziandone e criticandone il messaggio: gli uomini sono egoisti, dei criminali emotivi e disconnessi e le giovani donne belle intelligenti sembrano disperate per averli comunque.

Quello che emerge, insomma, è che negli ultimi anni si è smesso di parlare di persone e si è ricominciato a parlare di maschi e di femmine. Non si parla di scelte individuali, o indotte da una determinata condizione sociale: ma di identificazione in un genere sessuale. Una donna che agisce *come* un uomo. Dopo il 2005, complice la trasposizione cinematografica di *Memorie di una geisha* di Arthur Golden ritorna il simbolismo della servitrice fedele: una delle frasi ripetute alla protagonista del film è "la felicità che nella vita devi inseguire non è la tua". Eppure, come ricorda un uomo, il giornalista Federico Rampini il simbolismo della geisha è chiarissimo: "Dopo avere incarnato il sogno della liberazione dal puritanesimo vittoriano, la geisha offre l'agognata rivincita contro la donna occidentale, è la fuga ideale verso un Oriente favoloso dove il ma-

schio è servito e adorato. il ritorno «alla morbida dolcezza di una femminilità finora considerata antica, alla necessità di sfumare l'indipendenza a ogni costo per restituire armonia al rapporto uomo-donna».

Per i libri, come per il cinema e per i videogiochi, si impone l'idea secondo la quale il moltiplicarsi delle offerte corrisponderebbe a un totale svincolamento dallo stereotipo. Nei fatti, la creazione di figure femminili nuove nell'immaginario è fenomeno alquanto raro.

A dimostrazione di ciò si può citare il dossier *I personaggi che più hanno influenzato la storia senza essere mai esistiti*. Fra i primi cinquanta ci sono il principe azzurro, Sigfrido, James Bond, Marlboro Man, Babbo Natale, Edipo, Sherlock Holmes, Apollo. I personaggi femminili sono in numero molto minore ma è interessante capire quali siano le figure dell'immaginario che avrebbero lasciato traccia nel tempo: Pandora, Cenerentola, che solo grazie al matrimonio riscatta la propria miseria, Chatterley, Giulietta, l'innamorata, Barbie, Hester Prynne, l'adultera della *Lettera scarlatta*.

## ANIMAZIONE

Parlando di cinema d'animazione il primo pensiero privilegia il colosso dell'animazione Walt Disney e l'enorme impatto dell'immaginario da questo creato. Le "donne Disney" sullo schermo animato hanno rivestito quasi sempre il ruolo stereotipato di femmina dolce, palpitante, a volte petulante, ma sempre



In queste pagine:  
5.9 locandina di *Coraline*;  
5.10 Betty Boop



5.9

fedele all'ideale maschile a cui sono legate e da cui dipendono. Le scelte dei realizzatori dei lungometraggi cadranno sempre - almeno fino al 1989, anno de *La Sirenetta* - su storie e modelli di narrazione tratte da favole classiche della tradizione occidentale, opportunamente rimaneggiate e depurate dalle componenti più cupe e violente. In quest'ottica, «l'eroina o la figura femminile principale è sempre una fanciulla casta e pura, minacciata da un'ingiustizia più grande di lei, e che trova salvezza nel fondamentale intervento maschile, il proverbiale principe azzurro». Paradigma di questa concezione è proprio il primo lungometraggio Disney, *Biancaneve e i sette nani*, dove la protagonista è una ragazzina dodicenne soave e dallo spirito casalingo (si affretta a rigovernare spontaneamente la casa dei nani, ancor prima che le venga chiesto), detestata per le sue doti di bellezza e grazia dalla strega cattiva. Curiosamente la strega, nella sua forma iniziale, è in realtà molto più attraente e interessante di Biancaneve, ma l'ideologia morale disneyana (evidentemente condizionata dalla censura decisamente repressiva della Hollywood dell'epoca) ne sottolinea le caratteristiche di modello negativo oscuro e pesante, comunque ammorbidito sotto molti aspetti rispetto alla originale concezione dei fratelli Grimm. Non molto diversamente va con *Cenerentola*, anche se siamo ormai nel 1950 e l'industria cinematografica comincia a dare segno della volontà di liberarsi dei lacci censori troppo restrittivi riguardo ai costumi. «Cenerentola è un'adolescente "quasi sexy", ed è questa volta efficacemente contrapposta ad una corte di parenti acquisite brutte e dall'evidente destino di "zitelle"<sup>6</sup>».

Il lieto fine e la dimensione del personaggio, però, si inquadrano sempre nel destino di essere salvata da un ennesimo principe azzurro, che interviene quasi magicamente quando i sogni della ragazza si scontrano con la realtà oppressiva della matrigna e delle perfide sorellastre. Si affranca parzialmente da questa condizione uno dei personaggi Disney più particolari mai portati sullo schermo, quell'Alice che si trova a viaggiare in un Paese delle Meraviglie dove la logica è stravolta e il mondo fantastico attraversato non si piega necessariamente alle leggi della realtà. Pensato originariamente da Lewis Carroll come un mondo fatto di giochi di parole e stravolgimenti matematici e linguistici dalla carica notevolmente eversiva (all'interno e in conseguenza dei quali Alice - e con lei il lettore - sperimenta una preoccupante perdita d'identità), il Paese delle Meraviglie Disney diventa una specie di gigantesco mondo dei giochi immaginario di Alice, una bambina vivace e curiosa, che vive però l'esperienza sempre nei limiti, appunto, del gioco e di una condizione infantile che è garanzia di salvezza e innocenza. Ne *La bella addormentata nel bosco* (1959) dove la dolce principessa è nelle mani dell'amato che alla fine deve salvarla da un'altra figura femminile indipendente e minacciosissima, la strega-drago Malefica. Ne *La Carica dei 101* questo personaggio di donna crudele e spregiudicata assume un ruolo ancora più centrale: Crudelia DeMon, ormai più folle che strega, «vamp ossuta e sfiorita, chioma bianconera, bocchino lunghissimo, un trucco troppo carico»<sup>7</sup>.

I cartoni animati però non sono solo «quelli di Walt Disney». Se per i lungometraggi il suo

predominio è indiscutibile, per il mondo delle serie TV non lo è affatto. I cartoni animati sono stati fin dagli albori dell'arte cinematografica uno dei mezzi di intrattenimento più diffusi. Negli anni trenta e quaranta, prima della II Guerra Mondiale, numerose case produttrici si gettarono a pieno regime realizzando cartoni.

Il primo dei personaggi femminili di rilievo è *Betty Boop*, prototipo della Femme Fatale, modellata su un mix tra Betty Grable e Mae West, celebre attrice degli anni '30, che aveva fatto della provocazione più o meno esplicita a sfondo sessuale il suo cavallo di battaglia. Anche Betty Boop porta con sé una sensualità fino ad allora sconosciuta nel mondo casto e spensierato dei cartoni animati. Vestita con una sottoveste cortissima che lasciava scoperte le gambe e con più di un accenno di seno, Betty Boop non poteva che far scomparire le varie Minnie e Olive che popolavano i cartoni animati di quel periodo. Donna sola che si guadagnava da vivere con i suoi mezzi (il più delle volte cantando e ballando in locali esotici), Betty Boop evocava un qualcosa di diverso dagli altri personaggi femminili, e non c'è da stupirsi se il progressivo puritanesimo che prese piede nel mondo dei cartoni animati prodotti negli USA, la relegasse prima ai margini e poi ne decretasse la scomparsa.

Proseguendo nella nostra esplorazione ci si trova di fronte a un'assenza. Nei personaggi Warner Bros e Hanna & Barbera l'eclisse dei personaggi femminili è semi totale. Bugs Bunny, Daffy, Tom & Jerry, Yogi solo per citare alcune icone dei cartoon, sono maschi. Le donne sono comprimarie, figure nel-

lo sfondo che servono solo a far sviluppare la storia ma che non assurgono mai al ruolo di protagonista.

In tempi più recenti sempre più spesso il cinema di animazione sceglie per protagoniste-eroine delle bambine o delle ragazze: *Un ponte per Terabithia* (2007), *Persepolis* (2007), trasposizione cinematografica della graphic novel della già citata Marjane Sartrapi, *La volpe e la bambina* (2007), *Ponyo sulla scogliera* (2008), *Coraline* (2009). Queste giovani sono rappresentate come una forza trascinante, vero e proprio motore dell'evoluzione umana.



### CINEMA

Se dagli albori del diciannovesimo secolo lo sviluppo delle figure femminili nella settima arte rispecchia l'evoluzione riscontrabile nella narrativa e nel fumetto e possiamo individuare le stesse categorie stereotipate, una ventata di freschezza può essere individuata nella comparsa delle eroine nel giallo e nella fantascienza, genere a lungo appannaggio degli uomini, a partire dagli anni Ottanta.

Già dal 1978, Jamie Lee Curtis interpreta la sorella di un feroce e indistruttibile mostro assassino Michael Myers, nella famo-

sa saga *Halloween*, che la costringerà ogni volta a combatterlo fino a sconfiggerlo; negli anni '90, nell'ambito televisivo (e poi nella derivazione cinematografica), Gillian Anderson alias Dana Scully in *X-files* dimostra quanto il femminile riesca ora a spingersi non solo nell'avventura, ma anche nel brivido, nell'horror e nel paranormale. Negli anni Novanta la donna diventa detective in delitti sanguinosi ed efferati, come ad esempio Jodie Foster alias Clarice Starling ne *Il silenzio degli innocenti* (1991), di Jonathan Demme.

La giornalista Paola Casella nel saggio *Cinema: femminile, plurale* compie un'analisi accu-



In questa pagina e nelle successive:  
5.11 una scena del film *Volver*;  
5.12 frame del film *Dogville*;  
5.13 e 5.14 pubblicità sessiste;

rata, analizzando le figure femminili nel cinema contemporaneo e le interpretazioni che i registi hanno inteso dare al loro ruolo. Come spettatori non siamo abituati a fare caso al significato che un singolo regista dà alle donne dei suoi film, ma ad un'attenta osservazione si diventa coscienti della chiara evoluzione del personaggio femminile.

Il periodo considerato dalla Casella per la sua analisi va dalla fine degli anni Novanta fino, sostanzialmente, ad oggi. Il percorso tracciato lungo questo arco temporale prende forma soprattutto attraverso lo studio di alcuni film d'autore ma anche di opere meno ambiziose. A cavallo del Duemila, la donna veniva rappresentata al cinema attraverso storie di maternità e femminilità negate, scelte spesso obbligate per poter competere in un mondo maschilista, mondo che le costringe a comportarsi come gli uomini.

La prima parte è dedicata alle donne crudeli, sbagliate, ignorate: si evidenziano i ruoli interpretati dall'attrice Isabelle Huppert, che ha portato sul grande schermo «una serie di donne “cattive”, sessualmente perverse e genitorialmente inadempienti o inadeguate». Molta attenzione, tra le altre, è posta anche sull'attrice Julianne Moore, che ha interpretato diverse donne accomunate dal cliché punitivo della femminilità. Per esempio in film come *Lontano dal paradiso* (2002) di Todd Haynes e *The Hours* (2002) di Stephen Daldry, interpreta protagoniste vittime delle epoche in cui vissero, tra gli anni Quaranta e Sessanta, tempi in cui la sessualità femminile era una caratteristica da tenere pudicamente nascosta, in cui la società si rifiutava di accettare donne intelligenti, disinibite ed emotiva-

mente complesse.

Si inseriscono in questo filone di rappresentazione negativa anche i film di Lars Von Trier, rappresentante tipico della paura maschile a «confrontarsi con il femminile nella sua complessità, arrivando a punire simbolicamente, attraverso i suoi film, l'altra metà del cielo» arrivando a proporre «la figura femminile come agnello sacrificale di una società – quella occidentale, e in particolare quella statunitense – in cui la sopraffazione del forte sul debole e la supremazia della prepotenza sulla gentilezza costituiscono la regola di vita»<sup>8</sup>.

Pellicole come *Le onde del destino* (1996), *Dancer in the dark* (2000), *Dogville* (2003) e *Manderlay* (2005) hanno per protagoniste donne vittime del loro essere donna e per di più straniere, “punite” da uomini attraverso abusi sessuali e incolpate di crimini da loro non commessi: esse si immolano per espia-re i peccati di un'intera società dove il dominio maschile assume le forme più bieche. Come se il regista volesse dire che «la redenzione del mondo occidentale passa attraverso l'umiliazione rituale di una donna di buon cuore e di incredibile spirito di sacrificio».

Secondo Casella anche l'italiano Gabriele Muccino ha quasi sempre dato un ritratto assai negativo delle donne, spesso dipinte come insopportabili e dispotiche nei confronti dei loro uomini. Un esempio su tutti è fornito dal film *L'ultimo bacio* (2001), dove le protagoniste erano: Giulia, intransigente e isterica, Arianna, crudele ed egoista, e Livia, una neomamma che non faceva altro che abbaiare al

marito infantile e irresponsabile, umiliandolo di fronte al figlio.

Dal 2005, però, la Casella nota una rottura in questo trend di rappresentazione fortemente negativa: la donna, infatti, inizia a diventare una nota di speranza per il futuro, legata proprio a quell'istinto materno fino a poco prima oscurato, che porta con sé principi come quello dell'altruismo e della costruttività.

Si afferma l'idea di una donna in grado di guardare più lontano degli uomini. E ciò che per esempio emerge, suggerisce l'autrice, dai lavori del regista di origini indiane M. Night Shyamalan: nella sua filmografia è sempre il sesso “debole” a riuscire a vedere oltre la realtà, a fare da guida. Le nuove figure femminili sono anche «donne visionarie che sanno vedere oltre le apparenze, donne disposte a lasciarsi attraversare dalla verità e a proclamare ad ogni costo. Donne capaci di trasmettere il proprio sapere femminile di generazione in generazione».

La studiosa individua i cardini della nuova figura positiva in quella che è la rivalutazione del ruolo materno: sono le madri che trascinano la vita verso il futuro e ne assicurano la continuità, sono le donne quindi a rappresentare una speranza per il futuro dell'umanità. Possiamo addurre una forte critica alla visione di Casella: più che una positiva novità si dovrebbe parlare di un triste ritorno all'associazione donna-madre, e all'unica possibilità di realizzazione femminile nell'assoluta dedizione agli altri. Un ritorno ad una visione che dagli anni delle contestazioni si è cercato, a quanto pare senza successo, di superare.



Casella prende a modello *Erin Brockovich*, di Steven Soderbergh, del 2002. La pellicola vede Julia Roberts nei panni di una donna che combatte una grave ingiustizia. È proprio il suo essere mamma, e quindi il preoccuparsi del futuro dei suoi figli che la porta ad intraprendere questa battaglia contro un'azienda che ha contaminato le falde acquifere di una cittadina californiana, provocando tumori ai residenti: sono innumerevoli le scene in cui si vede Erin ottenere risultati con in braccio la bimba più piccola. Nel 2008 è la volta di Clint Eastwood che con *Changeling* racconta la storia di Christine, una ragazza madre di fine anni Venti il cui figlio scompare nel nulla. La polizia, incapace o disinteressata a ri-

solvere il caso, le porterà un trovatello sostenendo che sia il bimbo scomparso, ma Christine fin da subito non lo riconoscerà. Da qui avrà inizio l'odissea della protagonista contro «un universo maschile che, quando non vuole ammettere i propri errori, non fa altro che delegittimare l'avversario, soprattutto se è donna, parlando di irrazionalità e dunque di follia».

Le più importanti eccezioni sono sicuramente rappresentate dai registi Ferzan Ozpetek e Pedro Almodòvar, i cui lavori sono visti come «inni alla grandezza del cuore delle donne», a mio parere ancora una volta una visione attraverso la cinepresa filtrata dall'occhio ma-

schile, che in questo caso idealizza e “angelicizza” la donna. Ozpetek racconta di donne in grado di adeguarsi alle circostanze e al cambiamento, che hanno una grande capacità di comprensione, e la volontà di guardare in faccia la realtà, mentre per Almodòvar le donne sono l'elemento forte della società, sono coloro che si accostano alla vita con maggiore pragmatismo e riescono, mediante l'ottimismo che le contraddistingue, a trovare le risorse per andare avanti nonostante tutto. Donne capaci di accettare le differenze senza giudicare, come si può vedere in *Tutto su mia madre* (1999), *Parla con lei* (2002) e *Volver* (2006). Grande importanza riveste per il regista spagnolo il dialogo: infatti, evidenzia la Casella, la critica implicita che muove agli uomini è «che non sanno avere un dialogo con le loro compagne, lasciandole sole prima di tutto dal punto di vista della comunicazione interpersonale». Come si può notare in tutti i suoi film corali al femminile, le donne si scambiano continuamente impressioni ed emozioni.

I grandi registi confermano la direzione tutta maschile di questa ispirazione a vedere le donne come forza vitale irriducibile, grandezza della maternità, capacità di andare oltre il senso comune delle cose. Night Shyamalan, Ozpetek, Almodòvar e Von Trier scrivono e dirigono i film e si aspettano molto dalle donne o almeno ce lo fanno credere. A mio parere molti film esprimono soprattutto le proiezioni che gli uomini fanno sulle donne. Sono delle buone proiezioni, però, dice Paola Casella e possiamo avvantaggiarci nel riconoscerle, anche se in esse - aggiungo - pienamente non ci riconosciamo.



5.12

## PUBBLICITÀ

Sono svariati i saggi, i progetti di monitoraggio e denuncia (alcuni precedentemente citati), le ricerche di semiotica, sociologia, comunicazione, che si interrogano su quali siano le modalità di sfruttamento del femminile e del maschile (e soprattutto dei corpi) in ambito pubblicitario, quali simboli siano rappresentati, quali significati veicolino e quali siano le possibili conseguenze a livello sociologico e psicologico.

Nello sfruttare la caratteristica estetica del modello maschile e di quello femminile, di quest'ultimo i media rappresentano solo la bellezza esteriore mentre per l'uomo viene esaltata la parte del talento e delle attitudini. I modelli di riferimento femminili sono decisamente più numerosi di quelli maschili ma la donna è presentata come più bisognosa di supporto emotivo, subordinata agli uomini nei rapporti professionali e interpersonali, più facilmente soggetta a problemi di salute fisica o psichica e maggiormente in balia di forze esterne.

Come sottolinea Annamaria Testa, copywriter pubblicitaria, giornalista e scrittrice<sup>9</sup>, bisogna prendere atto del fatto che la pubblicità non è il luogo da cui scaturiscono gli stereotipi, ma, semmai, il luogo che amplifica quelli che già esistono.

Tra l'agosto 1997 ed il febbraio 1998 Enzo Kermol e Marika Beltrame condussero un'analisi degli stili di vita maschili e femminili in rapporto ai modelli proposti dalla pubblicità nei periodici su carta stampata in Italia. I risultati vanno a definire i seguenti ca-

ratteri<sup>10</sup>. Per la donna: la seduttrice, la sportiva, la ragazza acqua e sapone, la romantica: la moglie, la madre, la casalinga, la manager, la narcisista, l'erotica, l'ambigua, la donna-oggetto, l'intellettuale. Per l'uomo: il seduttore, l'uomo sportivo, il romantico, il marito, il padre (padre normale e pater familias), il manager, il narcisista, l'ambiguo, l'uomo-oggetto, l'intellettuale.

I modelli sono non soltanto quasi speculari ma inevitabilmente parziali e riduttivi. La pubblicità è conservatrice: frena, anziché stimolare.

Clelia Pallotta, in un saggio sugli stereotipi femminili della pubblicità italiana, afferma che la pubblicità è una «proposta di rappresentazione per sé e per la propria esistenza, come racconto di un quotidiano pacificato e proiettato verso insperati cambiamenti e leggerezze. La pubblicità è connessa al sogno più che al bisogno, alla seduzione più che all'informazione, ha carattere emotivo e sensuale». Seduzione e sensualità dunque, dimensioni tipicamente femminili: nella pubblicità, infatti, la figura femminile è più presente di quella maschile, è chiamata in causa sia direttamente che indirettamente. Che si sia tornati a parlare di differenze di genere (e non fra persone) è cosa che la pubblicità raccoglie e rilancia, ma non crea. In un'analisi molto lucida Annamaria Testa critica la banalità e lo sfruttamento del femminile operato dalla pubblicità italiana, con lo sguardo di una professionista del settore, evitando facili demonizzazioni.

Una premessa necessaria: gli spazi e i tem-



5.13



5.14

5.15-5.22 utilizzo strumentale del corpo femminile nell'advertising;



5.15



5.16

pi della pubblicità sono esigui e costano molto. In una pagina, un manifesto o 30 secondi (ma a volte 20 o 15) di telecomunicato vanno inserite diverse informazioni: qual è il prodotto di cui stiamo parlando, quali sono le sue caratteristiche, perché è desiderabile, chi è il consumatore e qual è il suo stile di vita, quali vantaggi ricava quel consumatore dalla scelta di quel prodotto. A ciò vanno aggiunti gli indispensabili connotati emozionali che trasformano i contenuti di un tetro documento di marketing in comunicazione pubblicitaria fatta di parole e immagini. Cioè in un messaggio strutturato che, oltre a essere dotato di uno straccio di logica narrativa, deve possibilmente risultare facile da capire, sorprendente, attraente, memorabile, convincente e breve.

Gli esseri viventi che si vedono dentro i messaggi pubblicitari sono per forza di cose (cioè per assenza dello spazio o del tempo necessari a sviluppare una narrazione articolata) ridotti a stereotipi.

Questo capita nella stragrande maggioranza dei casi e non solo con le donne, ma anche con gli uomini, i bambini, gli adolescenti, gli anziani e la famiglia nel suo complesso, animali domestici compresi (il simpatico cagnone e il tenero gattino). Il fine della pubblicità non è produrre narrazioni, ma sviluppare proposte di vendita all'interno delle quali lo stereotipo è funzionale proprio nella misura in cui non rimanda a individui, ma a categorie.

A volte lo stereotipo è rappresentato in modo particolarmente scemo. L'unica via di scampo è lo humour, che però appartiene alla tradi-

zione della migliore pubblicità anglosassone e non alla nostra: da noi, piuttosto, se proprio si vuole ridere si ricorre ad una comicità di volta in volta bonaria, naif o cafona.

Se consideriamo il tema dei ruoli femminili alla luce dei consumi connessi, capiamo meglio il motivo per cui i più rappresentati riguardano la cura e la seduzione. Rimandano al primo ruolo, per esempio, i prodotti alimentari e le bevande, i detersivi, i mobili e gli accessori per la casa, gli elettrodomestici, i prodotti per neonati e perfino i farmaci da banco. Al secondo essenzialmente i cosmetici, i superalcolici, la moda, una buona fetta di mercato dell'auto. I telefonini e le compagnie telefoniche stanno un po' di qua e un po' di là. Donne che lavorano fuori casa, poche: ma anche nel paese reale sono poche. Maschi dediti a faccende domestiche, come nel paese reale, pochissimi. E stanno lì per caso, o per paradosso, o con intenti seduttivi.

C'è una vocazione a seguire - e non ad anticipare - i cambiamenti sociali e di costume, rappresentando stili di vita e sistemi di valori che nella sostanza risultano lievemente arretrati, blandamente conservatori.

La pubblicità non si colloca mai all'avanguardia proprio perché la sua vocazione è farsi accettare facilmente, rispecchiando il sentimento medio del pubblico. D'altra parte è in tutti i sensi pericoloso affidare alla pubblicità un ruolo diverso e assai maggiore di quello che in effetti ha: dare istruzioni per l'uso dei prodotti di consumo. Poiché la pubblicità, come ogni altra forma di discorso persuasivo, si fonda sul consenso, e poiché il consenso si guadagna essendo conformisti.

Non appena cambierà davvero il ruolo delle donne cambierà anche il ruolo delle donne negli spot. La pubblicità non mancherà di registrare il cambiamento, magari amplificandolo. La pubblicità sta rispecchiando, in questo momento storico, l'oscillazione dello stereotipo fra la doppia immagine seduttrice/madre.

Sarebbe qui eccessivo descrivere come avviene la strumentalizzazione del corpo femminile (ed in misura diversa di quello maschile) nello specifico. Basti come esempio un marchio che della pubblicità sessista ha fatto il suo segno distintivo. Tom Ford vende abbigliamento e accessori per uomini e donne, ma le sue immagini pubblicitarie contengono un forte appello sessuale e la donna diventa "oggetto" di desiderio. Una rapida carrellata dalle immagini del profumo che si trova appoggiato sul corpo nudo e sudato di una don-

na, in posizioni strategiche e di forte appello erotico (il profumo diventa il minore dei desideri, è il sesso della donna in vendita, è l'immaginario che gioca la sua parte), alle pubblicità per l'abbigliamento uomo dove troviamo lo stereotipo della donna casalinga o della donna possessiva. Unico "dettaglio" è che in entrambe le donne sono nude. I vestiti indossati dall'uomo lo rappresentano come il business men, l'uomo che lavora e con uno status sociale più alto.

In ambito televisivo la situazione non cambia. Le pubblicità di prodotti per la casa, alimenti e farmaci tendono a mostrare la donna nel suo ruolo casalingo di madre ed educatrice: si prende cura della casa scegliendo il detersivo migliore, spiega ai figli le proprietà nutritive di una merendina rispetto ad un'altra, assiste il marito malato consigliando il miglior lenitivo per la tosse. Questo ruolo

rassicurante viene esasperato dalla raffigurazione di mamme e mogli eternamente pazienti e sorridenti di fronte a figli maleducati che entrano in casa con le scarpe infangate, a mariti incapaci di curarsi da soli anche un banale raffreddore ed estaticamente soddisfatte per il pavimento pulito alla perfezione. Le pubblicità di prodotti cosmetici mostrano modelli di donne irraggiungibili dalle comuni mortali: glutei perfetti che combattono la cellulite, volti giovanissimi che si preoccupano di rughe inesistenti. Il corpo della donna viene però quasi sempre esibito funzionalmente alla presentazione del prodotto. Una eccezione sembra costituita dai profumi che sfruttano maggiormente la capacità seduttiva del corpo. Nelle pubblicità delle automobili si indulge maggiormente all'utilizzazione di figure femminili lontane dalla realtà: sono mascolinizzate ed estremamente ambigue o follemente capricciose.

**anni cinquanta**



5.17

**anni sessanta**



5.18

**anni settanta**



5.19

**anni ottanta**



5.20

**anni novanta - oggi**



5.21



5.22

«Fra trent'anni l'Italia non sarà come l'avranno fatta i governi ma come l'avrà fatta la televisione»

Ennio Flaiano

## TELEVISIONE

***Qui la donna è considerata a tutti gli effetti un essere inferiore: viene delegata a incarichi d'importanza minima, come per esempio informare dei programmi della giornata; ed è costretta a farlo in modo mostruoso, cioè con femminilità. Ne risulta una specie di puttana che lancia al pubblico sorrisi di imbarazzante complicità e fa laidi occhietti. Oppure viene adoperata ancillarmente come "valletta".***

**Pier Paolo Pasolini, dall'intervista di Dacia Maraini, «Ma la donna non è una "slot machine"»**

Risulta abbastanza ovvio affermare che la televisione italiana trasmetta un modello di donna estremamente offensivo e denigrante della dignità femminile e non occorre scendere nel dettaglio di trasmissioni di intrattenimento che utilizzano la figura femminile come decorazione ed abbellimento (in abiti sempre molto succinti) accanto a uomini presentatori, conduttori ed esperti di qualunque settore.

Quella che segue sarà quindi una rapida panoramica su alcuni dei modelli presentati e una riflessione su come questi incidano nell'immaginario popolare. Nel triste mondo dei reality televisivi è evidente il rimpianto (già incontrato nella letteratura "per donne") per l'antica "armonia" nei rapporti di coppia: «le concorrenti rappresentano le donne come trepide aspiranti fidanzate e mogli, e in assoluto come membri di un volgarizzato

harem, come docili (e nei confronti delle proprie simili, implacabili) esempi di una femminilità, appunto, antica». È avvenuto, in America, in *Who Wants to Marry a Millionaire*, in *The Bachelor* (in Italia ne fu realizzata una fallimentare versione con il titolo *L'uomo dei sogni*) o in programmi trasmessi anche da MTV Italia come *Date My Mom* (dove un ragazzo incontra le madri di tre diverse ragazze, scegliendo con quale uscire sulla base della descrizione materna). Per finire con le più note, ma non meno sconcertanti, produzioni Rai e Mediaset come *Adesso sposami*, *Uomini e donne*, *La pupa e il secchione*, *La sposa perfetta*. In tali programmi il corteggiamento, il fidanzamento, il matrimonio sono l'obiettivo privilegiato, da sottrarre alle altre con tutte le armi a disposizione. Si potrebbe obiettare che è un'esagerazione, che le due immagini di sposa prostituta non sono state le uniche rappresentazioni del mondo femminile adulto di questi anni, tuttavia è evidente che le altre sono state enormemente minoritarie (o caricaturali, come quella dell'isterica donna manager).

Se è vero che in alcune fiction televisive, o film, si cerca di fornire almeno un resoconto parziale della complessità della famiglia, è altrettanto vero che l'attenzione viene posta sulla sua composizione (famiglie allargate, divorzi, nuovi matrimoni) più che sui ruoli interni. Le donne lavoratrici che appaiono nei serial televisivi hanno sempre qualcuno (una tata, una colf, una madre) disposto a sollevarle dal proprio carico di impegni. Ma non è mai, o quasi mai, il partner. E l'enfasi maggiore, soprattutto nei prodotti popolari, viene data al momento in cui la famiglia

si forma: programmi televisivi e fiction che ruotano intorno al sogno del matrimonio. Il successo e la diffusione dei reality (ma anche di programmi basati sulla ricerca di un partner, come *Uomini e donne*) sono dunque la prova di quanto, semmai, la televisione si volga all'offerta di relazioni: «L'esibizionismo e la sua pretesa oscenità hanno cambiato valore. Sono la schiuma di un'onda interattiva un effetto di senso della inflazione contemporanea di soggettività» i format non sono il Male e la questione, vale la pena ripetere, riguarda il contenuto che vi viene immesso, e l'idea di maschile e femminile che viene in essi riversata dall'esterno, la debolezza della "natura" femminile che addolcisce la brutalità virile conducendo la delicata eroina alla realizzazione del suo sogno: il matrimonio.

Come nelle fiabe, nei vecchi romanzi popolari, nella *chick lit*, in *Sex and the City*. Proprio come le bambine raccontate da Simone de Beauvoir che imparavano che per essere felici dovevano essere amate e che, per essere amate, dovevano "aspettare l'amore". Come denuncia la National Organization for Women: «Mtv ha un pubblico di bambine, a partire da otto anni: a forza di non porre troppa attenzione sull'immagine della donna nella *pop culture*, il rischio è quello di veder crescere una nuova generazione di adolescenti incapaci di pensarsi diversamente da un corpo. O da parti di un corpo».

La riflessione sul mezzo televisivo può essere arricchita da una prospettiva solitamente trascurata: l'analisi del maschile e del femminile nel campo dell'informazione, dell'approfondimento, della cronaca.

Nel 2005, Monia Azzalini cura per Osservatorio di Pavia Media Research la ricerca *TV locale e rappresentazione di genere*, dove si studia la presenza femminile nei telegiornali di sei regioni italiane: Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia, Friuli-Venezia Giulia, Toscana, Sardegna. Il punto di partenza è la Piattaforma di Azione con cui, nel 1995, si è conclusa la IV Conferenza mondiale delle donne a Pechino, con questi obiettivi: "accrescere la partecipazione delle donne e permettere loro di esprimersi e accedere ai processi decisionali nei media" e "promuovere un'immagine equilibrata e non stereotipata delle donne nei mass media".

Quel che emerge è anzitutto uno specchio della disparità generale nel mondo del lavoro: le donne che conducono un telegiornale sono il 36,4% contro il 63,3% degli uomini. Le corrispondenti e le reporter sono, invece, addirittura in maggioranza in non pochi casi. Ma quali sono le tematiche che affrontano?

«Le donne sono meno delegate degli uomini alla politica, si occupano prevalentemente di arte, cultura e spettacolo e di educazione». Quando l'indagine si sposta sulla visibilità femminile nelle notizie, la divergenza è ancora più forte: «Su 1308 soggetti classificati (persone di cui si parla o a cui si dà la parola), solo il 14,8% è di sesso femminile». Non solo: «La visibilità mediatica delle donne dipende dal loro coinvolgimento diretto in fatti che hanno superato la soglia della notizia: e sono entrati nell'agenda dell'informazione: nell'84,5% dei casi esse sono presenti nelle notizie come protagoniste. Gli uomini, invece, riescono ad avere una visibilità



mediale, anche se non realmente coinvolti negli eventi». Infatti, gli esperti di sesso maschile sono il 15,8% dei casi contro il 6,7%. Mentre le donne sono rappresentate in funzioni «di scarso prestigio quali l'opinione popolare, la testimonianza e l'esperienza personale: ruoli che non richiedono né *status* né professionalità». Le posizioni sociali e le professioni femminili visibili nei notiziari sono sostanzialmente tre: la politica, la casalinga/madre e la celebrità; al contrario, solo raramente gli uomini vengono rappresentati sulla base delle loro relazioni familiari, come padri, figli, fratelli (1,8%). Infine, a preciso riscontro dei dati sulla violenza, le donne sono protagoniste - in quanto vittime - delle notizie di "nera" (24,4% contro il 15,2% di uomini).

In sostanza, lo specchio quasi perfetto di quel che accade nel cosiddetto paese reale.

La televisione è un bersaglio facile ma sul banco degli imputati è salita quasi sempre per

i motivi sbagliati: film, cartoni, telefilm, spettacoli marcatamente basati sulla finzione. In misura molto minore, talk show o programmi di intrattenimento. Quasi mai si è sottolineato che la televisione accoglie, ma non inventa un modello sociale. Si può sottolineare l'opinione di un docente universitario francese, François Mariet, che nel 1992 pubblicò il saggio *Lasciateli guardare la TV*. Con un punto di vista fortemente innovativo, questi sostiene che il vero problema non è relativo ai famosi due bambini su tre che ogni giorno guardano il piccolo schermo, ma a quell'unico che non la guarda, perché la televisione, in sé, non è affatto nociva: non più dei media che hanno accompagnato l'infanzia e l'adolescenza dei suoi detrattori, non più del fumetto che negli anni quaranta lo psicologo francese Henri Wallon accusava di far "disimparare al bambino la lettura e il linguaggio intelligente". Da trent'anni in qua il QI medio dei bambini occidentali è aumentato e la motivazione egli la ritrova nel fatto che quella che viene chiamata *popular culture* è divenuta più complessa e richiede a chi la fruisce un impegno intellettuale prima impensabile.

Ciò che negli anni non è mutato è il contenuto della maggior parte dei programmi: come se gli autori televisivi (ma anche moltissimi scrittori, sceneggiatori o fumettisti) pensassero di avere ancora davanti lo stesso pubblico di vent'anni fa, e immettessero, dentro cornici complesse e innovative, concetti, personaggi ed idee enormemente arretrati. Il bersaglio dei difensori dell'infanzia è sbagliato: non è il mezzo, non è il pubblico. Sono quelli che hanno una visione scorretta di entrambi.



5.24

Nella pagina precedente ed in queste pagine:

- 5.23 Provocazione sullo sfruttamento del corpo femminile nella televisione italiana;
- 5.24 Veline;
- 5.25 Lara Croft

## VIDEOGIOCHI

**«I ruoli femminili sono stereotipati: principesse rapite in continuazione, bambole gonfiabili poligonali, premi o prede, nei casi migliori femmine falliche e fatali, incarnazioni elettroniche delle fantasie filmiche di Russ Meyer»**

**Paolo Pedercini<sup>11</sup>**

La popolazione dei gamer è aumentata negli ultimi anni in modo esponenziale, gioca ormai la maggior parte degli uomini e delle donne in ogni nazione occidentale. A tale variegata composizione dell'utenza non corrisponde un'adeguata rappresentazione nei contenuti: i personaggi sono nella maggior parte bianchi, maschi, di ceto medio-alto<sup>12</sup>. Quella della rappresentazione pluralista ed inclusiva nei media è una questione seria che non riguarda solo il mondo dei giochi, ma in essi è particolarmente problematica per via del complesso rapporto fra il giocatore ed il suo avatar.

I videogiochi non si sottraggono purtroppo alle già esaminate rappresentazioni culturali fortemente sessualizzate: incontriamo donne ombra o donne maggiorate in attesa del riscatto ad opera di un maschio dominante oppure donne fortemente mascolinizzate, armatissime e perfette maestre di arti marziali. Lo studioso di media Henry Jenkins nel saggio *Complete freedom of movement: video games as gendered play spaces*, esplora l'ideologia degli spazi di gioco maschili descritti nella letteratura infantile per arrivare a definire le contemporanee forme di rappresentazione

nei giochi digitali, affermando che le convenzioni di questa narrativa ne hanno influenzato il tipo di raffigurazioni. L'isola delle avventure è un topos di libri e giochi per ragazzi: giochi di piattaforma come *Mega Man* della Capcom o *Super Mario Brothers* della Nintendo<sup>13</sup>, utilizzano l'iconografia di queste storie, ponendo il giocatore a combattere contro ostacoli, esplorare terre fantastiche, lottare contro nemici, fino a morire per poi rinascere all'inizio del livello. È da evidenziare come la retorica di genere non sia limitata al visual design esaminato da Jenkins. Sebbene i giochi condividano tratti grafici con fumetti, cartoni animati e altre forme della cultura, la retorica di genere è incorporata anche nella dimensione interattiva. L'interattività basata sull'azione e lo stimolo è parte dell'archetipo dell'avventura per maschi. Che i designer lo volessero o no, hanno riprodotto una già esistente retorica di genere nel gioco stesso.

Negli ultimi anni la risoluzione grafica dei giochi digitali è divenuta più complessa ed insieme ad essa la rappresentazione del genere. Un caso esemplare è quello di Lara Croft, protagonista della popolare serie di giochi *Tomb Raider*: sono insieme ad altri giochi di azione-avventura over-the-shoulder, diretti discendenti dei giochi di piattaforma citati. Il gameplay costituito dall'evitare gli ostacoli, potenziare le capacità, combattere ed esplorare una serie di scenari è sostanzialmente simile, a dispetto delle differenze grafiche. Poiché i videogiochi di questo tipo precedenti alla realizzazione di *Tomb Raider* nel 1996<sup>14</sup> presentavano protagonisti maschili, l'aver inserito una protagonista femminile come Lara Croft potrebbe apparire in qualche modo un



5.25



intervento nelle retoriche di genere. «Nel momento in cui abbiamo creato Tomb Raider non credo ci fossero stati buoni giochi con un'eroina» dichiara Toby Gard, il game designer che ha creato Lara. Inizialmente concepita come un incrocio tra l'icona delle *riot girl* Tank Girl e la pop star inglese Neneh Cherry, Lara si è convertita in una versione femminile formosissima di Indiana Jones. Prima di *Tomb Raider* c'erano pochi personaggi femminili con un ruolo attivo: i personaggi precedenti erano damigelle in pericolo, donne in attesa di essere liberate alla fine dell'ultimo livello, sinonimo della fine del gioco, passivi oggetti del desiderio. Questa donna lontana e senza potere è un archetipo che combacia con lo spazio tradizionalmente destinato ad un ragazzino, concepita come oggetto del desi-

derio ma non presente durante il gioco, e certamente non nel tentativo di usurpare la leadership dal protagonista maschile. *Tomb Raider* offre un ruolo alternativo per i giocatori. Lara Croft è un action hero, un personaggio forte come qualunque avatar maschile. A mio parere non raggiunge in ogni caso, come invece afferma il suo creatore nelle interviste, il titolo di "empowered woman", espressione che letteralmente significherebbe in italiano "potenziata" e sta ad indicare la donna emancipata: una figura forte, coraggiosa, consapevole delle proprie possibilità, del significato dell'essere donna in un'epoca in cui gli stessi diritti civili (almeno sulla carta in buona parte del globo) sono riconosciuti a tutti gli individui senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di

condizioni personali e sociali. Va evidenziato che in un'ampia possibilità di scelte disponibili per la rappresentazione di un personaggio femminile questo presenta delle scelte di design ben specifiche: i pantaloncini cortissimi e la canotta aderente esaltano il vitino ed il seno enorme; bastano queste considerazioni a rendere difficile il vederla come donna emancipata. L'esperto di game studies Eric Zimmerman afferma si tratti più che altro di una sorta di prostituta in azione, l'idea che ha di una donna un ragazzino adolescente, una pin-up digitale<sup>15</sup>. Questo ruolo è evidente nelle tante immagini provocanti pubblicate dalla stampa da quando il primo gioco di *Tomb Raider* fu rilasciato. Lara ha rappresentato un trend-setter cui hanno fatto seguito molte protagoniste femminili. Oltretutto in-



carna uno standard di bellezza impossibile nella realtà, dimostrato dal fatto che la casa produttrice ebbe grosse difficoltà nel trovare delle modelle che la impersonassero nelle conferenze e nei raduni di appassionati, a causa delle sproporzioni del suo fisico.

Come Lara Croft gioca nelle ideologie di genere, quali valori rinforza e quali mette in discussione? Come avatar potente e giocabile, contrasta il ruolo passivo tradizionalmente affidato ai personaggi femminili. Un numero enorme di donne sono state consumatrici dei giochi di *Tomb Raider*. Nella sua rappresentazione super sessualizzata però replica ed amplifica l'immagine della donna presente negli altri media. La retorica di genere è complessa anche se consideriamo che la rappresentazione di Lara Croft è sia visiva che interattiva. La relazione con i personaggi non è mai semplice, quando si gioca non si è semplicemente immersi nella rappresentazione, l'avatar è simultaneamente soggetto e oggetto<sup>16</sup>: una maschera da indossare e uno strumento da manipolare. Lara Croft nel suo doppio ruolo ci porta a conclusioni paradossali. Il giocatore da un lato è spettatore di un'immagine femminile sessista, allo stesso tempo interattivamente assume un ruolo femminile potenziato. Rimangono le perplessità: icona femminista o oggetto sessista? Combatte gli stereotipi o li rinforza?

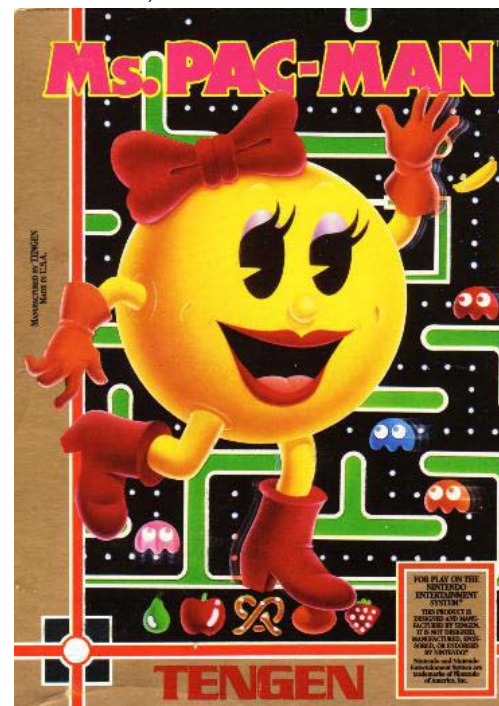
Dando un'occhiata al resto della produzione video ludica possiamo vedere come i personaggi femminili nei giochi di combattimento offrono ruoli attivi da impersonare. In ogni caso soffrono della stessa *iperfemminilità* attribuita a Lara Croft, presenti come pin-up

nelle riviste specializzate e nei poster. Samus Aran è l'eroina delle serie *Metroid*, che nel gioco originale non rivela il suo genere fino alla fine, quando si toglie il suo elmetto high-tech. Questa interessante scelta di design rivela i pregiudizi retorici sul genere dei personaggi – molti giocatori hanno dichiarato il loro shock quando l'eroe di *Metroid* si è scoperto come un'eroina. Potremmo però chiederci perché è solo alla fine del gioco che Samus Aran si scopre donna e se sarebbe stato diverso l'interesse dei giocatori o la dinamica del gioco se il protagonista fosse stato maschile.

In seguito all'esplosione del dibattito intorno alle questioni di genere e alla loro dimensione culturale, in particolare nelle produzioni destinate ai più giovani, sono state elaborate dalle aziende produttrici delle linee guida per regolarizzare le produzioni di personaggi femminili sessualizzati e la rappresentazione della violenza sulle donne, ne è un esempio lo schema della *Pan Europe Game Information*.

Se guardiamo al tema del sessismo nei videogiochi in una prospettiva storica, possiamo affermare che nei primissimi anni le rappresentazioni di genere nei videogiochi si limitarono a personaggi poco definiti graficamente come Miss Pac-Man, connotata come femminile solo dal rossetto ed un fiocchetto nei capelli: una semplice rivisitazione del gioco originale per attirare le giocatrici in quello che era già allora un mercato dominato dagli uomini. Appare chiaro come sin dalle origini il femminile sia stato scarsamente rappresentato nei videogiochi. Dagli studi risulta che anche le voci computerizzate dei primissimi

In queste pagine:  
5.26 Lara Croft, 5.27 Ms. Pac-Man



In queste pagine:

5.28 Donkey Kong;

5.29 Chun - Li, fan art;

5.30 Mario e Peach del gioco *Super Mario Bros.*



5.28



5.29

giochi fossero quasi esclusivamente maschili<sup>17</sup>, che quando presenti i personaggi femminili fossero in sostanza damigelle in pericolo<sup>18</sup>.

Dalle origini alla fine degli anni Novanta i videogiochi si sono modellati in una fucina di stereotipi. Alcune ricerche condotte sulle rappresentazioni di genere nei media rivelano le conseguenze dello stereotipo di genere: l'*ipermascolinità* è definita come un'esagerazione delle caratteristiche del "macho", nello specifico come atteggiamenti fortemente sessuali verso compagne romantiche, la ricerca dell'azione e del pericolo e l'accettazione della violenza fisica come parte della natura maschile; in contrasto, l'*iperfemminilità* è l'amplificazione degli stereotipi femminili, con un'enfasi su dipendenza, sottomissione e sessualità come fondamento del valore di una donna<sup>19</sup>.

Il *National Institute on Media and the Family*<sup>20</sup> ha dichiarato che i videogiochi esaltano la violenza sulle donne e offrono una visione della sessualità distorta. Nella serie di *Grand Theft Auto* (GTA) le donne sono presentate come prostitute e gli uomini come teppisti violenti. Il personaggio maschile può fare sesso con una prostituta, poi ucciderla e riappropriarsi dei soldi. Una personaggio femminile di *GTA: Vice City* è una pornstar di nome Candy Sux ed in questo gioco le donne prostitute quando colpite da un personaggio maschile rispondono "I like it rough."

Nonostante in alcuni studi sia evidente una tendenza a demonizzare le nuove forme culturali ed enfatizzare i presunti rischi cui sarebbero esposti i giovani odierni, non si può

negare che nei videogiochi siano presenti visioni distorte del maschile e del femminile. Spesso sono rinforzi alla visione sessista e patriarcale che vuole gli uomini aggressivi e potenti e le donne non persone complesse ma oggetti sessuali, dagli occhi dolci e subordinate.

Due psicologhe statunitensi riportano due inchieste utili a comprendere quale visione dei ruoli venga offerta dai personaggi dei videogiochi, indagando il rapporto fra la socializzazione dei ruoli di genere e la percezione dei messaggi sessista nei media da parte degli adolescenti<sup>21</sup>. La prima consiste in un'analisi visiva degli stereotipi di genere dei videogiochi contenuti nelle riviste del settore più vendute, ricercando se e quanto spesso personaggi maschili e femminili sono visualizzati in modo sessista, individuando quali sono gli stereotipi e quanto il binomio femminile di sessualità e violenza sia presente. Gli autori di questa indagine sono stati guidati dalla convinzione che non solo i giocatori percepissero l'esistenza di tali rappresentazioni stereotipate e sessiste ma che tali concezioni fossero diffuse più in generale attraverso gli altri canali utilizzati dall'industria video ludica, come ad esempio pubblicità e copertine dei prodotti. L'analisi del contenuto delle immagini nelle riviste sui videogiochi più vendute negli Stati Uniti mostra personaggi maschili (83%) più facilmente di quelli femminili (62%) raffigurati come aggressivi. I personaggi femminili sono più frequentemente sessualizzati (60% contro l'1%).

In un'altra indagine hanno chiesto ad alcuni adolescenti di descrivere i tipici perso-



5.30

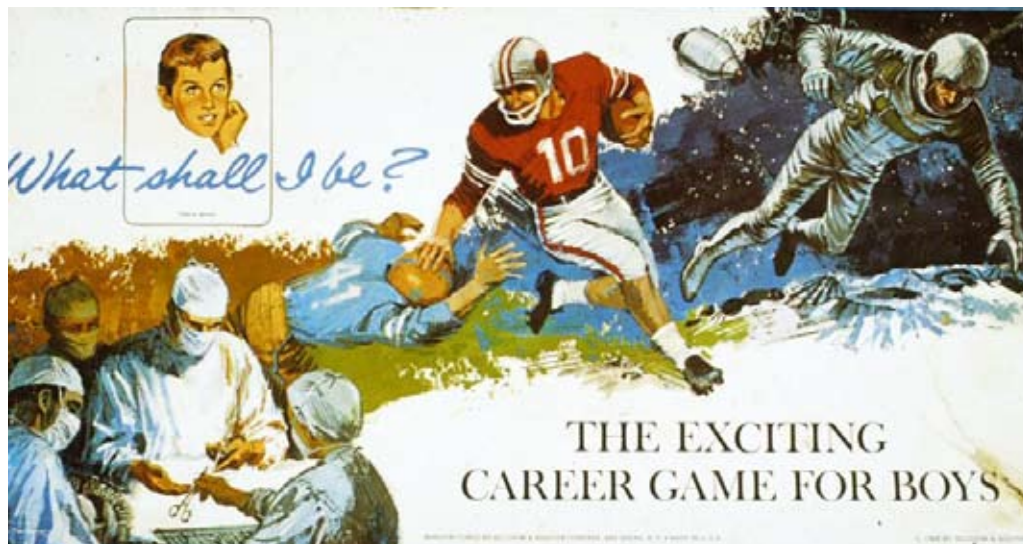
naggi maschili e femminili dei videogame. I risultati di tale indagine rispecchiano quelli della precedente, con l'associazione di maschile-violenza e donna-sessualità. In questa seconda indagine sono stati reclutati 49 partecipanti tra i 17 ed i 19 anni (20 maschi, 29 femmine): la tabella mostra le caratterizzazioni individuate per personaggi maschili e femminili. Risulta che quelli maschili sono descritti come potenti (forti, muscolosi), aggressivi, con un'attitudine ostile, atletici e teppisti. I personaggi femminili sono descritti come donne vestite in modo provocante, magre ma formose ("big boobs"), sessualmente facili, aggressive. Vittime, sottomesse, gentili, bisognose di aiuto, carine sono caratteristiche emerse per i personaggi femminili e non quelli maschili, descritti con termini

come guerriero, supereroe, furioso e cool.

Riguardo alla razza, quella bianca è la più comunemente individuata. In sostanza emerge che l'uomo deve essere potente e dominatore e la donna fisicamente perfetta, bella, oggetto delle fantasie dell'uomo eterosessuale ed inferiore a questo. Un trend emergente è che le bellezze magre e "con le curve giuste" sono tipicamente violente. Si afferma lo stereotipo della donna aggressiva: le tradizionali teorie che indagano il ruolo della costruzione del genere nella società evidenziano l'importanza della dominazione e l'aggressività maschile, contrapposta alla sottomissione femminile. I ricercatori potrebbero adesso indagare la rappresentazione dell'aggressività femminile ed i suoi effetti.

In questa pagina:

5.31 illustrazione della versione maschile del gioco *What shall I be?*;  
5.32 illustrazione della sua versione femminile



5.31



5.32

## GIOCHI DA TAVOLO

Trattando del complesso rapporto tra giochi da tavolo e pubblico femminile è interessante esaminare come la maggior parte dei ruoli disponibili nel mondo del boardgame sia costituita da personaggi maschili. Se ciò è particolarmente evidente nel genere *fantasy* (in cui i ruoli sono gli stessi che si incontrano nella letteratura, nell'animazione e nei videogiochi - fate, streghe o personaggi femminili in qualche modo legati ad una dimensione magica e soprannaturale) la stessa limitazione di offerta si può individuare nei giochi da tavolo di ambientazione realistica o destinati a bambini e bambine ed adolescenti. Possiamo esaminare come esempi *Barbie Reginetta del Ballo* e *What Shall I Be?*, entrambi giochi pubblicati negli anni settanta ed intrisi della cultura sessista dell'epoca.

*What I Shall Be?* (letteralmente “Cosa dovrei diventare?”), prodotto nel 1966 dalla Selchow & Righter<sup>22</sup>, è il tipico gioco da tavolo a percorso che permette ai bambini di fantasticare riguardo il loro posto nella società ed il loro mestiere futuro, in modo simile a quanto avviene nel *Gioco delle carriere*<sup>23</sup>. Ne sono state realizzate due diverse versioni: in quella destinata ai giocatori maschi le opzioni professionali includono il medico, l'astronauta, l'ingegnere, lo scienziato, l'atleta, il politico. Nella versione dedicata alle ragazze è possibile scegliere il proprio mestiere fra ballerina, hostess, insegnante, modella, infermiera o attrice. La scatola del gioco presenta un'illustrazione in cui queste donne indossano minigonne alla moda. Interessante notare come nella versione successiva

pubblicata nel 1972 (in pieno periodo di rivendicazioni femministe) l'illustrazione sulla copertina della scatola sia stata sostituita da fotografie, ma le carriere rappresentate siano le stesse.

Nel manuale di istruzioni però troviamo una riflessione sulle maggiori possibilità offerte alle donne: "oggi, una donna può trovarsi a lavorare in qualunque ambito, dalla chirurgia all'ingegneria aerospaziale. Forse potresti essere migliore come pilota che come hostess oppure come fotografa anziché come modella. Assicurati di esplorare tutte le possibilità prima di decidere". Peccato che poi il gioco queste carriere più interessanti non le offra.

*Barbie Reginetta del Ballo* è un gioco da tavolo la cui prima edizione risale al 1965, pubblicata dalla casa di produzione Mattel. Il gioco, molto semplice nelle meccaniche e costituito da un percorso lungo la quale si avanza per mezzo dei dadi, è destinato alle bambine e costituisce una florida raccolta di stereotipi sessisti, del quale si prende coscienza se lo si gioca con occhio attento e critico a distanza di 40 anni dalla sua creazione. I giocatori impersonano Barbie e lo scopo del gioco è riuscire ad andare al ballo della scuola: per far ciò è necessario conquistare un "ragazzo del cuore", comprare un vestito da ballo, ricevere l'anello di fidanzamento ed essere eletta presidente di uno dei Club della Scuola.

Nel corso del gioco si evidenzia quanto sia limitato il mondo proposto alle ragazze negli anni settanta: l'aspirazione massima è essere desiderabili e partecipare al ballo, fra i fidanzati disponibili il più ambito è Ken ma

ci si può accontentare di uno degli altri continuando a cercare il suo sguardo; i lavoretti cui dedicarsi per rimediare il denaro necessario all'acquisto dell'abito da sera vanno dall'aiuto in biblioteca alla baby sitter, capitando nella casella che rappresenta lo "snack Bar" si paga solo se non si ha un boyfriend. Nonostante tale rappresentazione sessista, la partita risulta a mio giudizio abbastanza divertente e lo scopo finale arduo da raggiungere.

Come giochi in cui la questione femminile ed il sesso dei giocatori vengono presi in considerazione, vanno citati *Munchkin*, *Citadels*, *Candamir*.

*Citadels* è un gioco di carte di produzione italiana, un gioco di bluff, deduzione e di costruzione. I giocatori hanno a disposizione 14 personaggi (tra cui Assassino, Ladro, Mago, Re, Predicatore, Mercante, Costruttore, Mercenario) di cui solo 2 sono femminili. Se guardiamo ai loro ruoli possiamo notare come siano riconducibili agli stereotipi classici già esaminati: la Strega e la Regina, peraltro nelle illustrazioni piuttosto sgradevoli in confronto al loro corrispondente maschile.

*Munchkin* è un gioco di carte non collezionabili, una parodia dei giochi di ruolo. Al suo interno i personaggi sono suddivisi per razza, classe (corrispondente al mestiere) e sesso. Fra le carte, tutte piuttosto demenziali nei contenuti, troviamo la pozione del *Machismo Globale* e la maledizione del *Cam-bio Sesso*.



5.33



5.34

Nelle pagine precedenti:

5.31 versione maschile del gioco *What Shall I Be?*

5.32 versione femminile del gioco *What Shall I Be?*

5.33 carta del personaggio Re del gioco *Citadels*

5.34 carta del personaggio Regina del gioco *Citadels*

In queste pagine: 5.35 plancia di gioco di Barbie *Reginetta del Ballo*

5.36 copertina di un libro di sensibilizzazione contro i giochi sessisti



### Note

1. Schembri R., *Lara Croft e le altre*, L'Epos, Palermo, 2002
2. Cutrufelli, *L'invenzione della donna*, 1976
3. Laterza R. e Vinella M., *Le donne di carta: personaggi femminili nella storia del fumetto*, Dedalo Libri, Bari, 1980
4. Marjane Sartrapi, intervistata da di Inga Pietrusiska, su *Café Babel – La rivista europea*, indirizzo web: <http://www.cafebabel.it/>
5. Despentès V., *King kong girl*, Einaudi, Milano, 2007
6. Persiani L., *Eroine animate Disney: da ieri ad oggi*, articolo del 2002
7. De Fornari O., *Walt Disney*, Il Castoro, 1995
8. Casella P., *Cinema: femminile, plurale - mogli, madri, amanti del terzo millennio*, Edizioni Le Mani, 2010
9. È online il portale [www.nuovoutile.it](http://www.nuovoutile.it) curato da Annamaria Testa, nel quale sono raccolti saggi e risorse su teorie e pratiche della creatività e da cui è stata tratta questa affermazione
10. Tutti i dati riportati si trovano in: Kermol, *Cinema moda pubblicità, psicosociologia dell'estetica quotidiana*, Franco Angeli, Milano, 2001.
11. Game Designer, docente alla Carnegie Mellon University di Pittsburgh (USA), fondatore del collettivo italiano Molleindustria
12. Come si può vedere nella tabella tratta dagli studi di Pierangela Ghezzi, *Videogiochi e minori: miti, valori e modelli di comportamento*, commissionato



# CONTRE LES JOUETS SEXISTES

COLLECTIF  
ÉDITIONS L'ÉCHAPPÉE

dall'istituto per gli Affari Sociali, giugno 2008

13. Azienda giapponese, attualmente leader al mondo nella produzione di videogiochi e console

14. Prodotto dalla Eidos Interactive, azienda britannica produttrice e distributrice di videogiochi, fondata nel 1990 e nota per titoli come *Tomb Raider*, *Deus Ex*, *Hitman*, *Tief*

15. Salen K. e Zimmerman E., *Rules of Play, Game Design Fundamentals*, MIT Press, Cambridge, 2003

16. Mikula, J. *Gender and videogames: The political valency of Lara Croft, continuum*. *Journal of Media & Cultural Studies*, 17, 2003

17. Braun C. e Giroux J. , *Arcade video games: Proxemic, cognitive and content analyses*. *Journal of Leisure Research*, 21, 1989

18. Dietz T. L. , *An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior*. *Sex Roles*, 38, 1998

19. Scharrer E. , *Hypermasculinity, aggression and television violence: An experiment*. *Media Psychology*, 7, 2005

20. Walsh D., Gentile D., VanOverbeke M., Chasco E., *MediaWise video game report card*. 2002

21. Dill K. e Thill K.P., *Video Game Characters and the Socialization of Gender Roles: Young People's Perceptions Mirror Sexist Media Depictions*, Published online: 17 October 2007

22. Casa di produzione famosa per il gioco *Scrabble*

23. Pubblicato per la prima volta negli USA dalla Parker Brothers nel 1955





# **PARTE SECONDA**

## **Gioco e critica sociale**

6.1 Meta-gioco



## CAPITOLO 6

## Il gioco

Nel percorso di tesi compiuto, dopo aver svolto una ricerca di natura culturale e sociologica sulla forte influenza degli stereotipi di genere nella realtà contemporanea italiana ed aver individuato dei punti nodali e particolarmente critici al suo interno, sono giunta ad elaborare una serie di riflessioni sugli strumenti di comunicazione più idonei ad affrontare questioni così delicate e controverse. L'approccio ludico è risultato essere quello più efficace e coinvolgente.

In questo capitolo viene evidenziato il potenziale sovversivo dei giochi: prima dimostrando come tutti i giochi racchiudano un'ideologia, trasmessa a volte inconsapevolmente, poi riflettendo su come gli elementi di un gioco possano incentivare alcune reazioni (tramite temi trattati, narrazioni, ruoli, obiettivi e personaggi, ma soprattutto meccaniche di gioco e condizioni di vittoria).

Gli esempi di giochi con finalità non limitate all'intrattenimento dimostrano come sia possibile svincolare il giocare dall'idea di trivialità cui alcuni lo associano, sottolineando come esso possa essere utilizzato per affrontare tematiche serie e, soprattutto, come possa: incoraggiare un processo di critica (con la speranza che il pensiero critico nel micro livello a lungo andare influenzi la società nel complesso); indurre a ragionare da punti di vista differenti; ridurre la complessità del reale tramite un sistema simulato; dar modo di *fare esperienza* delle situazioni problematiche.

## IL GIOCO

Il gioco può essere prima di tutto definito come «una qualsiasi attività liberamente scelta cui si dedichino, singolarmente o in gruppo, bambini o adulti senza altri fini immediati che la ricreazione e lo svago, sviluppando ed esercitando nello stesso tempo capacità fisiche, manuali e intellettive»<sup>1</sup>. Il gioco, in solitaria o in compagnia, possiede una funzione ricreativa ed il più delle volte ha uno scopo, un obiettivo, che il o i giocatori *possono* cercare di raggiungere, sottostando sempre ad un regolamento complesso. La non obbligatorietà nel giocare e la totale assenza di secondi fini, espliciti o celati, sono ciò che dà al gioco la sua peculiarità di unicità ed immediatezza. Il gioco è allo stesso tempo un'attività libera e vincolata, creativa e ripetitiva.

L'attitudine al gioco è intrinseca alla specie umana e se rivolgiamo il nostro sguardo alle diverse culture, in luoghi e tempi distanti tra loro, possiamo osservare che non esistono popoli che non abbiano lasciato qualche spazio al gioco: «il gioco è più antico della cultura.[...] Il gioco come tale oltrepassa i limiti dell'attività puramente biologica: è una funzione che contiene un senso»<sup>2</sup>.

La società definisce spazi e tempi per l'esecuzione delle attività ludiche e trasmette di generazione in generazione un patrimonio e una cultura ludica.

È molto difficile trovare una vera e propria definizione universale di gioco ed è altrettanto difficile trovare una prassi di progettazione

«L'uomo è pienamente tale solo quando gioca»

Friedrich Schiller

In queste pagine: 6.2 Giocare è un'attitudine intrinseca alla specie umana; 6.3 pedine



o un elenco di caratteristiche comuni a tutti i giochi. La caratteristica sempre in atto è la presenza di regole o di un *regolamento*. «Ci sono regole scritte e regole non scritte, ma ce n'è una che sta alla base di tutte le altre e stabilisce una cosa semplice quanto essenziale: le regole del gioco si rispettano»<sup>3</sup>.

Passando in rapida rassegna il gioco nella storia del pensiero vediamo come il filosofo greco Aristotele accostò il gioco alla virtù<sup>4</sup>, separandolo dalle attività pratiche; Immanuel Kant, definì il gioco un'attività che produce piacere; il poeta e storico tedesco Friedrich Schiller diede al gioco la funzione di tramite per raggiungere la libertà e la più totale espressione della fantasia.

In età moderna il primo studioso ad aver cercato di definire il gioco e darne una precisa valutazione antropologica è stato il tedesco Johan Huizinga<sup>5</sup>: «il gioco è un'azione o occupazione volontaria, compiuta entro certi limiti di tempo e di spazio, secondo una regola volontariamente assunta, e che tuttavia im-

pegna in maniera assoluta, che ha un fine in sé stessa; è accompagnata da un senso di tensione e gioia, e dalla coscienza di “essere diversi” dalla “vita ordinaria”».

Infine, Roger Caillois<sup>6</sup>, scrittore, sociologo e critico letterario francese, definì l'attività ludica come:

- libera: il giocatore non può essere obbligato a partecipare;
- separata: entro limiti di spazio e di tempo;
- incerta: lo svolgimento ed il risultato non possono essere decisi a priori;
- improduttiva: non crea né beni, né ricchezze, né altri elementi di novità;
- regolata: con regole che sospendono le leggi ordinarie;
- fittizia: consapevole della sua irrealtà.

## GIOCO E CULTURA

Eric Zimmerman e Katie Salen, tra i massimi studiosi contemporanei di game design, nel loro testo *Rules of Play* forniscono livelli di lettura diversi per comprendere i giochi: *rules*, *play*, *culture*.

Per *rules* si intende schemi formali di design (strutture logiche e matematiche dei giochi), *play* concerne gli aspetti esperienziali del game design (l'esperienza umana e l'interazione nelle sue forme), *culture* riguarda le caratteristiche del contesto (la relazione fra il gioco ed il contesto culturale in cui si inserisce).

Esistono due visioni della relazione fra giochi e rappresentazione: i giochi possono rappresentare (un gioco contiene una descrizione) ed i giochi sono rappresentazioni (un gioco è un insieme di segni). Il significato di un gioco emerge dalla interazione tra il sistema ed il contesto: il sistema di significati del gioco è un insieme di relazioni formali definite





dalle regole, la struttura preesistente di segni che non cambia da gioco a gioco. Il significato del contesto è lo spazio dell'esperienza in cui l'interpretazione ha luogo; l'interpretazione nei giochi si ha nell'atto del giocare. I significati all'interno del cerchio magico derivano sia dal sistema formale interno del gioco sia dai modi in cui il gioco si relaziona al mondo reale. Una cornice cognitiva è il modo in cui organizziamo la nostra visione del mondo: i giocatori possiedono una cornice cognitiva che influisce sul modo in cui interpretano azioni ed eventi.

La meta comunicazione è la comunicazione che ha luogo nel contesto di gioco: in aggiunta alle informazioni fornite dal sistema, ai giocatori è sempre comunicato il fatto che stanno "solo giocando".

Per quanto riguarda le strutture narrative i giochi possono avere elementi incorporati o emergenti. Gli elementi incorporati sono componenti narrative pre-generate. Gli elementi narrativi emergenti sono creati nel momento in cui il giocatore interagisce e si presentano nelle operazioni del sistema. Gli obiettivi di gioco aiutano la struttura narrativa facendo fare delle scelte al giocatore ed i risultati delle sue decisioni sono leggibili dal punto di vista narrativo. Il conflitto è un'altra caratteristica che può plasmare la narrazione.

Considerare i giochi come cultura implica il muoversi fuori dai confini del cerchio magico per considerare come i giochi interagiscono nel contesto che si trova fuori da *rules* e *play* del gioco stesso. Tutti i giochi riflettono la cultura e riproducono aspetti del loro con-

testo culturale. Alcuni giochi trasformano anche la cultura: li si può definire giochi trasformativi ed in questo caso il “free play” culturale del gioco altera i più rigidi contesti culturali nei quali il gioco ha luogo. In aggiunta all’idea che i giochi possano rappresentare e che sono rappresentazioni, possiamo definire i giochi come rappresentazioni culturali, che riflettono i contesti nei quali sono prodotti e giocati. Considerando un gioco come rappresentazione culturale, si considera il gioco come *testo* culturale, ovvero lo si legge in chiave interpretativa, similmente a quanto fatto da antropologi e sociologi.

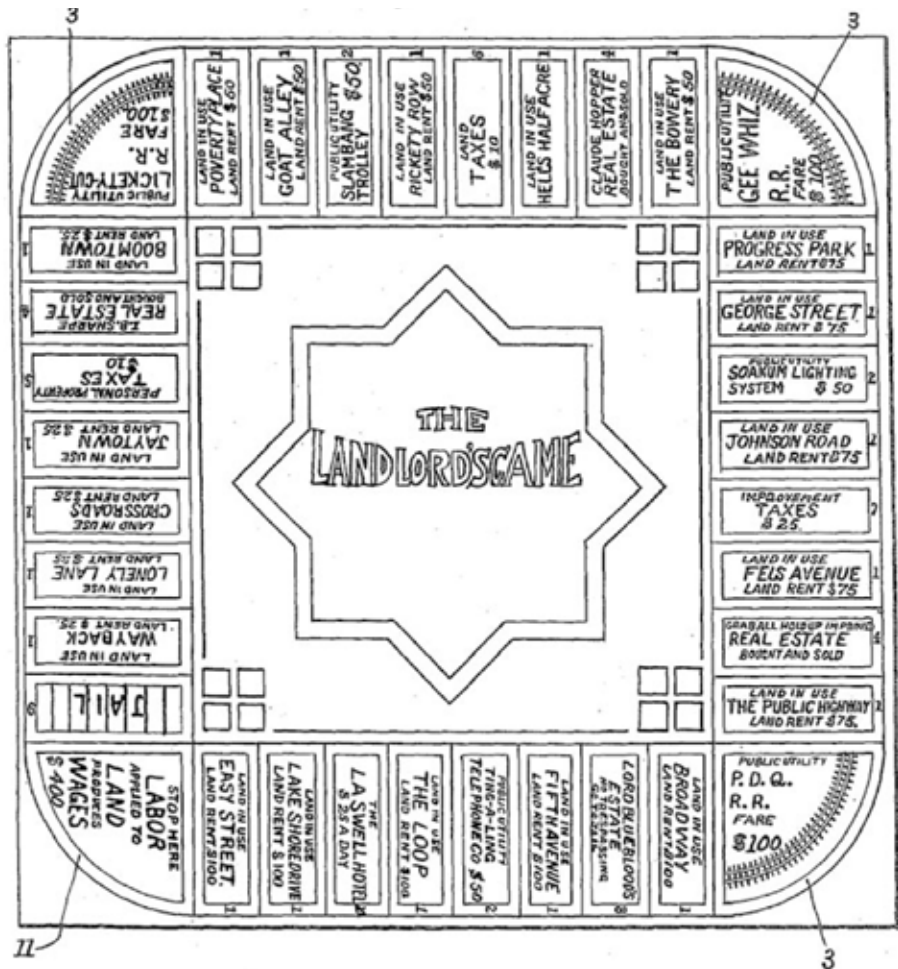
In *Ambiguity of Play* l’antropologo Brian Sutton-Smith va oltre l’idea generale di retorica culturale: identifica sette diverse retoriche di gioco. Queste retoriche - *progress, fate, power, identity, the imaginary, the self, the frivolous* - sono parte di sistemi simbolici più ampi (politici, religiosi, sociali ed educativi) che aiutano a costruire significati culturali. Secondo Sutton-Smith, la retorica dominante nella nostra cultura è quella di gioco come progresso. I videogiochi possono anche essere visti come forme di *play as the imaginary*, come forme di produzioni culturali creative. Le suddette retoriche identificano come

i giochi ed il giocare incorporano valori ideologici e come specifiche forme ed usi di gioco giustificano questi valori. Tali retoriche sono in conflitto ed in competizione all’interno dell’ecosistema culturale. Un singolo gioco può veicolare più di una retorica: come oggetti complessi i giochi possono contenere molte diverse, e a volte contraddittorie, retoriche culturali nel loro design.

Per evidenziare come i valori ideologici siano incorporati in un gioco, Zimmerman porta l’esempio di due giochi molto simili nell’aspetto formale ma con messaggi







INVENTOR  
*Elizabeth Magie Phillips*  
 BY *John A. Slauch*  
 ATTORNEYS.

completamente diversi: si tratta di *The Landlord's Game* e del suo fortunato successore *Monopoly*. Le ideologie opposte (forte critica del capitalismo e della proprietà terriera il primo, esaltazione dell'accumulo delle ricchezze nel sistema capitalista il secondo) emergono attraverso il linguaggio del regolamento scritto e le regole e le condizioni di vittoria<sup>7</sup>.

Zimmerman sottolinea infine come esista una sorta di frustrazione da parte dei designer poiché il pubblico generalmente non considera i giochi come artefatti culturali. Una soluzione potrebbe essere per i game designer l'essere più rigorosi nella retorica culturale dei loro giochi: riconoscere che tutti i giochi contengono un'ideologia è il primo passo, ma se si vuole spostare la collocazione dei giochi dallo spazio delle subculture o della produzione per l'infanzia allo spazio occupato da arte, letteratura e cinema allora i designer devono essere più consapevoli dei valori culturali trasmessi.

## ESPERIENZE ARTISTICHE E GIOCO COME CRITICA

I giochi sono portatori di valori e filosofie di vita nei loro sistemi di rappresentazione e nella meccanica di gioco: stile, regole di progresso, codici di condotta, contesto di gioco, scenari rappresentati, paradigmi di vittoria e sconfitta e tutti i sistemi di interazione, in un videogame così come in un gioco da tavolo, evidenziano possibilità, limitazioni e convenzioni, sebbene non sempre tale selezione della realtà da rappresentare venga effettuata

6.7

in modo consapevole. La cultura popolare si è trasformata ed evoluta in un contesto globale, e gli artisti hanno sfruttato le potenzialità del mezzo ludico per operare criticamente nel corso degli ultimi 150 anni. Il testo di Mary Flanagan *Critical Play* documenta questa promessa di trasformazione su larga scala offrendo una panoramica sul mondo dei giochi e su quello dell'arte, e su come il gioco sia un eccellente veicolo per l'attivismo e la critica politica e sociale. Flanagan osserva come, attraverso il gioco, gli artisti (in particolare durante il periodo del dadaismo) siano riusciti a offrire una visione critica del mondo. Questa critica non si sviluppa, però, attraverso l'este-

tica, ma parte da una manipolazione consapevole delle stesse meccaniche ludiche.

Durante un viaggio attraverso la storia di diverse tipologie di gioco (dalla casa delle bambole, ai giochi da tavolo, a quelli linguistici e a quelli urbani) l'autrice spiega come sia possibile una tipologia di giochi diretti a riflettere sulla società e sulla politica e soprattutto come, utilizzando i giochi che già esistono, si possa fare arte e critica.

Il già citato antropologo Brian Sutton-Smith ha definito il gioco come un'attività che è divertente, volontaria, intrinsecamente



Nelle pagine precedenti: 6.5 e 6.6 in modo più o meno esplicito, tutti i giochi sono portatori di valori culturali;

In queste pagine: 6.7 The Landlord Game, predecessore del Monopoli; 6.8 *Horses Running Endlessly* (1995), opera di Gabriel Orozco



motivata, che incorpora scelte spontanee e possibilità libere, offre svago ed è fondamentalmente eccitante. In *Ambiguity of Play*, Sutton - Smith suggerisce come il gioco fornisca un modello operativo dello sviluppo della specie incorporandone la reazione mentale. Focalizza in particolare la sua attenzione sul potenziale del gioco di contribuire a definire norme sociali e identità, notando che l'uso di particolari forme di gioco, con la rappresentazione o la parodia dell'appartenenza ad una comunità, è essenziale alla formazione culturale. Giocando insieme, gli individui sviluppano un'identità di gruppo ed un senso di appartenenza. Il gioco può funzionare anche come uno strumento per "capire il mondo": come molti antropologi Sutton - Smith ritiene che il gioco sia il modo in cui i bambini fanno pratica di norme culturali e sociali. "Giocare può proteggere i bambini dalle ipocrisie della vita adulta", notando che i meccanismi di gioco dalla primissima infanzia all'adolescenza offrono narrazioni che negoziano i rischi del mondo reale: "queste storie mostrano rabbia, paura, tristezza e disgusto".

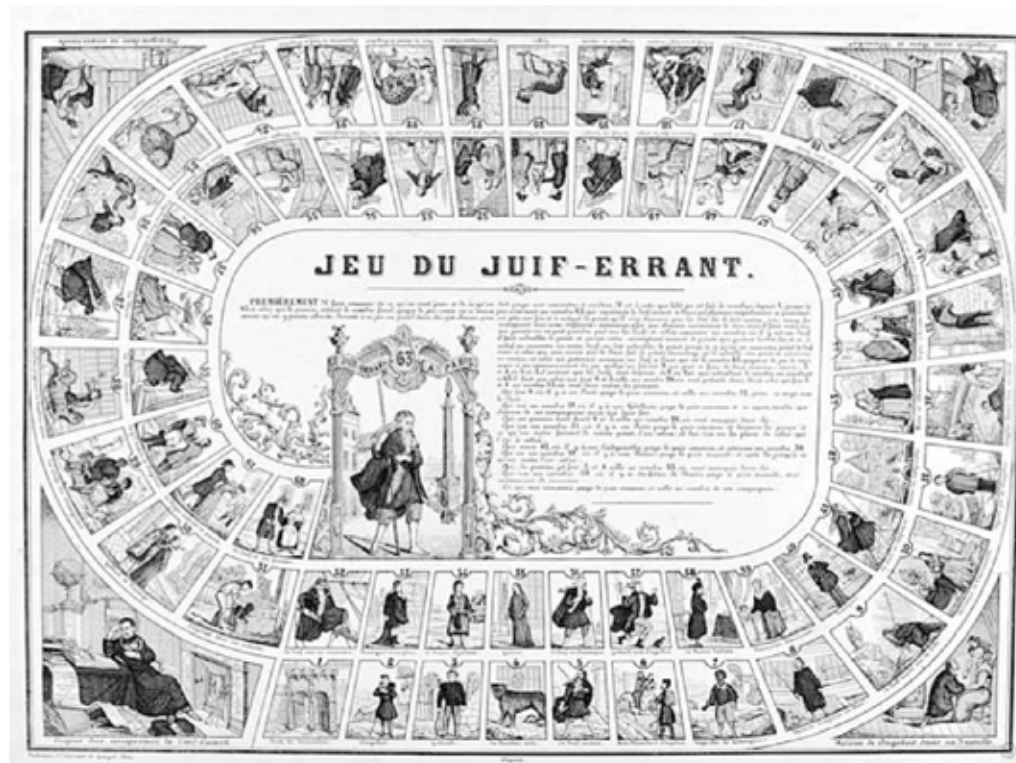
Per Mary Flanagan il gioco critico equivale a creare attività od occupare ambienti di gioco che rappresentano uno o più domande sui vari aspetti della vita umana. Queste domande possono essere astratte, come il ripensamento della collaborazione, della vittoria o della sconfitta, o concrete, riferite a problemi attuali. L'attitudine critica nel gioco può essere sfruttata per mettere in dubbio un aspetto del contenuto di un gioco, o un aspetto formale del contesto, può offrire un punto di vista specifico o una struttura analitica. Coloro che sfruttano il potenziale di critica creano

una piattaforma di regole dalla quale esaminare uno specifico tema, regole in qualche modo attinenti al problema stesso. Giocare criticamente e progettare giochi critici richiede un esame accurato di tematiche sociali, culturali, politiche, o anche temi personali che offrono alternative agli spazi di gioco mainstream.

La sfida consiste nel trovare il modo di creare ambienti di gioco complessi ed avvincenti che usino la complessità del pensiero critico per offrire una possibilità narrativa nei giochi, e per un ampio numero di giocatori. Il sistema di progettazione si fonda sull'interesse della persona creativa a criticare lo status quo circostante per indurre un cambiamento.

In una prospettiva storica i cambiamenti nel gioco rispecchiano i cambiamenti nella società e lo sviluppo delle tecnologie. Ciò è evidente, secondo le teorie di Mary Flanagan, nell'invenzione del gioco organizzato delle bambole e della casa durante la rivoluzione industriale statunitense, quando i ruoli di genere dovettero essere riaffermati a causa delle mutate condizioni di lavoro, così come il legame fra la riorganizzazione delle banche, i sistemi finanziari e l'accumulo di proprietà nella cultura americana del ventesimo secolo è rispecchiato dallo sviluppo di giochi da tavolo di strategia finanziaria come il già citato Monopoli.

I giochi e le stesse attività di gioco, con la loro enfasi su ordine e convenzioni, funzionano come tecnologie che producono relazioni governate da tempo e regole, messe in scena con modelli comportamentali. Come lo studioso dei media Marshall



6.10

McLuhan ha notato, tali giochi come forme di arte popolare offrono a tutti i molteplici ed immediati significati della partecipazione alla vita di una società, come nessun singolo ruolo o lavoro potrebbe offrire. Il modo in cui il gioco è progettato e presentato porta implicazioni per il gruppo sociale. I giochi, funzionando con una logica ordinata creano relazioni sociali distaccando o astraendo le azioni quotidiane dei giocatori in strumenti facili da capire, in cui il contesto è estraniante abbastanza per permettere al cerchio magico

del gioco di Huizinga di manifestarsi: i giochi stessi agiscono come *tecnologie sociali*.

Movimenti sociali e culturali influenzano quotidianamente cittadini e pratiche artistiche: sin dal periodo delle avanguardie gli artisti hanno adottato e riconfigurato nei loro lavori problematiche sociali.

Esempi di sovversione, distruzione ed intervento sono interscambiabili con le nozioni di critica di artisti ed attivisti e necessitano un ulteriore approfondimento. Gli artisti a lungo

hanno riusato, combattuto o inventato forme mediatiche e convenzioni. Ci sono esempi tra centinaia di pratiche artistiche che sopravvivono alla memoria proprio perché “sono uscite fuori dalle regole”.

Una sovversione è un’azione o un’attività destinata a minare un’istituzione, un evento o un prodotto. Parlando di sovversione è necessario conoscere il fenomeno particolare con cui ci si scontra, sia esso politico, sociale, legale o culturale.

La sovversione è stata identificata da vari studiosi e attivisti come un potentissimo mezzo per i gruppi emarginati per riuscire ad avere una voce. Questa idea si ricollega direttamente allo studio da parte degli attivisti di come i rapporti di potere si sviluppino e come il cambiamento sociale sia pianificabile.

Nel suo saggio *Critical Play* la studiosa si rifà agli scritti di Mario Negri, particolarmente prolifico durante i suoi arresti domiciliari per reati politici, e riprende le sue idee, risultato di una lunga osservazione di come la cultura contemporanea opera. Negri è ambivalente, scrive sia della difficoltà di lottare contro il potere che del graduale inglobamento ed assoggettamento al potere delle pratiche di sovversione. Lavorando contro sistemi di controllo pervasivi egli nota che le pratiche sovversive hanno ancora il potere di favorire il cambiamento sociale se usate sulla giusta scala e con gli strumenti adeguati. Forse i giochi sono quello strumento: Negri evidenzia come la sovversione è necessaria all’interno di sistemi di organizzazione sociale in una moltitudine di forme, per il benessere degli

individui e della collettività. Negri ed altri usano il termine sovversione per indicare un atto creativo più che un atto distruttivo.

Poiché prima di tutto i giochi sono sistemi regolati, sono particolarmente idonei a pratiche sovversive: ogni gioco ha il suo “inganno” – il giocare in sé implica un certo tipo di sovversione. Questa idea è condivisa dagli studiosi del gioco: per Brian Sutton-Smith il gioco è associato, almeno in parte, con le azioni trasgressive e sovversive.

Questo tipo di visione del cambiamento come de-costruzione e ri-costruzione dei sistemi di organizzazione sociale mi ha spinto ad orientare la mia riflessione e la mia strategia di comunicazione verso un progetto che fosse una critica alla società contemporanea italiana, fortemente influenzata nei suoi meccanismi da stereotipi di genere, e che al contempo contenesse, in quanto artefatto ludico, alcuni elementi di trasgressione dei meccanismi stessi. Nell’atto del giocare una simulazione se ne mettono in discussione criticamente le regole, come verrà evidenziato più avanti nelle considerazioni sui giochi politici contemporanei e nella spiegazione dell’approccio progettuale da me adottato.

Gli “interventismi” sono specifici tipi di sovversione che si relazionano direttamente con tematiche politiche o sociali, implicando “un entrare o interferire in qualche affare in modo da influenzarne il corso”. Anziché ridurre queste azioni in classificazioni limitanti è più utile inserire le azioni degli artisti in un libero insieme di principi che guidano gli interventi. L’introduzione di oggetti artistici

Nelle pagine presenti:  
 6.9 Hans Bellmer, *Doll's Games* (1935);  
 6.10 *The Wandering Jew Game*.  
 In queste pagine:  
 6.11 il planisfero alla rovescia;  
 6.12 *Mosquopoly*



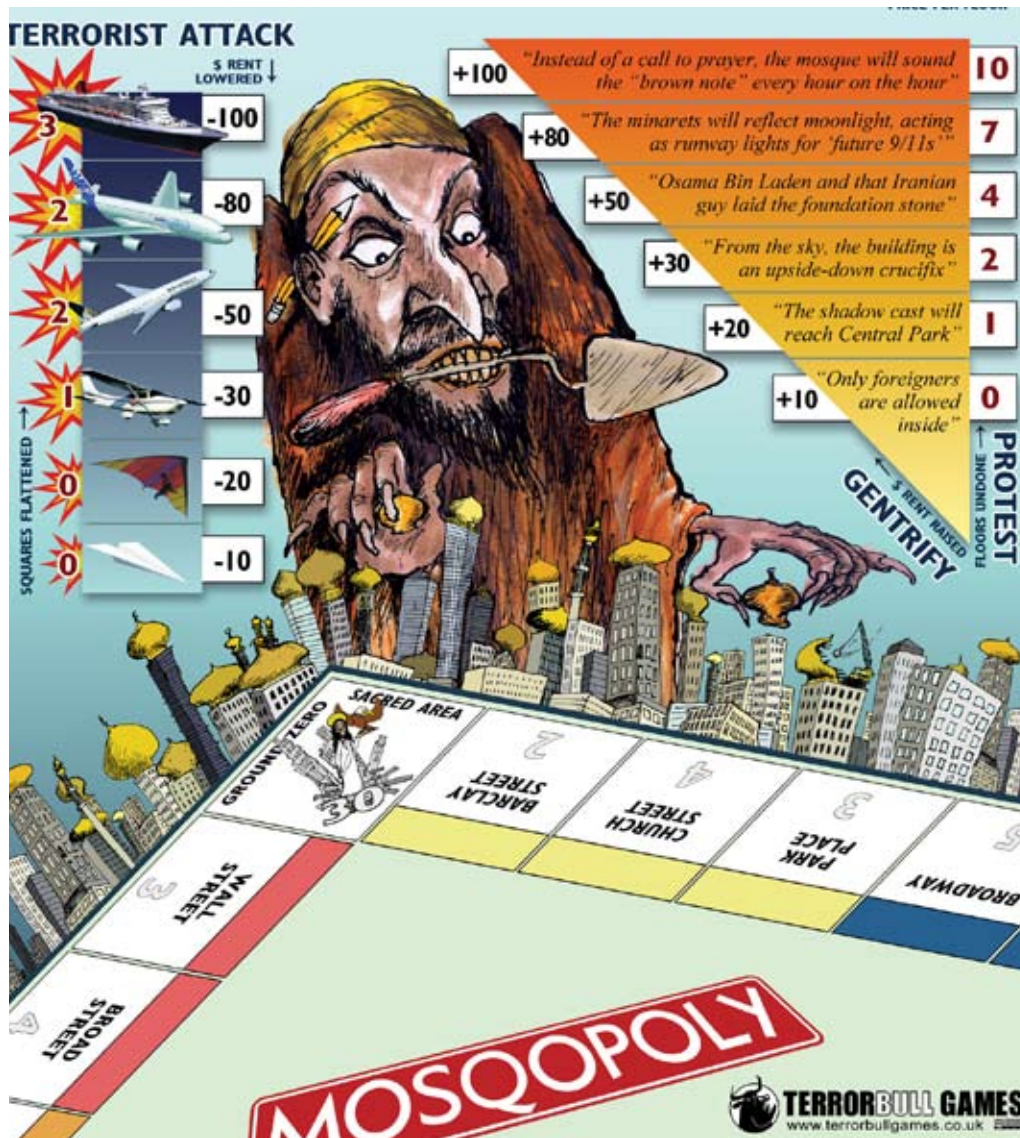
6.11

e performance negli spazi pubblici, per esempio, è il modo in cui gli artisti si riappropriano dello spazio pubblico cognitivo e quotidiano; gli artisti spesso hanno obiettivi politici o sociali e possono aprire al dialogo oltrepassando i confini tra l'arte e la vita quotidiana.

Numerosi artisti delle avanguardie del ventesimo secolo hanno condiviso l'idea della fusione di trasformazione di pubblico e privato attraverso atti creativi. Alcuni di tali interventi artistici hanno preso forma come performance, parodie, simulazioni, giochi, strategie di attivismo e "hacktivism". La sovversione dell'esperienza di vita quotidiana viene attuata mostrando visioni del quotidiano negative o inaspettate. Più recentemente gli artisti digitali si districano tra estetiche istituzionali e tradizionali e forme di comunicazione sociale. «Se l'arte elettronica è divenuta un laboratorio sperimentale, non tanto per le nuove tecnologie quanto per le nuove pratiche di relazionismo sociale, forse i giochi elettronici potrebbero operare in un modo interventista all'interno degli spazi e dei discorsi digitali»<sup>8</sup>.

Un grande piacere per i giocatori potrebbe derivare dal sovvertire una serie di norme di interazione sia in ambienti di gioco semplici che in giochi fortemente complessi. I giocatori esploreranno cosa è possibile e cosa spinge al confine tra regole e aspettative ed indagheranno la stessa condotta del giocatore, all'interno di un ambiente di gioco dato, non importa quanto strutturato.

Mary Flanagan usa i termini *activist game* e *activist game design*. «Il gioco attivista è





caratterizzato dall'enfasi su tematiche sociali, educazione e occasionalmente intervento». Non si tratta semplicemente di fare un esercizio concettuale ma di coinvolgere in temi sociali attraverso temi, narrazioni, ruoli, impostazioni, obiettivi e personaggi; meno frequentemente attraverso i paradigmi, le meccaniche di gioco, le interazioni o le condizioni di vittoria per incentivare una reazione sperata aldilà dell'intrattenimento del gioco o della sola esperienza. Questo non significa che i giochi attivisti non possano o non debbano essere divertenti (critica fatta a molti giochi attivisti) ma sta a significare che vi è una tematica precisa e che l'intrattenimento è solo una delle finalità previste.

Flanagan è convinta che il gioco crei momenti *liminali* per la comunità dei partecipanti al gioco. I *giochi sociali* rivelano "strati sottocutanei" della struttura sociale e fanno affiorare allo scoperto elementi oppositivi della società stessa esasperando le relazioni interpersonali di una determinata società, fino a farle scoppiare. I *giochi sociali* hanno la caratteristica di attivare *opposizioni* all'interno di gruppi, classi sociali, etnie, categorie sociali, ruoli e status cristallizzati, trasformando queste opposizioni in *conflitti* che, per essere risolti, necessitano una rivisitazione critica di particolari aspetti dell'assetto socioculturale fino ad allora legittimato.

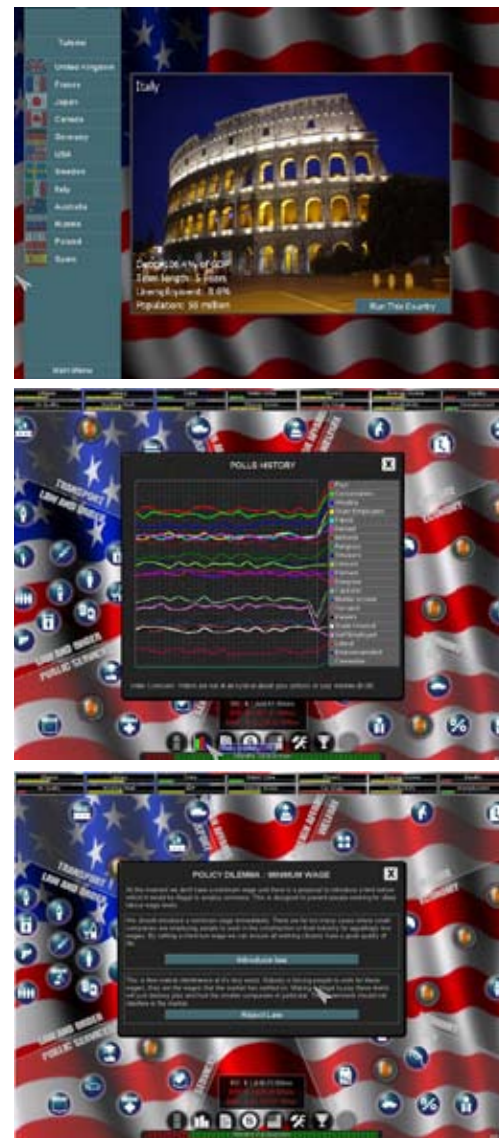
Per apprezzare pienamente il potenziale di critica sociale e di sovversione di cui i giochi sono dotati è necessario vederli come una forma di rappresentazione partecipata. In ambito accademico sono fertili soprattutto gli studi che indagano tali potenzialità in

rapporto a videogame e computer: Brenda Laurel ritiene che «il potenziale dei computer non risiede nella loro abilità di effettuare calcoli e operazioni ma nella capacità di rappresentare un'azione alla quale gli individui possono partecipare»<sup>9</sup>.

Il suo saggio *Computers as a theater* è stato il primo approccio allo studio dei computer come mezzi di comunicazione e non come grandi calcolatori. Il computer è visto come un mezzo di progettare azioni nelle quali gli utenti impersonano i ruoli sia di attori che di pubblico, segnando un distacco dalla maggior parte degli studiosi che invece si concentrano soprattutto nella relazione fra ipertesti e narrazione classica, applicando le teorie letterarie allo studio delle narrazioni informatiche ed accostando il computer alla narrazione e non al teatro.

Anche Gonzalo Frasca nel saggio *Videogames of the oppressed* esamina il potenziale dei videogiochi come mezzo per stimolare il pensiero critico e la discussione su problemi sociali e personali. Questa analisi si concentra sulla simulazione come una forma rappresentazione che, diversamente da altre come il racconto, crea modelli che non solo mostrano le caratteristiche del sistema, ma riproducono anche il suo comportamento per mezzo di un insieme di regole: il potenziale dei videogiochi è enorme non perché rappresentano la realtà come una raccolta di immagini o testi, ma come un sistema dinamico che può evolvere e cambiare.

La simulazione è un modello semplificato della realtà sufficientemente preciso da





permettere previsioni ed analisi corrette di fenomeni reali ed è costituita da un sistema d'origine, un modello ed un simulatore; si può sottolineare come «l'uso della simulazione è un'attività tanto naturale quanto il bambino che gioca con i giocattoli. Per capire la realtà e tutte le sue complessità, dobbiamo costruire oggetti artificiali e dinamicamente agire con essi. La simulazione al computer è l'equivalente elettronico di questo tipo di *role playing*»<sup>10</sup>.

Il giocatore scopre le possibilità del sistema attraverso la manipolazione. Questa manipolazione non è banale ma richiede che il giocatore sia immesso in un processo di *decision-making* che influenzerà la sua esperienza del sistema. Questo processo di manipolazione e trasformazione è ciò che rende possibile l'interpretazione dei molteplici aspetti di una simulazione. L'interpretazione di una simulazione è un processo complesso che implica due livelli. Per il designer questa complessità rappresenta un grado più elevato di incertezza nella comunicazione: il problema non è solo come verrà interpretato il modello ma anche in quale grado l'osservatore è familiare col sistema.

Rifacendosi al concetto di lettore modello<sup>11</sup> proposto da Umberto Eco, Gonzalo Frasca suggerisce che le simulazioni hanno bisogno di un *giocatore modello* che si suppone in relazione col sistema e con le sue regole in modo affine a quello dell'autore nel momento in cui l'ha progettato. Sono disponibili varie tecniche per diminuire la distanza tra *interpretamen* e *representamen* nei giochi. Una di queste è il libricino delle regole che spiega le regole basilari del comportamento del sistema

come inteso dall'autore; un'altra è includere una sessione "demo" nel quale mostrare l'interazione o come il gioco può essere fruito. In aggiunta a tali tecniche alcuni giochi includono livelli di allenamento che precedono il gioco effettivo, nei quali il giocatore è guidato attraverso il sistema e può sperimentare con esso in modo sicuro. L'autore di simulazioni ha anche una responsabilità diversa da quella di un romanziere. Lo scrittore descrive solo una sequenza limitata di azioni, per cui vediamo come il personaggio si comporta e non come si potrebbe comportare. Il narratore scrive specifiche azioni, l'autore di una simulazione (o di un gioco) deve scrivere regole di comportamento che risultano da specifiche azioni.

L'ideologia nella simulazione non è trasmessa solo nella presentazione dei personaggi, tutte le scelte parlano della visione del mondo dell'autore. «Alcune scelte sono obbligate nel sistema e rappresentano un destino inesorabile per il giocatore? Qual è il ruolo della scelta nella simulazione? Il giocatore ha modo di collaborare con gli altri personaggi o il gioco è pensato per incoraggiare l'individualismo? Queste sono soltanto alcune delle problematiche con cui il designer si rapporta mentre progetta i mondi simulati»<sup>12</sup>.

La creazione di obiettivi finali dà un nuovo valore ad ogni azione del giocatore. Tutto ciò che il giocatore fa o non fa è misurato in relazione a quanto vicino o lontano lo pone rispetto all'obiettivo finale. Si crea un sistema di regole morali, definendo cosa è giusto e cosa è sbagliato. C'è una differenza essenziale nel creare una simulazione nella quale è semplicemente possibile uccidere delle persone

ed una nella quale si ottiene un premio (punteggio, livelli extra) nel farlo. C'è una logica binaria in ciò, traslata nelle azioni del giocatore: se uccidere il guardiano permette al giocatore di entrare nel castello e poi vincere, allora uccidere il guardiano è giusto e non farlo è sbagliato. Quindi l'autore di una simulazione o di un videogioco è ideologicamente responsabile per la creazione di 3 livelli di rappresentazione:

livello 1 – condiviso con i gli storyteller tradizionali ed in relazione alle azioni, alle descrizioni e alle impostazioni;  
 livello 2 – in relazione alle regole che modellano il sistema simulato;  
 livello 3 – in relazione all'obiettivo finale del gioco: in cosa consiste la vittoria o la condizione desiderabile.

Gonzalo Frasca spiega come i videogiochi incorporano uno dei miti della rivoluzione digitale: il mito di un medium democratico nel quale i fruitori diventano produttori. I giochi permettono, o danno l'illusione di permet-

tere, che i giocatori diventino designer. Egli immagina come esempio che i giocatori di *The Sims* ne modifichino il design, simulando la vita nei sobborghi poveri, suggerendo che è possibile decostruire le teorie ideologiche della simulazione e discutere costruzioni alternative che riflettano le opinioni personali. Gli spettatori (ed i giocatori) vanno incoraggiati non solo ad essere critici verso il modello simulato, ma verso le regole stesse, perché realizzino che le tecniche utilizzate non sono ideologicamente neutrali. Le decisioni di design influenzano la performance del giocatore e lo guidano attraverso alcune strade di azione. La scelta dei videogiochi come mezzi di comunicazione implica la conoscenza sia delle convenzioni dei videogiochi sia della percezione sociale e personale dell'intrattenimento basato sul computer. Probabilmente la strada più efficace consiste nel creare differenti versioni dei videogiochi degli oppressi, sviluppati da persone di diverse età, cultura, genere.



6.15

Nelle pagine precedenti ed in queste pagine:  
 6.13 pedine di un gioco da tavolo;  
 6.14 screenshot del gioco Democracy;  
 6.15 e 6.16 urban games



6.16

6.17 - 6.19 reinterpretazione della Barbie  
in scatti fotografici che hanno come tema la  
violenza domestica



6.17



6.18



6.19

## CRITICAL PLAY E SPAZIO DOMESTICO

L'ambito nel quale ho orientato il mio lavoro di ricerca è quello delle problematiche di genere e tra le questioni emerse una delle più critiche ed interessanti è quella legata al lavoro di cura ed al diverso rapporto femminile e maschile con lo spazio domestico e con tutte le attività che vi si svolgono all'interno. Per questo mi sembra importante esaminare la relazione esistente fra il gioco e la rappresentazione dello spazio domestico.

Nel già citato testo *Critical Play* sono descritte le modalità tipiche di critica messe in atto nei giochi "domestici": *unplaying* (non gioco), *re-dressing* o *re-skinning* (rivestimento) e *rewriting* (riscrittura).

Nell'*Unplaying* i giocatori mettono in scena scene proibite o segrete, scenari sfortunati o altre conclusioni non anticipate spesso in opposizione ad una condotta accettabile o aspettata. Nel gioco delle bambole di epoca vittoriana, questa fase si manifesta nell'abuso sulle bambole, "uccidendole" o con qualche altra reinterpretazione del "prendersi cura". Questo tipo di gioco critico capovolge le aspettative tradizionali riguardo i comportamenti di cura e permette ai giocatori di ripensare le convenzioni implicate in questi ruoli sociali.

Nel *Re-dressing* o *Reskinning* sistemano le loro bambole in modo alternativo e le travestono, le mascherano o le truccano alterandone le apparenze in modo da permettere

alle bambole di entrare nelle scene proibite. È interessante notare come le pratiche sovversive di gioco col tempo siano inglobate dall'istituzione che le provoca, ad esempio nel diciannovesimo secolo i genitori delle ragazze approfittavano delle scene di morte create con le bambole per insegnare l'etichetta dei funerali di famiglia. In una rivista dell'epoca è riportato il commento dell'architetto Jennifer Doublet: «non c'è niente che mi dia più soddisfazione del piacere sovversivo di vedere il mondo dell'investigazione maschile spazzato via dalla rappresentazione macabra della violenza domestica nello spazio femminile preciso, controllato, di una casa delle bambole». Le case delle bambole hanno rappresentato una repressione a lavoro nel discorso culturale, repressione rinforzata dall'insieme di regole dell'ambiente domestico.

Molto interessanti sono le considerazioni che Mary Flanagan fa riguardo ai moderni videogiochi che mettono in scena situazioni casalinghe e quotidiane e che sono anch'essi quindi in forte relazione con le problematiche di genere. A partire dal *Little Computer People* (1985) dell'Activision, la casa è stata ambientazione e tematica dei giochi al computer. I giochi digitali invitano sia designer che giocatori a tracciare le utopie casalinghe dell'immaginazione culturale, incarnando molti degli stessi stili di critica e sovversione già esaminati. Gli utenti compiono le attività di reskin, replay, unplay e rewrite offrendo la loro interpretazione del gioco. In una celebrazione della vita domestica, giochi come questi si focalizzano su attività ordinarie come quelle di cura ed enfatizzano il loro

distacco dal modello stereotipato di gioco, spesso violento.

Nel gioco *Neighbors from Hell* (*Vicini di casa dall'inferno*), i giocatori fanno dispetti ai loro vicini di casa per ritorsione ad azione come la scarsa cura del prato, in *Second Life* i giocatori avviano attività, costruiscono case ed edificano intere isole. Nella versione on line del gioco *Neopets* (1999) i giocatori progettano animali domestici che vivano in Neotopia e tengono impegnate le loro creature nel costruire case. I giocatori di *The Sims* creano e mantengono personaggi e ambienti in uno stile guidato dal consumismo. Anziché gangster e pistole, *The Sims* offre una casa virtuale, in cui i giocatori controllano i personaggi all'interno di uno spazio intelligente.

Lo spazio di *The Sims* è una negoziazione fra l'esperienza domestica reale e virtuale; attrae perché l'approccio è familiare. Sia videogame che case delle bambole sono meccanismi di fantasia. Entrambi i tipi di gioco implicano la definizione, la proiezione e lo stravolgimento dei ruoli. La "fan culture" che circonda le "bambole" virtuali contemporanee rispecchia i modelli di gioco del tardo ventesimo secolo.

L'argomentazione offerta da Ann Douglas sulla "femminilizzazione" del consumatore appare molto utile. Le case delle bambole, reali e virtuali, usano simboli per rappresentare la realtà esterna. Giocare con esse può riprodurre le funzioni, come costruire una cucina e far "cucinare" le bambole, o può adattarne e assimilarne i simboli. La femminilizzazione del giocatore si manifesta

attraverso il design dello spazio di gioco, dinamiche e obiettivi, ed è riflessa socialmente attraverso la dominazione nella cultura del consumismo. Nel giocare a *The Sims* o altri “giochi di case” contemporanei, i giocatori sono affascinati dagli oggetti quotidiani, in relazione al consumo e ai valori normativi. Le case stesse funzionano come istituzioni dello spazio domestico e sono meccanismi di controllo, inteso come mantenimento dei ruoli famigliari tradizionali, limitando il comportamento tramite le regole incorporate. I giocatori, negli spazi domestici, sono inseriti in questi ruoli.

Come molti studiosi hanno evidenziato, lo

spazio domestico continua ad essere associato al femminile nella televisione, nei film e negli altri media. In uno studio approfondito delle tradizionali case delle bambole, Kuznets nota “forse dovremmo considerare la voglia di ruoli fissi come una nostalgia auto-limitante”<sup>13</sup>.

Precedentemente i comportamenti normativi nelle pratiche di gioco domestico sono stati descritti come socialmente stabiliti per le ragazze del diciannovesimo secolo. Poiché sono presentati giocatori (e modelli economici, politici ed ideologici) in relazione diretta con funzioni storicamente femminili, allora la definizione dello spazio in *The Sims*



In queste pagine: 6.20 immagine del gioco *Little Computer People* (1985); 6.21 e 6.22 *The Sims*

è inestricabilmente legata ad un processo più ampio che concerne la rappresentazione di questo femminile e la concezione tradizionale dei ruoli delle donne. Se è vero che lo spazio domestico è storicamente collegato al femminile, i giocatori che partecipano ad un gioco ambientato in una casa sono “femminilizzati” in tali ruoli ed i videogame contemporanei potrebbero funzionare similmente alle case in miniatura del tardo diciannovesimo secolo. Nell’uso della casa e dei suoi immediati dintorni come una tavolozza normativa con cui creare la loro stessa idea di casa e relazioni in casa, i game designer rinforzano, forse con un grado di consapevolezza e ironia, le idee prestabilite riguardo le dinamiche domestiche.

Se il capitalismo si diffonde attraverso la globalizzazione, giochi come *The Sims* operano all’interno delle pratiche culturali, offrendo il sogno americano e rappresentando il desiderio capitalista<sup>14</sup>.

Ironicamente mentre molti giocatori di *The Sims* lavorano a sovvertire il gioco e proiettano i loro desideri alternativi su personaggi e case, fanno ciò dalle loro stesse abitazioni, tenendo le strutture tradizionali intatte. Vale la pena esaminare in che modo sono costruiti i ruoli maschili. Se il consumo, l’arredamento e la cura sono tradizionalmente ruoli femminili, il maschile può essere posizionato come ricerca di narrazioni immerse nella conquista di soldi, status, potere. Qui il divertimento è negoziato dai giocatori attraverso il vagare e nello sfidare confini e limiti, non nell’arrivare ad una destinazione. Mentre i giocatori sono costretti in ruoli



6.21



6.22

**Chore Wars** ✓

Finally, you can claim experience points for housework.

Recruit a party of adventurers from your household or office, and whenever one of you completes a chore, you can log it and claim XP.

[Find out more.](#)

Username:

Password:

Login

CREATE A CHARACTER

tradizionalmente femminili sono anche incoraggiati ad essere giocatori critici, creando piccole ribellioni all'interno di questi confini. In molti giochi, questo è possibile attraverso una varietà di strumenti di personalizzazione e reskinning.

Reagire agli obiettivi di gioco – ad esempio al consumismo – è un altro modo con cui i giocatori si interrogano criticamente sugli scenari domestici. Alcuni giocatori sovvertono il gioco per rendere la vita dei piccoli personaggi consumatori miserabile.

Il giocatore fa esperienza della routine quotidiana del personaggio da una prospettiva distaccata dall'esperienza vissuta ed i gesti autonomi del personaggio costringono il giocatore a riconoscere che “gran parte della procedura è, su un livello formale, già perversa”. Gli elementi perversi e sovversivi di *The Sims* sono presenti fra le strategie disponibili per i giocatori. I giochi che mettono in scena la vita domestica sono interessanti per gli strumenti insiti nel game play ed il modo in cui valori sociali, stili di interazione ed attività quotidiane sono praticati e combattuti.

Il gioco critico che si origina da modelli culturali, come i ruoli di genere nello spazio domestico, funziona all'interno di un largo sistema culturale che è difficile da esaminare e lento da cambiare. La manipolazione dei personaggi e degli ambienti che molti giochi offrono è complessa. I giochi di *care-giving*, dal giocare alle bambole al giocare a *The Sims*, mantengono una suspense ritmica in relazione al fondamentale desiderio umano di soddisfare bisogni e connettersi agli altri<sup>15</sup>.

Questa è certamente una pulsione impor-

tante nel complesso sistema che un “house game” rappresenta; chi siamo quando giochiamo e come siamo in relazione al mondo del gioco sono domande fondamentali, poiché i piaceri del gioco derivano dalle strutture delle regole che definiscono gli ambienti di gioco, e le regole vanno da quelle specifiche ed interne al gioco a quelle più astratte, sociali, commerciali e *gendered*.

I giochi rivelano ansie ed incertezze riguardo i ruoli domestici – incertezze che si manifestano nel gioco critico. Come afferma Chris Crawford in *The Art of Computer Game Design*, i giochi sono sistemi chiusi, spazi sicuri nel quale si può entrare in vari tipi di conflitti senza rischiare comfort, divertimento o benessere fisico. Un buon gioco è sicuro ed allettante, i suoi elementi sono unificanti e ben integrati ed i suoi scenari di interazione significativi.

Il gioco delle bambole, ed i videogiochi che richiamano il gioco delle bambole, incoraggiano il gioco critico fornendo spazi per la perversione del contesto e la formazione di comunità emergenti, alterando le esperienze di vita soggettive.

Se i game designer vogliono incoraggiare il gioco critico devono lavorare come un virus che dall'interno infetta e cambia radicalmente aspettative e possibilità nel gioco. I designer possono nello specifico progettare di lasciare “aperte le possibilità per un linguaggio differente”<sup>16</sup>: questo linguaggio differente potrebbe essere visivo o, in modo più interessante, strutturale, linguistico o procedurale, come i giochi digitali trattati dimostrano.

In queste pagine:

6.23 Home del sito *Chore Wars*;

6.24 e 6.25 trasformazioni di avatar maschili in *Second Life*



6.24



6.25





6.26



6.27



6.28

## GIOCO E GENDER STUDIES

Gli studi accademici in merito al rapporto fra gioco e problematiche di genere sono esigui ed affrontano la tematica dai molteplici punti di vista sociologico, psicologico, culturale o progettuale, per cui risulta difficile individuare e ricostruire le varie evoluzioni delle teorie a riguardo. Tenterò quindi di riassumere quelli che ritengo i punti più significativi.

Per Zimmermann, che affronta il problema del rapporto fra genere e gioco nel testo *Rules of Play*, indagare le retoriche culturali di genere significa esaminare le modalità con cui i giochi riflettono, rinforzano, indagano o sovvertono le idee riguardo alle categorie di maschile e femminile, mascolinità e femminilità, trans gender e altri concetti relativi all'identità di genere. Un movimento di game design chiamato *Girl Games* fu fondato nei primi anni Novanta da designer e studiosi interessati ad indagare e ripensare il rapporto fra genere e gioco. La questione del genere all'interno del gioco, che è stata a lungo oggetto di indagine, dimostra la complessità di ogni particolare retorica utilizzata nei giochi; varie tematiche presentano criticità: dalla rappresentazione di razza, etnicità e disabilità, alle narrazioni di colonialismo e imperialismo.

Della relazione tra problematiche di genere e artefatti ludici, digitali e non, si è già parlato focalizzando l'attenzione sui contenuti e sui personaggi rappresentati, stereotipati come negli altri settori culturali. Il problema del gender divide però non si esaurisce nei contenuti ma influenza tutta la produzione: l'idea stessa del gioco e del videogioco come

di un'attività prevalentemente maschile causa una povertà di temi e generi ludici non rappresentativa dell'eterogeneo e variegato pubblico di giocatori e giocatrici. Per esempio il fatto che le donne costituiscano il dieci per cento della forza lavoro nell'industria dei videogame è uno squilibrio che influisce su chi usa strumenti e spazi, come nota lo studioso di media Henry Jenkins affermando che "video game spaces are gendered spaces"<sup>16</sup>.

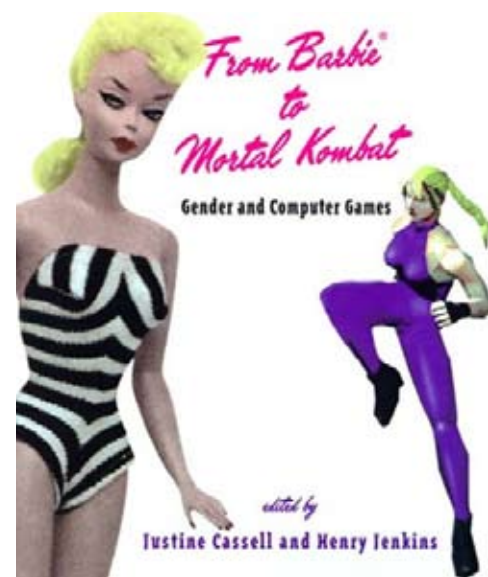
Nella storia dei videogiochi si evidenzia che «i progettisti sono tutti maschi e fanno giochi da maschi e per maschi, anche perché non sanno cosa una femmina può volere da un videogioco»<sup>17</sup>. I progettisti non saranno proprio tutti uomini, resta tuttavia il fatto che si può ipotizzare l'esistenza di un preciso asse di *gender* nei tipi e generi di videogioco: gli studiosi citano giochi apprezzati dalle ragazze e si tratta quasi sempre di giochi non aggressivi, dove per lo più il protagonista della partita non attacca nessuno ma scappa, dove non si colpisce ma si è inseguiti. Quelli amati dalle ragazze sarebbero tutti giochi il cui scopo finale è "imporre l'Ordine al Caos": v'è insomma l'idea diffusa che il ruolo sociale della donna e la sua presunta vocazione al controllo degli eventi e delle persone che la attorniano (presunzione che ad ogni modo costituisce uno stereotipo) influenzano le preferenze di gioco delle videogiocatrici. Già in un precoce studio della prima metà degli anni Ottanta si pose attenzione al fatto che l'argomento aggressivo della maggior parte dei giochi allontanasse molto le potenziali giocatrici di sesso femminile, tanto che – in ragione dell'importanza del videogame come porta d'ingresso all'interesse più generale per l'informatica –

In queste pagine:

6.26 - 6.28 giochi della Nintendo della serie *Cooking Mama*;

6.29 cover del libro *From Barbie to Mortal Kombat*;

6.30 poster della conferenza *The future of Girls, Gaming and Gender*



6.29



6.30

si auspicò apertamente una maggiore diversificazione dei generi di videogioco al fine di attirare anche l'universo femminile a questa particolare forma d'intrattenimento.

Negli USA, dove le questioni di *gender* sono molto trattate, il tema è emerso in modo più corposo e continuativo che altrove: tra le correnti di pensiero incontriamo l'approccio comportamentista, secondo il quale le donne non giocherebbero ai videogame perché non adeguatamente rappresentate, ed altre teorie secondo cui le ragazze, se rappresentate nei videogiochi come personaggi vittime od oggetto di conquista, rinegozierebbero il loro ruolo auto-attribuendosi altri tipi di funzione all'interno del mondo fittizio del gioco. Stando ad altri studi, la rappresentazione della donna come "sesso debole" nei videogiochi avrebbe un effetto non tanto sulla rappresentazione di sé da parte delle donne quanto sul rinforzo stereotipico nei giocatori maschi, e tale insistenza stereotipata sembrerebbe riposare sulla concezione della donna presentata nei romanzi per ragazzi e nei libri di testo precedenti ai movimenti per i diritti civili degli anni sessanta.

Forse però il più interessante studio sulla relazione fra videogiochi e tematiche di *gender*, in particolare fra videogame e giocatrici di sesso femminile, è il testo di Cassel e Jenkins *From Barbie to Mortal Kombat*<sup>18</sup>, dove è rilevato come i videogiochi, tradizionalmente associati a un pubblico maschile, negli anni novanta sono diventati molto popolari fra le ragazze a partire da un'insolita quanto forte alleanza fra movimenti femministi e società produttrici di videogiochi, nel quadro di una

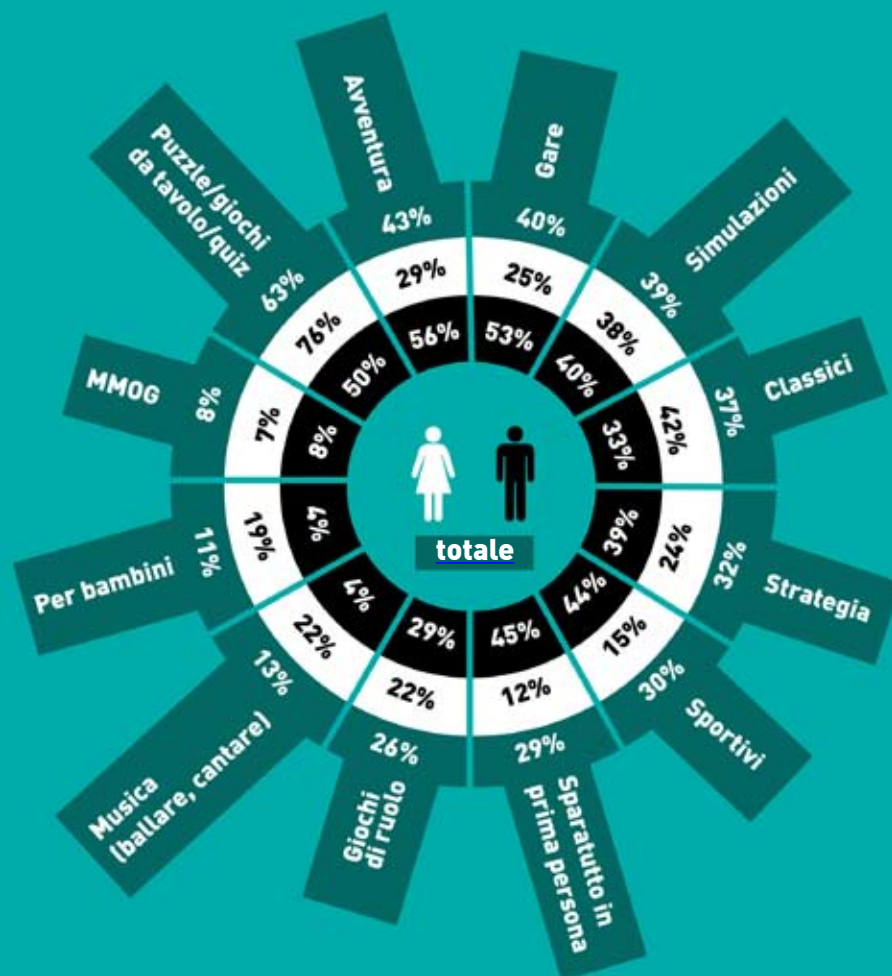
relazione fra i videogame ed i loro pubblici sempre più complessa. Tra tali movimenti si può citare quello guidato da Brenda Laurel, che è stata programmatrice informatica presso l'azienda produttrice di giochi *Purple Moon* per cui ha effettuato alcune ricerche sulla questione della differenza fra i sessi nell'utilizzo della tecnologia. Partendo dall'assunto che «sia i ragazzi che le ragazze hanno la sensazione che i videogame siano fatti per i ragazzi, sono i prodotti stessi che mandano il messaggio di essere per ragazzi» e che «le ragazze sono interessate alle narrazioni complesse, amano riuscire a risolvere un problema in tanti modi [...] l'esplorazione e la scoperta sono le caratteristiche che hanno importanza per le ragazze e di cui vogliono fare esperienza» si cade nell'inganno che contenuti e modalità di gioco considerati adatti al pubblico femminile possano portare ad una produzione non discriminante. «Per le ragazze avventura vuol dire esplorazione e scoperta; non significa vincere o perdere, in particolare; parte importante del traguardo di un'avventura è costituita dal fatto di intrecciare un'amicizia, oppure dall'aiuto da dare ad altre persone, o, comunque, dall'intrecciare delle relazioni».

L'idea che le donne a differenza degli uomini non abbiano alcuna gratificazione nel distruggere avversari e sconfiggere mostri emerge anche analizzando i dati statistici<sup>19</sup>: va posta particolare attenzione ai dati relativi alla percentuale di uomini e donne che giocano (61% contro 39%) e all'aumento del numero delle donne videogiocatrici tra i 14 e i 24 anni, fascia di età in cui il numero di videogiocatori maschi e femmine si equivalgono;

no; si segnala che le donne che giocano sono per la maggior parte giovani, laureate e dotate di maggiori risorse economiche e culturali e preferiscono i giochi di strategia, di ruolo e di azione rispetto ai giochi di sport, calcio e guida, prediletti invece da un pubblico maschile. Per l'industria video ludica la penetrazione del target femminile rappresenta ancora oggi una delle sfide più importanti poiché molte donne sono *casual gamers* e potrebbero investire più tempo e risorse in questa forma di intrattenimento se fossero disponibili contenuti più allettanti, espandendo il mercato. In quest'ottica nascono produzioni sessiste, "giochi rosa" che avrebbero come obiettivo quello di insegnare "le tecniche di gratificazione sessuale" utilizzando come formula di gioco il cosiddetto *caretaking*, cioè prendersi cura di una creatura virtuale. Nel panorama dei "giochini on line" destinati al pubblico femminile incontriamo simulatori con luoghi comuni come la stilista, la parrucchiera, l'estetista che deve rifare il look, la baby sitter rapidissima oppure la cameriera con senso dell'imprenditoria tale da far evolvere una attività dal nulla, fino ad arrivare a Miss Bimbo<sup>20</sup>, gioco che ha scandalizzato e provocato le proteste di genitori, psicologi e medici perché incoraggerebbe giovani ragazzine, intorno ai 9 anni di età, a considerare come normale la chirurgia plastica e le diete estreme, supportate da pillole dimagranti, per cercare la perfezione fisica.

Sheri Graner Ray, designer di videogiochi e autrice di *Gender Inclusive Game Design: Expanding the Market* ritiene che «le donne non vogliono giochi "rosa", non si divertono con quei giochini per femminucce dove

## PREFERENZE NELLE TIPOLOGIE DI GIOCO SUDDIVISE PER GENERE (ETÀ 11-65) \*



\* Fonte: BBC UK Games Research 2005



6.31

In queste pagine:

6.31 un esempio di gioco destinato alle ragazze, in cui il tema centrale è la cura del proprio aspetto. In *Feminism Game* una femminista deve diffondere le sue idee, ma per essere convincente è importante che si presenti nel modo adatto: le giocatrici devono renderla più trendy e svecchiare il suo aspetto così fuori moda.

6.32 un esempio di console di gioco di colore rosa destinata alla clientela femminile



6.32

Paris Hilton e Britney Spears fanno shopping e si truccano, quello non è un genere di videogame che ha successo». Alcuni critici ritengono che il presupposto per l'apertura del mercato dei videogiochi al mondo femminile non debba essere una netta divisione dei generi video ludici basata sulla presenza o meno di stereotipi legati alla mascolinità o alla femminilità, quanto lo sviluppo di giochi che prevedano al loro interno molteplici modi di "vivere" l'esperienza ludica. Quello che le ragazze avrebbero cercato, e difficilmente trovato, nei videogiochi degli anni ottanta e novanta sarebbe stato un game-play basato sul concetto di personalizzazione che permettesse loro di interagire con il testo ludico in maniera più libera e creativa; per cui non sarebbe un caso che molte ragazze si siano avvicinate per la prima volta al videogioco grazie a titoli *open ended* come *The Sims*, in cui l'esperienza di gioco è continuamente rinnovabile e soprattutto personalizzabile. Il gioco online, aggiungendo alla libertà di "fare" e alla libertà di "essere" anche la libertà di "comunicare e relazionarsi con gli altri" ha potenziato ulteriormente il concetto di "customizzazione", ad esempio nei MMORPG l'esperienza di gioco può essere strutturata sull'avanzamento del livello del proprio avatar, sul commercio degli oggetti e delle risorse digitali, ma può essere anche considerata come un momento di socializzazione. Il gioco multiplayer online ha permesso di superare anche la convinzione che titoli troppo caratterizzati dalla competitività, dall'agonismo, dalla violenza non sarebbero mai stati apprezzati dalle giocatrici.

Studi condotti in una prospettiva più ampia

esaminano il paradosso esistente fra i dati quantitativi che suggeriscono come ci siano alti livelli di partecipazione femminile nelle pratiche di videogioco e la contraddizione delle osservazioni etnografiche su eventi ludici che continuano a mostrare disuguaglianze nella partecipazione di genere. Senza negare l'evidenza della sessualizzazione e della stereotipizzazione nell'immaginario video ludico, alcuni studiosi suggeriscono che tali problematiche siano state spesso ipersemplificate dagli studiosi ignorando la vastità di tipologie di gioco e spazi e la complessità dell'attività ludica in relazione alle più ampie dinamiche di genere. Così, esaminando il tema rispetto a tre livelli di lettura (game content, game spaces e game activities), si afferma che la *genderizzazione* del gioco è coerente con quella delle attività ricreative in generale e con la riproduzione dei ruoli stabiliti. Ci si interroga sul perché la partecipazione femminile sia così marginalizzata e non si riesca a localizzare la giocatrice *invisibile*.

Nei luoghi comuni e nelle ricerche accademiche il gioco è stato visto in relazione a bambini e adolescenti, fortemente associato a discorsi sugli effetti dei media, suggerendo che le pratiche di consumo relative al video giocare siano solitarie e maschili, che siano una parte dello svago domestico e transitorie, qualcosa che avrà fine con la crescita, un'attività associata soprattutto all'idea di ragazzo *geek* e *nerd*. Un ampio numero di conseguenze negative sono comunemente additate al gioco, suggerendo che il comportamento aggressivo nella vita reale aumenterebbe, la partecipazione ad attività sociali ed educative sarebbe ridotta, gli stereotipi di genere rin-

forzati<sup>21</sup>.

Ancora una volta si può notare come l'opinione pubblica si accanisca sul mezzo in sé e non sui singoli contenuti veicolati.

L'analisi della relazione tra genere e gioco si focalizza generalmente su due aspetti: la rappresentazione delle donne nei videogiochi e la predominanza di tematiche maschili. Il primo analizza le rappresentazioni stereotipate e sessualizzate, che contribuiscono alla percezione che il videogioco incorpori interessi ed attività maschili. Similmente si tende a sottolineare la dominazione di temi "mascolini" (guerra, competizione, sport, conquista ecc) così come gli alti livelli di violenza. Come si è già evidenziato, questa tendenza a sottolineare le differenze di genere nel giocare porta a pensare che la partecipazione femminile vada incoraggiata con giochi con temi femminili palesemente riconoscibili (così come le versioni rosa delle console di gioco) riproducendo lo stereotipo di cosa sia appropriato per le giocatrici femminili. Stando alle ultime ricerche in merito, i livelli di violenza sarebbero stati sovrastimati e tale considerazione ci fa pensare al bisogno di considerare la complessità delle rappresentazioni di genere nei giochi digitali, senza assumere un punto di vista passivo. La connessione tra intenzione dell'autore e lettura del pubblico è problematica. Nel contesto del gioco è eccessivamente deterministico concludere che ci sia una relazione causale tra la rappresentazione della donna in un gioco e la natura del consumo di tale gioco da parte delle giocatrici. È possibile che le donne costruiscano differenti significati in relazione alle tematiche del gioco, giocando con un'attitudine maschile

o costruendo la loro stessa lettura opposta dell'artefatto. Cassel e Jenkins<sup>22</sup> sottolinea tale tendenza in riferimento alle differenze tra *girl gamers* e *grrrl gamers*<sup>23</sup>: la seconda espressione sta ad indicare che le giocatrici hanno preferenze di gioco, attitudini, interessi simili a quelli dei giocatori maschi. I due studiosi sono in disaccordo con la produzione ludica che "targettizza" le donne, auspicando una diminuzione della differenziazione delle attività di svago maschili e femminili. Naturalmente la sfida ai ruoli di genere non è necessariamente unidirezionale, è possibile considerare la resistenza della concezione della mascolinità dominante anche guardando ai giocatori, che possono costruire un maschile alternativo che contrasti quello fondato su forza fisica e competizione.

È fondamentale esaminare la costruzione sociale del video giocare nel contesto delle attività quotidiane di svago che possono fornire

un'ulteriore comprensione delle dinamiche di genere nel gioco. Lo spazio reale ed il contesto reale e specifico in cui si gioca sono spesso non considerati in ambito accademico, ma, nel tentativo di definire la sociologia dell'interazione, andrebbero esaminate le esperienze così come gli spazi reali in cui le donne sono marginalizzate o escluse. Troppo spesso nelle ricerche il momento ludico è considerato come individuale ed isolato, mentre lo sviluppo dell'industria ludica evidenzia come il gioco invece ha luogo soprattutto in una dimensione sociale, condiviso con amici e famigliari, nello spazio domestico o pubblico. Dai dati rilevati nella *UK Console Championship* emerge che le donne preferiscono giocare con amici, famigliari e partner e che sono la maggioranza dei fruitori del gioco online. Giocare non è mai del tutto domestico o del tutto pubblico, ma è un'attività che ha luogo in uno spazio virtuale, sociale e tecnologicamente mediato. Per le giocatrici, l'anonimato

In queste pagine:

- 6.33 home page di un portale di giochi destinati alle ragazzine
- 6.34 wallpaper del gioco *The Sims*

Nelle pagine successive:

- 6.35 e 6.36 screenshot del gioco *Marito Virtuale*
- 6.37 gioco *U so fine*
- 6.38 screenshot del gioco *A good Wife*
- 6.39 screenshot *Ute Game*
- 6.40 gioco a tema teen dating violence
- 6.41 *Adventures of Josie Ture*
- 6.42 e 6.43 screenshot del gioco *Hey Baby*
- 6.44 screenshot del gioco *Undercover Game*
- 6.45 screenshot di *Hit the Bitch*
- 6.46 e 6.47 immagini del gioco *Cunt*
- 6.48 screenshot del gioco *How to Communicate with Opposite Sex*



degli spazi virtuali fornisce un'opportunità per competere con gli avversari maschi senza il marchio del genere. Va evidenziato che nel quotidiano l'accesso e la partecipazione al video giocare sono restrittivi e l'esclusione viene sperimentata ad un livello locale; tale esclusione crea un rigetto che, unito all'idea che i videogiochi siano maschili, scoraggia le donne dal tentativo di entrare nelle pratiche di gioco o dal vedersi come delle giocatrici. All'interno della famiglia, l'accesso alla tecnologia o al gioco è controllato dall'uomo che assume il ruolo di esperto che inserisce la giocatrice in un ruolo subordinato. Si crea

un ambiente nel quale le ragazze visualizzate come non preparate o tecnologicamente pronte per competere con i maschi. Questo aspetto della percezione delle tecnologie come maschili è vitale, ma spesso non considerato nella *genderizzazione* dell'ambiente di gioco.

È dovere di chi voglia contrastare le barriere di genere considerare anche i videogame come un capitale digitale per proporre modelli di riconfigurazione di genere che possano avere ricadute generazionali sull'eliminazione delle situazioni di disparità di genere. Va citata l'iniziativa *Game4girls*<sup>24</sup> del Depart-

ment of Computer Science dell'University of Illinois, che, per arginare il crescente aumento della differenza di genere nella rappresentazione dei videogiochi, ha coinvolto nel loro sviluppo donne di mezza età. Compito del designer è offrire un immaginario inclusivo e pluralista, una coraltà dei personaggi e delle avventure. Nella attuale cultura mondializzata, caratterizzata dalla velocità d'adozione delle tecnologie digitali, uno degli imperativi è, e deve rimanere, quello inclusivo, contraddistinto da un'alta rappresentatività della popolazione. Anche e soprattutto in situazioni di utilizzo di tecnologie ludiche.





## GIOCHI SPERIMENTALI SULLE PROBLEMATICHE RELATIVE AL GENERE

Sebbene non sia facile incontrare giochi che trattino delle differenze di genere o degli stereotipi ad esse legati, nell'infinito mare di dati online mi sono imbattuta in alcuni esperimenti di indie games che trattano, taluni in modo volgare e sessista, altri in modo ironico, le questioni relative a femminile e maschile.

Questi giochi sono caratterizzati da un'interazione minima e grafica di qualità non elevata, ma risultano interessanti proprio perchè sperimentali, realizzati da non professionisti e fuori dal circuito delle grandi produzioni.

Nel *Marito virtuale*<sup>25</sup> si richiede di schiacciare un tasto per sentirsi come a casa con il proprio uomo: questo rutterà, si gratterà, berrà birra, si schiaccierà una lattina sulla fronte, e così via. Lo slogan recita: "Provate questo giochino, vi sembrerà di essere sposati con un classico marito italiano!"

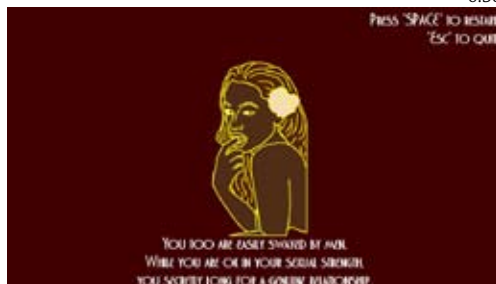
*A good wife*<sup>26</sup> è un gioco realizzato da uno studente per *Experimental Gameplay Project* a tema "Girls and Boys". All'interno di una casa si controlla una donna a cui un marito impartisce continuamente ordini, dal "cucina" al "portami la birra". Il proprio personaggio (una serie di poligoni) viene rimproverato perchè lento ed il gioco va avanti fino a quando esplorando gli ambienti non si scoprono le due possibili conclusioni: recarsi nella stanza da letto, trovare la pistola nascosta e sparare all'uomo (finendo poi in galera), oppure uscire e scappare di casa. Al primo impatto sessista ed antiquato, in realtà è stato probabilmente concepito in chiave ironica e di denuncia.



6.35



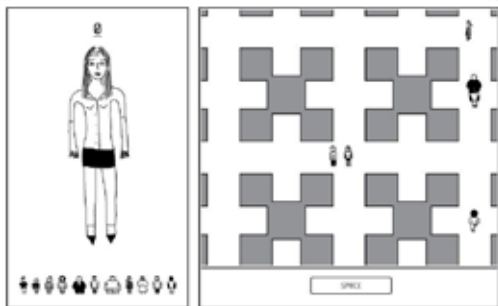
6.36



6.37



6.38



6.39



6.40



6.41



6.42



6.43



6.44

*U so fine*<sup>27</sup> è stato realizzato per lo stesso concorso di giochi sperimentali: noiosissimo perché l'interazione è minima, il gioco vorrebbe insegnare alle ragazzine le tattiche per avere successo nel primo appuntamento e per non farsi ingannare dalle frasi ad effetto pronunciate dai ragazzi che sono finalizzate a scopi ben precisi: il gioco infatti si conclude con profili diversi come ad esempio: "Ti lasci fuorviare troppo facilmente dagli uomini! Segretamente spero in una relazione seria!". A mio parere il gioco è anche superficiale nel messaggio, oltre che decisamente brutto. Tra i giochi a tema Boys and Girls realizzati per *Experimental Gameplay Project* c'è *Ute Game*: giochino decisamente osceno che si apre con l'incontro fra una ragazza e la nonna che le consiglia di dormire con il maggior numero di uomini possibile ma di farlo senza essere vista dagli altri, altrimenti questi non la vorranno più come partner.

Altri giochi esaminati sono parte di un concorso a tema *teen dating violence*<sup>28</sup>, forse un problema di un peso importante negli Stati Uniti. Tra questi troviamo *Escape*, in cui si impersona una ragazzina che è in casa del proprio ragazzo e nel momento in cui scopre segnali preoccupanti di una personalità violenta deve riuscire a scappare, ed altri giochi, altrettanto sgradevoli, limitati sia nella grafica che nel gameplay e piuttosto inquietanti, in cui la ragazzina che si controlla viene aggredita verbalmente da un ragazzo e la propria missione è scappare.

Tema simile è quello del gioco *Hey Baby*. Si tratta di uno sparatutto in prima persona in cui il personaggio è una donna che va in giro per la città e si vendica di tutti gli uomini che la molestano verbalmente e li uccide.

In seguito compare una lapide con scritta la frase – denigrante e sessista – con cui hanno tentato l'approccio. A mio parere un gioco piuttosto triste in cui si risponde alla violenza con altra violenza.

Il tema della violenza sessuale è centrale anche nel gioco *Rape*, gioco graficamente sgradevole oltre che sessista. Abbiamo una visuale aerea di una città ed una ragazza svestita: i giocatori controllano i personaggi maschili che le vanno incontro e la stuprano. L'elemento principale nel gioco è quello sonoro: musica angosciante e frasi oscene pronunciate da un uomo e lamenti pianti di donna (una voce maschile in falsetto che risulta piuttosto ridicola) nel momento dello stupro.

Un gioco di sensibilizzazione contro la violenza è *Hit the Bitch*, parte di una campagna sociale realizzata in Danimarca. Il gioco ha suscitato enormi polemiche tanto che il sito è stato oscurato. Il giocatore controlla la mano di un uomo che viene provocato e, per dimostrare di essere un duro che si fa rispettare, deve colpire la propria ragazza. Alla fine del gioco, quando questa soccombe, capeggia la scritta "Idiota al 100%" ed una voce fuori campo annuncia "il perdente sei proprio tu!". Seppur le intenzioni della campagna siano nobili, non condivido né l'approccio eccessivamente drammatico al tema, né lo stile cruento ed efferato con cui le immagini sono mostrate (stessa crudezza caratterizza la maggior parte delle campagne di sensibilizzazione al problema della violenza: occhi neri ed immagini di grosso impatto emotivo). Esempio di gioco sessista è invece *Undercover game*, in cui si impersona un fotografo la cui missione è cogliere degli scatti in cui si veda la lingerie delle donne. Vediamo donne piegar-

si a raccogliere oggetti, accavallare le gambe, scendere da auto di lusso spalancandole, cambiarsi d'abito: sono presenti tutti gli elementi delle fantasie erotiche maschili "da guardone" o da feticista della biancheria intima.

Il gioco *Adventures of Josie True*<sup>30</sup>, finanziato dalla National Science Foundation nel 2000, per avvicinare le ragazzine fra i 9 e i 12 anni all'uso della tecnologia e favorire il riequilibrio del digital gender gap. A mio giudizio molto antiestetico visivamente e misero nell'interazione, il gioco è un'avventura in flash in cui la protagonista cerca la sua docente di scienze (una donna di colore) scomparsa ed attraverso alcune prove di logica avanza nell'esplorazione, per poi viaggiare indietro nel tempo ed incontrare alcune eroine della storia.

A tema stereotipi femminili e maschili credo vada citato *How to Communicate with Opposite Sex*, gioco ironico, costituito da una serie di domande relative a frasi rivolte da un uomo ad una donna e viceversa, in cui lo scopo è individuare il vero significato di ciò che i personaggi intendono; un modo gradevole di evidenziare gli stereotipi legati al modo di comunicare e di pensare di entrambi i generi.



6.46



6.45



6.47



6.48

### Note

- Vocabolario Treccani on line, [www.treccani.it](http://www.treccani.it)
- Huizinga J., *Homo Ludens*, Torino, Einaudi, 1973
- Albertarelli S., [www.kaleidosgames.com](http://www.kaleidosgames.com)
- Abbagnano N., *La storia della filosofia*, Utet, 1994
- Huizinga J., *Homo Ludens*, Torino, Einaudi, 1973
- Callois R., *I giochi e gli uomini – la maschera e la vertigine*, Bompiani, Milano, 1981
- Monopoli*, gioco pubblicato a partire dal 1935 dalla Parker Brothers, tuttora prodotto e fra i più diffusi giochi da tavolo, è una simulazione dei principi del capitalismo e dell'accumulo delle proprietà. La prima versione, *The LandLord's Game*, invece, era stata creata da un'attivista sociale per protestare contro proprietari terrieri e tasse.
- McKenzie W., *Suck on this, Planet of Noise!*, in *Critical Issues in Electronic Media*, a cura di Simon Penny, State University of New York Press, 1995
- Laurel B., *Computers as a theater*, Addison-Wesley Professional Publishing, Boston, 1993
- Paul A. Fishwick, *Aesthetic Computing*, Paper Editions, 2006
- Eco ha ipotizzato l'esistenza di un *lettore modello* che l'autore ha in mente quando crea il suo lavoro: il lettore modello è un lettore ideale che si suppone in grado di relazionarsi con le espressioni interpretandole nello stesso modo in cui l'autore si relaziona con esse nella fase creativa (Umberto Eco, *Lector in fabula*, Bompiani, Milano, 1979).
- Gonzalo Frasca, *Videogames of the Oppressed: Videogames as a means for critical thinking and debate*, saggio presentato al Georgia Institute of Technology nel 2001 e online sul portale [www.electronicbookreview.com](http://www.electronicbookreview.com)
- Kuznets, *Taking Over the Dollhouse: Domestic Desire and Nostalgia in Toy Narratives*. In *Girls, Boys, Books, Toys: Gender in Children's Literature and Culture*, Hopkins University Press, Baltimore, 1999
- Jameson, *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism*, Verso, London, 1991
- Kuznets, *Taking Over the Dollhouse: Domestic Desire and Nostalgia in Toy Narratives*. In *Girls, Boys, Books, Toys: Gender in Children's Literature and Culture*, Hopkins University Press, Baltimore, 1999
- Irigaray L., *This Sex Which Is Not One*, Cornell University Press, New York, 2000
- Jenkins H., "Complete Freedom of Movement: Video Games as Gendered Play Spaces." In *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, MA: MIT Press, Cambridge, 1998.
- Herz J.C., *Joystick Nation. How Videogames ate our quarters, won our hearts and rewired our minds*, ed. Little Brown and Company, New York, 1997
- Jenkins H., *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, MA: MIT Press, Cambridge, 1998
- Rapporto Annuale sullo Stato dell'Industria Videoludica in Italia commissionato da AESVI a GfK Eurisko nel 2006
- Gioco realizzato da un'agenzia inglese nel 2003, online sul sito [www.missbimbo.com](http://www.missbimbo.com)
- Ricerche di Dill & Dill riportate in *Gendered Gaming in Gendered Spaces*, in Raessens J., Goldstein J., *Handbook of Computer Game Studies*, MIT Press, Cambridge, 2005
- Jenkins H., *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, MA: MIT Press, Cambridge, 1998
- Il termine è preso in prestito dall'ambito musicale in cui negli anni Novanta si sviluppò un movimento di reazione alla supremazia maschile nella scena punk rock: le *riot grrrrl* reclamavano indipendenza dall'industria mainstream. Uno degli obiettivi era quello di facilitare la comunicazione tra donne sulle loro esperienze e cosa le differenziasse da quelle degli uomini performer degli show rock.
- <http://cs.illinois.edu/outreach/games4girls>
- giocabile all'indirizzo [http://www.ebolaindustries.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=56&Itemid=2](http://www.ebolaindustries.com/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=2)
- <http://dl.dropbox.com/u/2773617/AGoodWife.html>
- <http://www.sleepy-genius.com/2010/10/24/baby-u-so-fine/>
- [http://www.jenniferann.org/2008\\_game\\_contest\\_winners.htm](http://www.jenniferann.org/2008_game_contest_winners.htm)
- <http://www.heybabygame.com/play/heybabygame.html>

# Darfur is Dying



## CAPITOLO 7

## Giochi sovversivi

**POLITICAL GAMES,  
SUBVERGAMES,  
PERSUASIVE GAMES**

È già stato sottolineato come ogni gioco rispecchi un preciso contesto culturale; ricordiamo ad esempio che Marshall McLuhan<sup>1</sup> dà una descrizione del gioco come veicolo di nuove esperienze culturali, paragonandolo anche all'espressione artistica: «Qualunque gioco, come qualunque *medium* d'informazione, è un'estensione dell'individuo o del gruppo. Un'opera d'arte non ha esistenza né funzione se non nei suoi effetti sugli uomini che la contemplanò. E l'arte, come i giochi ed i *media* di comunicazione, ha il potere di imporre i propri presupposti stabilendo nuovi rapporti e nuove posizioni nella comunità umana. L'arte è un mezzo per trasporre esperienze. Nello stesso modo i giochi trasformano in forme nuove esperienze consuete. [...] I giochi sono situazioni escogitate per permettere la partecipazione simultanea di molte persone a qualche schema significativo delle loro vite collettive».

A tal proposito Paolo Pedercini<sup>2</sup> dichiara:

«[...] i political games non esistono, o meglio, sono sempre esistiti: ogni video game - come ogni prodotto culturale - rispecchia la visione del mondo, le convinzioni e le ideologie dei propri autori. Ogni videogame è intimamente politico. [...] I game designer sono dei

ruffiani. Danno ai giocatori la possibilità di impersonare degli eroi valorosi, dei generali o dei temibili criminali per assecondare il desiderio di fuga da una realtà frustrante e noiosa. Così è troppo facile, è possibile invece instaurare un sano rapporto sadomasochistico coi propri fruitori, costringerli in ruoli per nulla piacevoli per stimolarli a ragionare con altri punti di vista. [...] È utile vedersi dall'esterno, nella propria mediocrità, nei propri affanni quotidiani, come ingranaggio di un mostruoso meccanismo. Un passo fuori da se stessi può essere un passo verso l'emancipazione. Pensiamo che la testualità non-lineare e le simulazioni in particolare abbiano delle grandi potenzialità come riduttori di complessità. [...] Fornire visioni alternative, modelli alternativi, magari mettendo in crisi quelli dominanti è precisamente il compito del game designer critico. [...] I political games sono semplicemente quei giochi che dichiarano apertamente la propria faziosità dimostrando così che tutti i giochi sono faziosi.»<sup>3</sup> >>

Sebbene come evidenziato nel già citato testo di Mary Flanagan *Critical Play*, il binomio provocazione-gioco è sempre esistito, nelle opere delle avanguardie artistiche così come nei primi giochi da tavolo, è necessario sottolineare come le tecnologie informatiche abbiano dato una possibilità di diffusione ampia al gioco "sovversivo", cosicché da alcuni

Nella pagina precedente, in queste pagine e nelle successive:

7.1 screenshot del gioco *Darfur is dying*;  
7.2 poster di una conferenza su giochi impegnati; 7.3, 7.4 e 7.5 realtà che si occupano di giochi politici; 7.6 immagine del videogioco educativo *ICED*; 7.7 immagine del videogioco educativo *Wasteland*; 7.8 screenshot del gioco *Admngo*



7.2

anni il processo di decostruzione creativa sta investendo uno dei più rappresentativi prodotti commerciali di “distrazione di massa”: il videogame.

Attraverso l'arma dell'ironia gruppi di game designer come Molleindustria, Newsgaming, Antiwargame, Metapet, Persuasive Games, Values at Play, decostruiscono schemi e contenuti del linguaggio videoludico trasformando quelli che erano visti come artefatti finalizzati al solo intrattenimento.

Paliamo quindi di una variegata macrocategoria di giochi dai contenuti “non prettamente ludici”: dai *games with an agenda* socialmente impegnati ai giochi artistici e alla *game art* in cui la bellezza espressiva prevale sulla funzione di intrattenimento; fino al genere a sé stante dei *political games*, che assumono la premessa in base alla quale tutto è, in qualche misura, politico.

In qualunque modo li si voglia definire, questi giochi sono stimolatori di senso critico disseminati nella rete, in un'ottica di condivisione libera e progettazione indipendente, contrapposta all'appiattimento delle tematiche e dei generi ludici ed alla ricerca esasperata di immersione e tridimensionalità realistica riscontrabili nella costosissima e sempre più standardizzata industria video ludica mainstream. Il loro sviluppo secondo Pederchini è dovuto soprattutto a due tendenze culturali. Negli ultimi anni i videogame hanno travalicato sempre più di frequente i confini entro cui per decenni erano stati rinchiusi: è esploso il fenomeno dei videogame pubblicitari, il governo statunitense ha commissionato la progettazione di *sparatutto* con lo sco-

po dichiarato di reclutare giovani<sup>4</sup>, sono stati creati videogame religiosi<sup>5</sup>.

Tutto questo è accaduto e accade tutt'ora in un contesto come l'industria dell'intrattenimento che è in forte convergenza con gli altri compartimenti della produzione culturale: si diffondono *infotainment* ed *edutainment*, si traggono videogame dai film e viceversa. Nello stesso periodo nelle piazze di tutto il mondo si è iniziato a criticare l'ordine neoliberista ed instaurare una relazione diversa con i mezzi di comunicazione di massa. Alla centralizzazione dei media è stata opposta una proliferazione “dal basso” degli agenti enunciatori, seguendo le utopie democratiche della rete. La combinazione di queste due tendenze ha spinto a pensare i videogiochi come mezzi di comunicazione e considerarli come terreno di scontro culturale. Designer ed accademici come Paolo Pedercini, Mary Flanagan, Ian Bogost e Gonzalo Frasca per citarne alcuni si sono posti lo stesso problema ed hanno sviluppato riflessioni teoriche e strategie di progettazione.

*Molleindustria* rappresenta, in questo panorama, uno dei laboratori più interessanti di vivaci esperimenti di controinformazione creativa. Questo collettivo ha creato artefatti estranei al mercato dello svago digitale, a metà strada tra software art, media attivismo e net-art, reinventando uno dei linguaggi della cultura pop attraverso il sabotaggio di tematiche e regole. Tali giochi si distinguono per uno stile estetico estremamente leggero, usato per attuare una critica mordace e trasversale nei confronti di questioni dure come il precariato nel lavoro, al centro del *Tamati-*

pico, la censura ed il controllo dell'informazione, in *Enduring Indymedia*, il "gioco sporco" delle multinazionali come in *McDonald's*.

Con una simulazione è possibile descrivere sistemi complessi in modo facilmente comprensibile. E' più facile comprendere un'intricata rete di retroazioni, come un sistema sociale o economico, manipolandone un suo modello ludico piuttosto che leggendone una descrizione lineare. Giocare ad un videogame consiste in buona parte nello scoprire il funzionamento di un meccanismo che non è immediatamente palese. Il gioco è un processo conoscitivo radicalmente diverso da quello riduzionista ed analitico basato sulla scomposizione e la valutazione dei singole parti. Le simulazioni stimolano a considerare l'oggetto modellato come un unico organismo in cui ogni elemento è strettamente in relazione con gli altri.

Nel suo saggio *Persuasive Games* lo studioso Ian Bogost (fondatore dell'omonimo studio insieme a Gerard Lanford) dà a questi tipi di artefatti ludici il nome di *persuasive games*. Egli ritiene che oltre a diventare strumenti per obiettivi istituzionali, i videogame possano distruggere e modificare le attitudini e le convinzioni ed indurre un cambiamento sociale a lungo termine e significativo. Egli crede che questa capacità non sia da attribuire al contenuto dei giochi, a differenza di quello che proclamano i sostenitori del *serious game*, ma che questo potere risieda nei molti modi in cui i giochi producono affermazioni attraverso la retorica procedurale. Per Bogost la retorica procedurale è "l'arte della persuasione attraverso rappresentazioni basate

su regole e interazioni, anziché parole, scritte, immagini". Questo tipo di persuasione è collegato alla natura stessa dell'informatica, poiché i computer eseguono processi, calcoli e manipolazioni basate su sistemi di regole. Siamo comunemente portati a pensare che le regole limitino sempre la condotta, ma anche l'imposizione di limitazioni crea espressione: a differenza del discorso verbale, che è collegato profondamente alle metafore che la maggior parte delle persone danno come stabilite, i videogiochi impiegano rappresentazioni astratte di come il mondo funziona o dovrebbe funzionare. Per dimostrare le sue teorie Bogost tratta l'uso dei videogiochi nella politica, nella pubblicità e nell'educazione. Esplora il campo dei giochi politici ufficialmente usati nelle campagne elettorali e nelle politiche pubbliche ed indaga anche l'ambito dell'advertising dimostrativo, nel tentativo di collegare i messaggi pubblicitari a caratteristiche e funzioni di beni e servizi. Guarda al modo in cui i giochi trasmettono valori ed aspirazioni, interrogandosi su consumo, corporate training e moralità. È sua convinzione che l'utilità dei videogiochi non venga dalla capacità di trasmettere conoscenze sociali o lavorative ma dalla loro capacità di dare a consumatori e lavoratori dei mezzi per criticare principi economici, sociali e morali.

La retorica visiva nell'era della globalizzazione e dei mass media ha acquistato una rilevanza unica, viene utilizzata soprattutto per il suo potere evocativo, per suscitare reazioni viscerali (come accade nella pubblicità) a differenza del discorso verbale che resta il mezzo privilegiato per il ragionamento e l'argomentazione. Per definire le possibilità di un



Radical games against the dictatorship of entertainment

7.3



7.4





7.5



7.6



7.7

nuovo medium come un veicolo di un nuovo tipo di retorica, dobbiamo identificare come le argomentazioni possano essere costruite all'interno dei suoi modi di espressione.

I *persuasive games* forzano il giocatore a prendere decisioni con implicazioni sociali e politiche. Molto interessante è il punto di vista dello studioso riguardo all'immersività. La maggiore interazione è solitamente considerata più coinvolgente o immersiva, producendo un'esperienza più viva grazie al maggiore coinvolgimento attivo del giocatore, ma secondo Bogost la *vividness* non viene dall'immersione ma dall'astrazione. È opinione comune presupporre che nella realtà virtuale e nella computer graphic il più vicino si arrivi all'esperienza reale, meglio sia. Ma il significato nei videogiochi non è costruito attraverso la ri-creazione del mondo, ma modellando selettivamente appropriati elementi di tale mondo: il numero totale e la credibilità delle azioni dell'utente non sono necessariamente rilevanti, invece è d'importanza fondamentale l'interazione nel contesto degli obiettivi del sistema.

Bogost opera una distinzione tra retorica procedurale e quella che Brian Sutton-Smith chiama "retorica del gioco": il modo in cui il gioco è inserito in un contesto all'interno di sistemi di valori più ampi. Il focus di Sutton-Smith è incentrato genericamente sul ruolo culturale del giocare, non nella pratica di giocare a degli specifici giochi. La retorica del gioco come intesa da Sutton-Smith caratterizza un ampio contesto culturale, mentre le retoriche procedurali esprimono specifici modelli di valori culturali. Si parla quindi del-

la più utile intersezione tra retorica e gioco e cioè quella che studia le particolari regole di un particolare gioco e in un particolare contesto. Questa distinzione rispecchia quella fatta tra il discorso della rappresentazione e il discorso sociologico. Ovviamente il contesto culturale influenza la creazione di giochi e l'interazione con i giochi, ma i giochi creati possono anche supportare, indagare o opporsi a tali contesti culturali.

## POLITICAL GAMES VERSUS SERIOUS GAMES

Negli ultimi anni i cosiddetti serious games (tra cui *edugames* e *advergames*) che trattano temi connessi con economia, mercato e politica, hanno avuto un enorme sviluppo e raggiunto un enorme successo di pubblico. Nascono negli Stati Uniti, dove sono altamente diffusi nei campi militare e medico, nella pubblica amministrazione e nella formazione universitaria. In Europa diversi Paesi li utilizzano frequentemente specialmente per scopi formativi ed educativi, mentre in Italia la loro presenza sta iniziando a decollare specialmente ad opera di aziende che ne fanno la loro ragione di business.

Va fatta però a mio parere una distinzione e vanno prese le distanze (così come fa l'autore di *Persuasive Games*) dal movimento dei *serious games*. Il primo studioso ad indagare il rapporto tra serietà e gioco è stato l'antropologo tedesco Johan Huizinga nel suo saggio divenuto pietra miliare degli studi sul gioco *Homo Ludens*. Da un lato Huizinga af-

ferma che il gioco è “il diretto contrario della serietà”, dall’altro indagando più approfonditamente argomenta che il confine fra gioco e serietà non è mai fisso. Huizinga evidenzia che si può “giocare seriamente”, cioè con grande devozione e risolutezza, ma la serietà non sembra includere la possibilità di giocare. Un altro studio del rapporto tra serietà e gioco viene effettuato da Clark C. Abt nel suo testo *Serious Games*, risalente agli anni ’70, che indaga l’uso di giochi da tavolo e giochi di ruolo nell’educazione, nella scienza, nel governo, nell’industria. La definizione for-

nita da Abt di *serious games* è quella di giochi che «hanno un esplicito e attentamente elaborato proposito educativo e non sono pensati per essere giocati principalmente per intrattenimento»<sup>6</sup>. Questo non significa che non possano essere divertenti ma che sono creati sotto la diretta guida e influenza di un’istituzione esterna. Questo testo ed un saggio su come sfruttare il gioco per sviluppare l’innovazione di impresa<sup>7</sup> hanno guidato i principi fondanti del movimento *Serious Games Initiative*<sup>8</sup>, gruppo di networking e condivisione dei saperi, che fra le sue prime

### AMBITI DI IMPIEGO DEI SERIOUS GAMES E DIFFERENZA CON I POLITICAL GAMES

#### SERIOUS GAMES

#### POLITICAL GAMES

INTRATTENIMENTO

EDUCAZIONE

INTRATTENIMENTO

GOVERNO

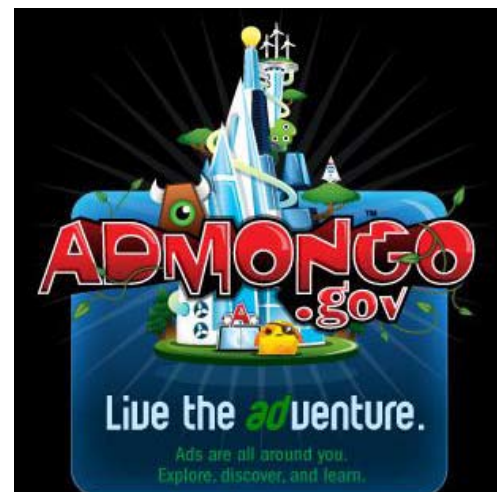
CRITICA SOCIALE

INDUSTRIA

ATTIVISMO

ADVERTISING

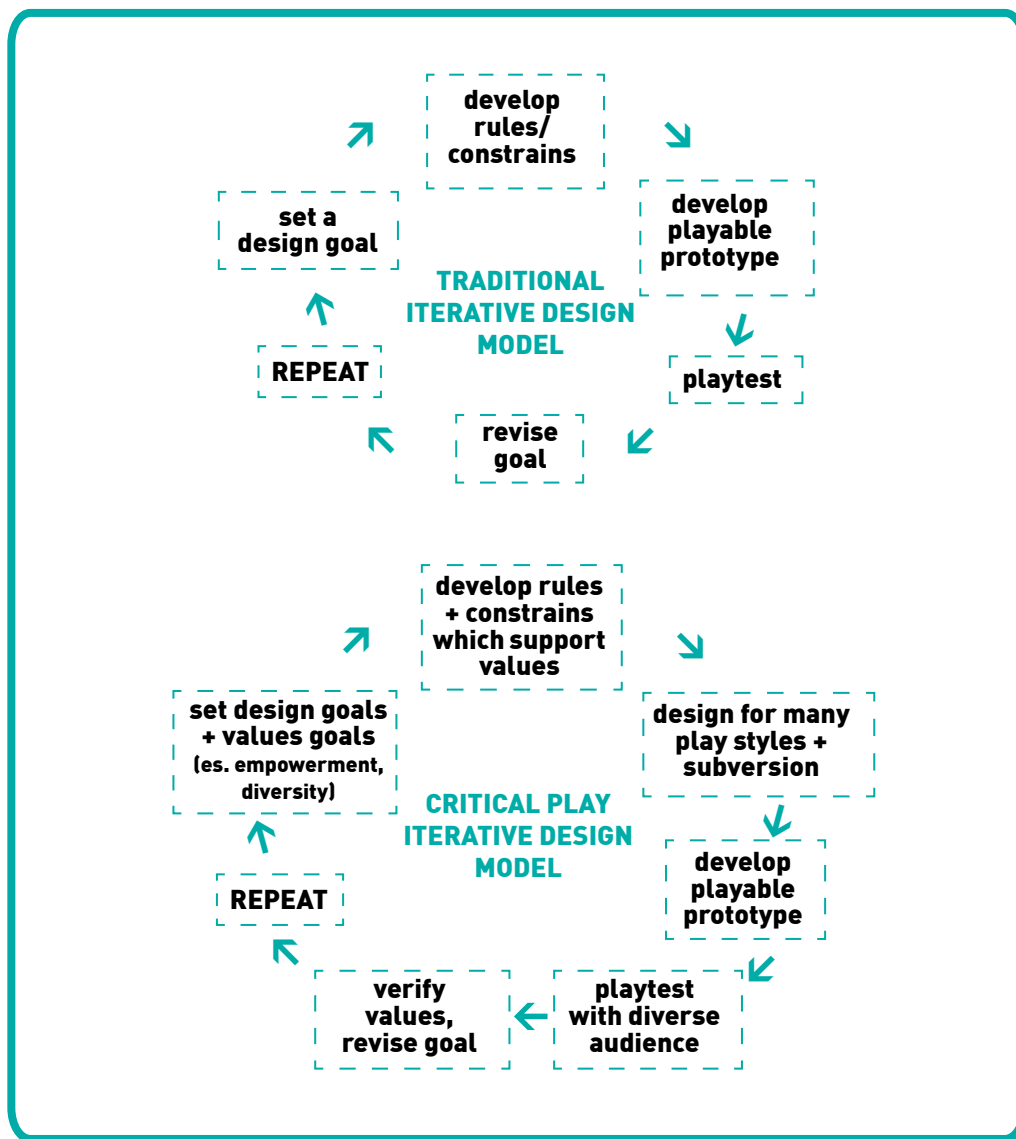
SUBVERTISING



finalità ha quello di facilitare contatti fra industria e sviluppatori. Questa impostazione suggerisce che i *serious games* sono progettati al servizio di circuiti ufficiali, soprattutto governi e aziende multinazionali. Sarebbero dunque creati per supportare gli interessi esistenti e stabiliti di istituzioni politiche, aziendali e sociali. Quindi sostanzialmente in un'ottica di mantenimento e rafforzamento dello status quo, proprio per questo motivo propongo in contrasto l'attitudine critica.

Le stesse considerazioni possono essere fatte a proposito di una delle esperienze italiane video ludiche con finalità non solo d'intrattenimento, la *ERTGame (Ethics Resource Technology Game)*<sup>9</sup> definita un complesso e ludico ambiente interattivo in grado di coinvolgere l'utente in immersivi scenari "etici" e "civici". I giochi educativi traslano gli obiettivi pedagogici nella forma del videogioco, i giochi governativi sono l'espressione degli obiettivi politici esistenti, i giochi militari aiutano produttori di armi e soldati ad affrontare conflitti esistenti con nuove e versatili simulazioni.

Queste finalità non corrispondono al potenziale dei giochi critici. I giochi persuasivi possono mettere in discussione le istituzioni stesse, suggerendo alternative. Vanno utilizzati per suscitare dubbi o incentivare dibattiti intorno alla loro validità o desiderabilità o universalità. La rappresentazione procedurale mostra come qualcosa funziona o dovrebbe funzionare: il modo in cui comprendiamo una pratica sociale o materiale. I political games possono essere prodotti per una varietà di intenti, che siano intrattenimento, informazione, attivismo o una combinazione di questi.



## PRINCIPI PER L'EMPATIA

Mary Flanagan insieme al gruppo di studio da lei fondato *Values at Play*<sup>10</sup> propone una serie di principi di progettazione per sviluppare l'empatia, formulati come conseguenza di una ricca panoramica sulla letteratura a riguardo nelle varie discipline coinvolte. Premesso che la natura creativa ed aperta del game design necessita che tali principi vadano applicati euristicamente, i designer dovrebbero scoprire quali sono adeguati alle particolari esigenze di progetto, e tali principi non sono da considerarsi come linee guida esaustive ma come concetti in evoluzione.

**Principio 1: *È probabile che i giocatori si identifichino solamente quando fanno un sforzo intenzionale perché così richiede il gioco. Il gioco può costringere esplicitamente i giocatori a identificarsi, o può incoraggiarli più sottilmente ad assumere una posizione precisa ed empatica. Senza qualche tipo di induzione di empatia all'inizio, la maggior parte giocherà comunque, "unempathetically".***

In riferimento ad apprendimento e giochi, Eric Solomon game designer ed esperto di tecnologie e software, descrive un modo di giocare da lui definito "mindful"<sup>11</sup>. I giocatori attenti, sebbene estremamente impegnati ed eccitati da un gioco, su un meta-livello riflettono anche continuamente su quello che possono imparare dal gioco. Gli individui non giocano normalmente così a meno che non invitati a farlo. Potremmo analogamente parlare di "giocare empatico": i giocatori tentano intenzionalmente di capire le situazioni ed i sentimenti di persone o gruppi rappresentati nel gioco (empatia conoscitiva), e si prepa-

rano per una risposta emotiva, per esempio cercando somiglianze tra loro e i personaggi (empatia emotiva).

**Principio 2: *Dare ai giocatori specifiche informazioni sul come le loro azioni possono influenzare lo svolgimento delle tematiche rappresentate nel gioco.***

Sebbene il rapporto tra empatia e comportamento positivo sia ben documentato, c'è una piccola ricerca che si indirizza sul come le persone reagiscano o si sentano quando sono impossibilitati ad aiutare coloro verso i quali provano empatia. Si intende per empatia il "dolore" provato sentendo propria la sofferenza di un'altra persona, che non avrà seguito se non si conoscono i modi per affrontare le criticità della problematica. Indurre empatia senza offrire delle modalità di azione può essere negativo e indurre gli individui a evitare tale esperienza non piacevole nel futuro. Al contrario i comportamenti auspicati possono essere modellati dalle meccaniche di gioco.

**Principio 3: *Una piccola scarica di empatia emozionale funziona meglio se le reazioni sperate non richiedono significative variazioni nelle convinzioni dei giocatori riguardo loro stessi, il mondo o loro in relazione al mondo. Ma se sono proprio queste variazioni gli obiettivi di design, il gioco dovrebbe integrare sia empatia cognitiva che emozionale.***

**Principio 4: *Enfatizzare le somiglianze tra il giocatore e gli individui o i gruppi con cui si vuole creare empatia, evitando che si possa mettere sulla difensiva.***

È stato sottolineato che l'empatia cognitiva può incoraggiare a percepire gli altri come più simili a sé e ciò può indurre attitudini positive. Tale processo può essere facilitato evidenziando le specifiche somiglianze tra giocatore e gruppi rappresentati nel gioco. Il rischio è che la percezione di una similarità di contesto tra sé stesso e un gruppo provochi l'insensibilità alla loro situazione come reazione difensiva.

Questa raccolta di principi risulta essere fondamentale nell'elaborazione della strategia del mio progetto ludico. Tramite un gioco, infatti, cercherò di indurre l'empatia conoscitiva, inserendo espliciti riferimenti alla realtà messa in atto, e l'empatia emotiva, dando la possibilità ai giocatori di assumere ruoli diversi, facendo esperienza delle situazioni critiche e percependo la vicinanza fra la propria realtà e quella del sistema di gioco.





## POLITICAL GAMES: MECCANICHE DI GIOCO E TECNICHE UTILIZZATE

Come già accennato, la studiosa e game designer Mary Flanagan afferma che il gioco critico si attua essenzialmente sotto forma di 3 tipi di azioni: unplaying (non gioco), re-dressing o re-skinning (rivestimento) e rewriting (riscrittura).

Però come sottolinea Paolo Pedercini «L'importante è tener sempre presente che il senso di un videogioco risiede soprattutto nel suo gameplay, nel suo meccanismo. Su quello occorre agire più che sul suo rivestimento grafico o narrativo. Non basta sostituire l'immagine di Bush a quella dell'alieno in uno sparatutto per criticare l'amministrazione neo-conservatrice degli Stati Uniti. Il giocatore non riceverebbe alcuna informazione o spunto di riflessione e gli aspetti intrinsecamente guerrafondai e "rambisti" di quel genere videoludico rimarrebbero inalterati»<sup>12</sup>.

Nei videogiochi un errore molto comune è quello di curare l'aspetto visivo del gioco con una grande fedeltà e trascurare la procedura che porta alla costruzione dei significati rilevanti per la tematica sociale o politica trattata. Molto diffusa è la pratica di prendere un gioco esistente e ricostruirlo con una nuova veste grafica. Si rischia così di aumentare la coscienza o la conoscenza di una tematica ma senza esplorare una procedura significativa.

Anziché indurre a correre e sparare, combattere e sopraffare il nemico, i giochi politici sono percorsi da un'ironia sottile e feroce,

che gioca su un meccanismo di immedesimazione straniante.

La più grande opportunità offerta dai videogiochi è la possibilità di mettere in atto delle rappresentazioni estremamente dinamiche. Uno degli elementi fondamentali (in modo particolare, fra le esperienze analizzate, nei giochi di *Molleindustria*) è il rovesciamento del punto di vista nei giochi cosiddetti "estrovertenti". Il punto di partenza consiste nel chiedersi cosa succede se si forza l'utente medio dell'online game, giovane, di sesso maschile e di reddito medio-alto, ad indossare i panni di un anziano paralitico, di una donna succube alle dinamiche del desiderio maschile o di un clandestino che tenta di raggiungere le coste italiane. La convinzione che anima i suoi ideatori è che i game designer possano creare oltre a mondi dichiaratamente inventati, anche dei controcampi sociali a partire da esperienze mediate individuali. Al giorno d'oggi siamo consapevoli dell'esistenza di problematiche sociali come povertà, oppressione e discriminazione, ciò che non ci viene mostrato è la relazione che ognuno di noi ha con questo stato di cose.

«Far provare la diversità, specie se si tratta di una condizione spiacevole, può essere più efficace perché può dare spunti più interessanti per la sua comprensione rispetto alla semplice documentazione dell'esistenza dell'Altro». E' quello che auspica anche il già citato Gonzalo Frasca quando immagina una versione del famosissimo gioco *The Sims* ambientata nella favelas o nei ghetti. Il collettivo *Molleindustria* proclama l'assoluta necessità di rinnovare gli schemi, i meccanismi di



7.11

gioco e non solo i soggetti rappresentati. Nei giochi “introvertenti”, come i giochi di strategia, il meccanismo è più semplice. Non immedesimandosi con un personaggio particolare il giocatore già trova in una posizione più astratta e più riflessiva. Videogiochi di questo tipo, come ad esempio quelli manageriali, spingono il giocatore a relazionarsi direttamente con un processo: condizione fondamentale affinché l'intento di riflessione abbia esito è che il giocatore riconosca la sua quotidianità nella realtà che manipola. Si può con queste meccaniche mettere in luce un meccanismo appartenente alla realtà di tutti i giorni. Nei giochi manageriali ed in quelli strategici il giocatore è collocato in una posizione privilegiata, gerarchicamente superiore rispetto ai personaggi non giocanti pilotati dal computer. Questo è un genere ludico con delle grandi potenzialità, che esplicita le dinamiche di potere poiché lo scopo consiste proprio nel trovare metodi efficaci per mantenere la posizione dominante. Quando le situazioni rappresentate contengono precisi riferimenti sociali e politici alla realtà, vedere un mondo dagli occhi dell'autorità (come avviene nel gioco *Tropico*<sup>13</sup> o in *Democracy*<sup>14</sup>) può essere il modo migliore per comprendere alcune delle sue dinamiche.



7.12

*Democracy* è un gioco di gestione in cui si mettono in atto strategie politiche: il giocatore è il capo dell'esecutivo di uno stato moderno che viene scelto fra alcuni stati realmente esistenti, ed il suo obiettivo è quello di essere rieletto alla fine del mandato di governo. La popolazione è suddivisa in categorie (fumatori, bevitori, socialisti, ambientalisti, classe media e così via) e ciascuna di queste mostra di apprezzare o ripudiare la politica del governo attraverso i sondaggi: in tal modo all'avvicinarsi delle elezioni il giocatore è a conoscenza di quante sono le probabilità di essere rieletto. A sua disposizione ha una serie di punti da spendere nell'attuazione di quello che si può vedere come un programma di governo (inserire la pena di morte nella costituzione costa molti più punti dell'abrogazione della tassa sui sacchetti di plastica e le manovre più azzardate sono difficili da varare). Il giocatore è quindi invitato a gestire le proprie risorse in modo equilibrato e considerando tutte le conseguenze possibili delle sue azioni: praticamente ha una visione chiara di come variabili apparentemente distanti siano in realtà in relazione diretta fra loro quanto sia complessa la gestione del potere.

Con una simulazione è possibile descrivere



7.13

sistemi complessi in modo facilmente comprensibile. E' più facile comprendere un'intricata rete di retroazioni come può essere un sistema sociale o economico, manipolandone un suo modello ludico piuttosto che leggendone una descrizione lineare. Giocare ad un videogame consiste in buona parte a scoprire il funzionamento di un meccanismo che non è immediatamente palese. Il gioco è un processo conoscitivo radicalmente diverso da quello riduzionista ed analitico basato sulla scomposizione e la valutazione dei singole parti. Certo tale “modellizzazione” non è un procedimento neutro o scientifico, è sempre e comunque una semplificazione della realtà, un'interpretazione effettuata a partire da valutazioni soggettive e da dati che potrebbero risultare errati. Le simulazioni sono teorie interattive, visioni del mondo personali anche quando lasciano un ampio spazio di azione al giocatore.

Nel videogame *McDonald's* il giocatore è tenuto a controllare ogni fase del processo produttivo della famosa multinazionale: dal pascolo alla macellazione, dalla gestione del fast-food a quella del marchio.

Il giocatore si rende conto rapidamente che per sopravvivere è costretto ad abbattere



7.14



7.15



7.16



7.17

foreste tropicali e sottrarre terreno fertile alle popolazioni del terzo mondo per far spazio ai pascoli, per aumentare la produzione di carne dovrà riempire di ormoni e di farine animali i propri bovini, per mantenere efficiente il fast food dovrà maltrattare i propri dipendenti e per aumentare la clientela dovrà lanciare le più subdole campagne pubblicitarie. Ogni azione sconsiderata può provocare l'ostilità di vari settori dell'opinione pubblica: gli ambientalisti possono proclamare un boicottaggio, le associazioni dei consumatori denunciare la compagnia per le intossicazioni alimentari. Il giocatore si trova stretto fra la brama di denaro del consiglio di amministrazione ed una clientela conflittuale.

In alcuni dei radical games l'esperienza ludica arriva al livello paradossale di impossibilità di vittoria: *never win games* in cui si prova l'esperienza frustrante della sconfitta continua. Questi videogame di critica sociale rifiutano la logica binaria vincere-perdere per indurre una riflessione nei giocatori. Poiché nel videogame la rigiocabilità e la reversibilità dell'azione impediscono una narrazione tragica, occorre utilizzare uno schema di gioco che impedisce la vittoria per rendere l'idea dell'ineluttabilità di una situazione. Il gioco invincibile costringe il giocatore a diventare ciò che Umberto Eco definisce *un lettore di secondo livello*, ovvero un lettore(giocatore) che vuole scoprire ciò che lo scrittore (designer) vuole dire, e non semplicemente come la storia (gioco) va a finire.

Si verifica in *Tuboflex* di *Molleindustria* in cui il lavoratore flessibile dopo esperienze nei call center, nei fast food, in fabbrica si troverà in ogni caso disoccupato sul ciglio di un

marciapiede (il fallimento è ineluttabile e irreversibile: nell'eterno ciclo di reincarnazioni di un lavoratore precario non esistono miglioramenti di carriera e la tipica logica sequenziale dei livelli è stata abbandonata per esaltare l'insostenibilità delle attuali condizioni di lavoro). Lo stesso meccanismo è adottato con altre finalità in *September 12th*<sup>15</sup> di Gonzalo Frasca, le cui meccaniche mostrano una critica della politica estera americana successiva agli attentati dell'11 settembre 2001. Il gioco non può essere vinto nel senso convenzionale, sottolineando la criticità dei problemi geopolitici. L'autore fornisce un'introduzione in cui spiega come questa caratteristica definisca il messaggio veicolato dal gioco: «Questo non è un gioco. Non puoi vincere e non puoi perdere. Questa è una simulazione. Non ha fine. È già iniziata. Le regole sono semplici. Puoi sparare oppure no. questo è semplicemente un modello che puoi usare per esplorare alcuni lati della guerra al terrore». Il gioco non ha una fine, ad ogni azione di attacco segue ulteriore violenza: aumento della povertà e reclutamento di terroristi. Il gioco è una metafora del paradosso della guerra al terrorismo.

In *Oil God*, realizzato dalla *Persuasive Games*, impersonando un magnate del petrolio bisogna creare discordia e disordini sulla terra per aumentare il prezzo del greggio. Molto simile è *Oilgarchy* di *Molleindustria*, in cui si gestiscono pozzi petroliferi.

*Darfur is dying* è un gioco sponsorizzato da MTV e realizzato dagli studenti di un'università californiana. Il gioco pone l'utente nei panni di profughi perseguitati dai militari

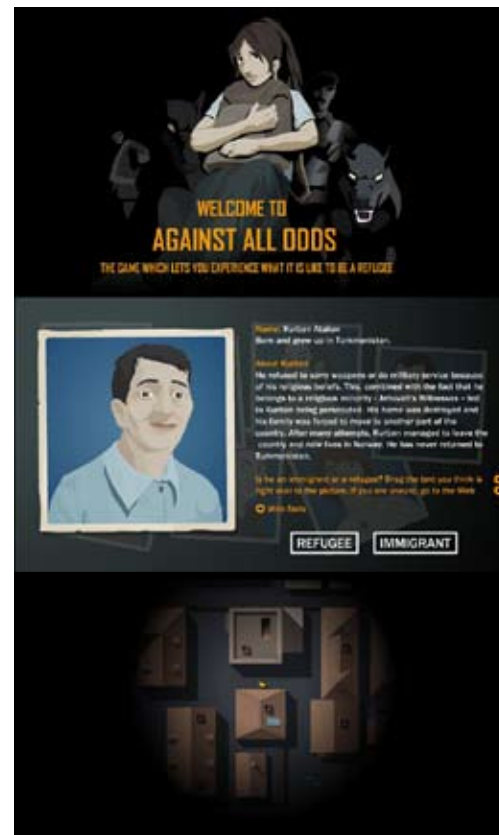
spalleggiati dal governo del Sudan. La maggior parte del gioco si svolge all'interno di un campo profughi che necessita del determinante apporto del giocatore per superare i quotidiani problemi di sussistenza. Le parti narrative riguardanti le terribili esperienze dei profughi sono però solo di contorno ad uno schema di gioco banale e ripetitivo. Ambientazione simile ma gameplay molto più coinvolgente caratterizzano *3rd World Farmer*, sviluppato da un team capitanato da Frederik Hermund, studente alla IT University of Copenhagen. Questo gioco simula la gestione di una fattoria in un territorio desolato dell'Africa, dimostrando come, in condizioni di estrema povertà e con risorse inesistenti, far fronte a eventi come siccità ed epidemie sia un compito impossibile: il giocatore ha esperienza delle ingiustizie subite dalle popolazioni del terzo mondo ed è chiamato a riflettervi.

ICED, *I can end the deportation*, è un gioco prodotto dall'associazione Breakthrough, che vorrebbe criticare le brutali politiche statunitensi sull'immigrazione. Come in altri giochi che cercano di stimolare empatia il giocatore è messo nei panni della parte lesa, in questo caso dell'immigrato senza permesso di soggiorno. Lo sviluppo della trama si risolve in finestre di testo, la città in cui è ambientata la prima parte è vuota e non interattiva, stufi di vagare si cede alla tentazione del crimine: la cattura provoca l'inevitabile deportazione in un centro di detenzione temporanea, la seconda parte del gioco. ICED risulta pervaso di moralismo, e la delinquenza appare decontestualizzata dalle condizioni economiche dei personaggi. Un esempio molto più



7.18

riuscito è costituito da *Against all odds*, gioco commissionato dall'UNHCR, l'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati. L'online game è suddiviso in capitoli che raccontano la storia di un rifugiato, dalla persecuzione politica alle difficoltà di integrazione. La narrazione è integrata da momenti ludici che riescono a suscitare una forte tensione emotiva. All'opposto di ICED, non cerca di imitare gli ambienti 3D dei videogiochi commerciali ma si focalizza sui contenuti e su un'immersione di tipo psicologico. *Admongo* è un gioco online commissionato dal governo degli Stati Uniti: si tratta di un'avventura a scorrimento per insegnare ai ragazzi a riconoscere la pubblicità più e meno invasiva che ci circonda e ad analizzarla in modo critico.



7.19



7.20



## GIOCHI DA TAVOLO POLITICI E SOVVERSIVI

Il mondo dei giochi da tavolo non è troppo vicino a quello dei videogame per pubblico: è noto come video giocare sia ormai una pratica diffusissima in ampie fasce di popolazione, mentre il gioco da tavolo rimane una pratica per appassionati o relegata a momenti sporadici (penso ai cosiddetti *party game*). Ciò che invece il mondo dei boardgame (ma anche quelli dei giochi di ruolo, di carte, di miniature) condivide con la produzione video ludica è invece la maggior parte dei contenuti. Fatta eccezione per serious games e giochi politici appena descritti il mondo ludico è solitamente distante dalla realtà sociale e politica del nostro tempo, popolato soprattutto da personaggi di fantasia, ambientato in mondi fantastici, regni lontani o tempi remoti. Nei giochi da tavolo l'ambientazione realistica (e più spesso storica che contemporanea) è spesso utilizzata per mettere in atto meccaniche di scambio, di gestione e di espansione, come nei giochi strategici e gestionali, ma rimane più una collocazione di sottofondo, un pretesto per utilizzare dei meccanismi, ed incide poco nell'esperienza di gioco generale.

In questo contesto ritengo un'esperienza del tutto particolare, e che per la vicinanza all'approccio ludico-critico da me adottato tratterò nel dettaglio) è quella della piccola casa di produzione inglese *TerrorBull Games*<sup>16</sup> (il cui slogan è "playing with your mind"), piccolo gruppo che si è trovato più volte ad essere censurato, boicottato o deni-

grato dalla stampa, ma che ha anche ottenuto premi ed esposizioni in gallerie d'arte. Fra i giochi progettati troviamo titoli come *War on Terror* e *Cranch*, che hanno riscosso un buon successo in termini di vendite e popolarità oltre a tanti giochi che i designer lasciano liberamente scaricabili dal loro sito.

Il gioco che ha suscitato più clamore è *War on Terror*; nell'introduzione sul libretto di istruzioni vi si legge: «Viviamo in tempi complessi. Grazie al cielo ci sono state date delle chiare etichette che ci spiegano l'illuminato mondo della geopolitica. Terroristi, tiranni, male, armi di distruzione di massa. Se riesci a seguire Guerre Stellari puoi comprendere i telegiornali. Sfortunatamente, *War on Terror*, il gioco da tavola, non è così semplice. Nel nostro mondo non esiste il bianco ed il nero. L'inganno è incoraggiato, l'ipocrisia è la norma e l'unica vera strada è il denaro. Gli imperi combattono gli imperi, gli imperi combattono i terroristi, gli imperi finanziano i terroristi ed alcuni imperi persino diventano terroristi. Confonde ed è ingiusto? Ci puoi scommettere. Fortunatamente, è solo un gioco...». Nel gioco (paragonabile nelle meccaniche base ad i classici giochi di gestione e guerra come *Risiko*) lo scopo è governare un impero e liberare il mondo dal terrorismo e dalle minacce poste dagli altri imperi. Se si fallisce si riprende la partita come terroristae molto particolare è la gestione delle cellule terroristiche e le possibilità offerte di alleanza o belligeranza: come si legge «i terroristi possono essere i tuoi migliori amici quando hai bisogno di un lavoretto sporco ed i tuoi peggiori nemici quando cambiano le carte in tavola».



**TERRORBULL GAMES**



interagire, riflettere su argomenti che non hanno una chiave di lettura giusta o sbagliata, argomenti che per via della loro natura controversa siamo portati ad evitare, e l'intento dei designer è far sì che gli individui si confrontino, interagiscano, ridano, combattano, perdano, vincano e lo facciano poiché è “dannatamente divertente”. Sono stati scelti come strumento i giochi perché sono divertenti, interattivi ed educativi. Lo scopo può essere riassunto in due frasi: “vogliamo che i nostri giochi abbiano il potere di cambiare il tuo modo di pensare. Vogliamo che tu abbia il potere di cambiare il gioco”.

La prima regola del manifesto stabilisce che TUTTO è gioco. Politiche internazionali, catastrofi ambientali, vita, morte: tutto è divertente e tutto può essere giocato, i designer della TerrorBull non credono esistano argomenti che possano essere discussi solo in toni rispettosi e quieti: ciò reprimerebbe le opinioni, il grido, la rabbia, la risata, tutte reazioni umane. Altra regola dichiara che se ci si aspetta che un individuo abbia una determinata opinione semplicemente perché è quella più diffusa, questa è probabilmente sbagliata o comunque da rimettere in discussione: vale la pena parlarne, vale la pena farne un gioco, ridere del nonsense, renderlo divertente. I membri di TerrorBull si dichiarano pronti a recuperare la tradizione della migliore satira inglese: al giorno d'oggi le persone sarebbero spaventate e allo stesso tempo ambivalenti verso il potere e la politica. «La satira può essere su terrorismo, crisi, qualunque cosa faccia PENSARE e ridere allo stesso tempo sarà un buon gioco. Se provoca, anche meglio. A volte non si immagina-

no altri modi di pensare fino a quando non si subisce uno shock».

Altro punto fondamentale: è necessario perdere. La TerrorBull Games non è interessata a giochi collaborativi: non si tratta di allenare il gioco di squadra, tutti vorrebbero vincere e tutti non vorrebbero perdere. La forza che si scatena quando si perde (negatività, nervosismo) è quella che la TerrorBull vuole sfruttare, bisogna scendere a patti con il fallimento: nel momento in cui sembra che le cose siano senza speranza, la sfida diventa la propria personale battaglia, si scatenano creatività e coraggio (“e quando vinci non ti crogiolare nell'onore e ricorda che il prossimo fallimento è dietro l'angolo”).

Altra regola è che si gioca dai tre giocatori in su: i giochi sono divertenti se si può barare e ciò coinvolge due persone, ma sono più divertenti quando si crea un conflitto naturale, in un gruppo: i giochi da tavolo sono divertenti perché comportano interazione vera, con persone vere in un vero spazio. Infine, il barare è sempre creativo!

Le esperienze italiane incontrate nelle mie ricerche nel mondo dei giochi da tavolo con finalità di sensibilizzazione o provocazione sono solo due.

La prima è rappresentata dal gioco *Puttanopoly*, ideato con il preciso scopo di informare riguardo a drammi e disagi delle ragazze straniere e non “in vendita” sulla strada. *Puttanopoly* è un gioco da tavolo di percorso, con 69 caselle: lungo il percorso di gioco sono rappresentati momenti che vanno dall'in-

gresso clandestino in Italia attraverso l'appoggio illecito degli sfruttatori, fino al difficile obiettivo di far rientro nel Paese d'origine con del denaro per la famiglia. I giocatori, da due a dieci partecipanti, ricevono una carta d'identità e un contratto per l'ingresso in Italia ed assumono il ruolo di uno dei personaggi: viene simulata la vita di una ipotetica prostituta clandestina ed i suoi incontri con poliziotti corrotti, protettori, serial killer. Ad inizio partita si ricevono una carta d'identità che stabilisce le caratteristiche e contratto di prostituzione da rispettare ed una carta riguardante l'obiettivo da ottenere per vincere. Come nel *Monopoli* si incontrano possibilità ed imprevisti, alcune caselle portano guadagni, si gestiscono le banche *Puttabank* e *Pimpbank*: conti gestiti dalla malavita e prestiti d'usura.

Le ideatrici sono Daniela Mannu, documentarista, e Lucia Mainetti, esperta di comunicazione, entrambe consulenti esterne del Comitato per i Diritti Civili delle Prostitute di Pordenone. Per il gioco, progettato nel 2003, non è stato trovato un editore ma attualmente viene stampato in tiratura limitata ed è acquistabile dal sito ufficiale<sup>21</sup>.

Altro interessante esempio di gioco da tavolo con finalità “serie” è costituito da *Criminal Mouse*, un gioco per “apprezzare la nostra libertà e comprendere meglio chi l'ha perduta”. Questo gioco è stato realizzato dai detenuti del carcere San Vittore di Milano<sup>22</sup> e mira a stimolare riflessioni, scardinare pregiudizi e falsi miti, svelare il mondo dei reclusi con l'arma dell'ironia e del divertimento. Le regole sono state scritte dai detenuti: i

movimenti delle pedine, i premi e le punizioni, gli imprevisti e le strategie sono ricalcati sulle reali dinamiche che si instaurano in un carcere italiano. Protagonista del gioco è un topo galeotto che si trova ad attraversare un percorso di 60 caselle, corrispondenti ognuna a situazioni che i detenuti vivono quotidianamente: dall'incontro con il cappellano al vitto, dall'ora d'aria all'avvocato. Come nel classico gioco dell'oca si gioca tirando i dadi e spostando delle pedine colorate: la partenza è "l'Arresto", si termina il percorso raggiungendo la casella "Libertà", alla fine della spirale. Nel cammino accidentato, il giocatore sceglie di volta in volta la sua strategia di detenuto, utilizzando quattro mazzi di carte diversi, che sono i suoi strumenti fondamentali per uscirne.

*Criminal Mouse* ha ricevuto la menzione speciale per l'alto valore sociale al premio internazionale "Archimede 2004" per inventori di giochi ed il libro incluso nel gioco racconta l'origine di tutte le caselle del tabellone: il testo è stato scritto dai detenuti che descrivono i loro sentimenti ed il loro punto di vista.



7.22

### Note

1. McLuhan M., *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 1967
2. Game Designer, docente alla Carnegie Mellon University di Pittsburgh (USA), fondatore del collettivo italiano Molleindustria
3. Paolo Pedercini (Molleindustria), *Radical Game Design - Note sulla retorica dei Political Games*, Febbraio 2006, articolo pubblicato su [www.molleindustria.com](http://www.molleindustria.com)
4. *America's Army 3*: celebre (e discusso) gioco sparattutto in prima persona giocabile gratuitamente online è stato commissionato dall'esercito americano come strumento promozionale per il reclutamento di nuovi soldati. Il gioco vanta scenari bellici realistici, missioni multiplayer a squadre, fase di addestramento, equipaggiamento personalizzabile. La versione più recente è del 2009.
5. il videogioco biblico più popolare negli Usa è prodotto da Lifeline Studios e s'intitola *Charlie Church Mouse*. Il topolino protagonista s'immerge in sei storie bibliche diverse ed oltre ad insegnare ai bambini a distinguere forme, colori, numeri e lettere, educa ai valori biblici e cristiani. In *Catechumen* i giocatori possono portare in salvo i cristiani nell'antica Roma, dati in pasto alle fiere nel Colosseo. A tematica religiosa incontriamo anche alcuni giochi a quiz, fra cui *Catechism Game*, *Bible Game*, *Saintly Millionaire*.
6. Clark C. Abt, *Serious Games*, University Press of America, 1970
7. Schrage M., *Serious Play: How the World's Best Companies Simulate to Innovate*, 1999
8. Fondato da David Rejeski e Ben Sawyer nel 2002 presso il Woodrow Wilson Center for International Scholars a Washington
9. progetto ERT- Facoltà di Scienze della Formazione - Università di Bologna, GRUPPO DI RICERCA costituito dai docenti Rosy Nardone,

- Federica Zanetti e da Ivan Venturi di KoalaGames
10. Gruppo di ricerca accademica sul Videogame Design connesso all'attivismo sociale. Coordinato da Mary Flanagan con la collaborazione di Helen Nissenbaum, Katie Salen, Tracy Fullerton. Il gruppo ha anche avviato una casa di produzione, Tiltfactory.
  11. Eric Solomon, *Programmazione con i giochi*, ed. Bollati Boringhieri, Milano, 1987
  12. Una vasta quantità di riflessioni a tal proposito è contenuta in testi come Mc Gonigal J., *La realtà in gioco*, Apogeo, Milano, 2011 e Koster R., *A theory of Fun for Game Design*, Paraglyph Press, Scottsdale, 2005
  13. Paolo Pedercini nell'intervista rilasciata a Claudia D'Alonzo per la rivista online Digimag n.13, aprile 2006
  14. <http://www.positech.co.uk/democracy/>
  15. <http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>
  16. Fondata nel 2005 da Andy Tompkins e Andrew Sheerin, la compagnia ha sede in Inghilterra
  17. Liberamente salvabile dal sito della TerrorBull Games alla pagina [http://www.terrorbullgames.co.uk/games/bullshit\\_plug\\_pnpgame.php](http://www.terrorbullgames.co.uk/games/bullshit_plug_pnpgame.php), per giocare occorre solo stamparlo e procurarsi dei dadi
  18. [http://www.terrorbullgames.co.uk/games/mosqopoly\\_pnpgame.php](http://www.terrorbullgames.co.uk/games/mosqopoly_pnpgame.php)
  19. Sigla che sta per *chief executive officer*, l'equivalente dell'Amministratore Delegato di un'azienda in Italia
  20. <http://www.terrorbullgames.co.uk/about/manifesto.php>
  21. [www.puttanopoly.com](http://www.puttanopoly.com)
  22. Da un'idea di Emilia Patruno, giornalista e direttrice de ilDue.it, magazine del penitenziario milanese, realizzato nel 2004 dai detenuti con il contributo del giornale "Terre di mezzo", prodotto e distribuito dall'azienda Faro



# **PARTE TERZA**

Il progetto



## CAPITOLO 9

## Game Design Document

## FINALITÀ DEL PROGETTO

Al termine del mio percorso di tesi ho individuato delle tematiche particolarmente interessanti ed ho deciso di adottare come designer un approccio ludico-critico per comunicare le problematiche relative ai generi ed agli stereotipi.

Il mio progetto consiste quindi in un gioco da tavolo che vuole al contempo divertire e scuscitare una riflessione. La speranza di riuscire a disegnare un gioco che abbia solo come fine secondario l'intrattenimento ed il divertimento dei suoi fruitori e come fine primario la riflessione, nasce come conseguenza di studi e ricerche che evidenziano come i giochi possano veicolare messaggi importanti, farsi portatori di filosofie di vita nei loro sistemi di rappresentazione e soprattutto nella meccanica di gioco. Il gioco può essere un eccellente veicolo per l'attivismo e la critica politica e sociale, può offrire una visione critica del mondo a partire da una manipolazione consapevole delle stesse meccaniche ludiche: stile, regole di progresso, contesto di gioco, scenari rappresentati, paradigmi di vittoria e sconfitta evidenziano possibilità, limitazioni e convenzioni.

Un gioco da tavolo è uno strumento ideale per mettere in scena modelli comportamentali e simulazioni, ovviamente astratte e semplificate, di scenari specifici del mondo reale. Il percorso seguito mi ha portata a decidere di esaminare un aspetto della vita socia-

le in cui le pratiche discriminatorie sono evidenti e le problematiche legate alle questioni di genere e ai relativi stereotipi ben lontane dall'essere risolte, con l'intento di evidenziarne, amplificarne, esasperarne i meccanismi di base.

Un gioco da tavolo mi è sembrato il mezzo più adatto a mettere in scena alcune situazioni critiche incontrate: problemi legati all'appartenenza al genere maschile o femminile sul posto di lavoro. Il gioco offre una rappresentazione di uno spaccato della società in cui le relazioni sono complesse e le regole spesso non evidenti. Attraverso meccanismi che avvantaggiano un genere piuttosto che un altro, che facilitano i percorsi se si aderisce a determinati standard imposti (che corrispondono ai modelli ed ai ruoli prestabiliti dalla società e dalle istituzioni) si evidenziano e si esasperano le contraddizioni e le disuguaglianze. Senza alcuna pretesa di giungere ad una conclusione definitiva riguardo al dibattito sui generi, cerco di suscitare una reazione del giocatore rispetto alle tematiche che si incontrano rappresentate, tento di favorire la riflessione da un punto di vista differente (i ruoli dei giocatori si ribaltano e si sperimenta il genere altrui), provo a rappresentare possibilità nella nostra società sottovalutate o del tutto invisibili (come la sfera dei lavori di cura: non retribuiti, non riconosciuti socialmente, non proposti al genere maschile). Fare esperienza della diversità e



provare a contrastare dei meccanismi ingiusti all'interno di un gioco, oltre ad essere divertente, risulta più efficace del leggere un'analisi complessa, per la natura difficile ed articolata del problema in esame e per l'avversione provata da tanti individui a parlare di temi "scomodi". Con un approccio contestualizzato, fortemente ironico e provocatorio si prova a far riflettere, far parlare, far scontrare gli individui che si troveranno a giocare insieme: data la natura sociologica delle problematiche di genere si è voluto rafforzare l'aspetto sociale del gioco.

## **TIPO DI GIOCO**

Il progetto di tesi consiste quindi in un gioco da tavolo, *Rigenerati!* i cui fruitori sono in competizione ed in numero variabile da 3 a 6.

È stato preferito questo tipo di gioco ad uno individuale, come ad esempio un videogioco on line, per via della natura delle tematiche trattate, che sono connesse alle relazioni interpersonali ed ai comportamenti degli individui all'interno della collettività.

Essendo le problematiche di genere una questione sociologica non si è voluto rinunciare all'aspetto sociale del gioco. Una parte importante della riflessione prevista viene infatti anche dal confronto (o scontro) che si crea tra i giocatori non solo all'interno del gioco, ma nell'attività stessa del giocare, un livello successivo in cui ad essere in gioco è la propria interpretazione della vita.

## **REAZIONE EMOTIVA PREVISTA E RISULTATI AUSPICATI**

Oltre che divertimento (provocato anche dal tono ironico) il gioco vuole suscitare interesse verso queste problematiche, sia tra le donne sia tra gli uomini.

L'esperienza ludica comporta una riflessione su come l'insuccesso lavorativo possa essere causato da ingiustizie discriminanti (poiché come giocatori si è favoriti o ostacolati solo in virtù del genere impersonato), su come le dinamiche di genere, gli stereotipi, le aspettative, influenzano la vita di uomini e donne nel quotidiano e sono pervasivi in tutti gli ambiti della vita sociale.

Si auspica una ridicolizzazione degli stereotipi attraverso la loro messa in scena, il loro potere amplificato sulle meccaniche di gioco e la loro possibilità di essere associati all'altro genere: la scelta di inserire i più diffusi luoghi comuni riguardo al mondo femminile e maschile, e riguardo allo stesso mondo lavorativo, è motivata dall'idea di voler giocare consapevolmente con questi stereotipi, arrivando ad identificarli e riconoscerli.

L'eventualità del cambio di genere è stata inserita (oltre che per portare il giocatore a mettersi nei panni altrui e a tentare così di comprenderli) per diffondere un'idea di interscambiabilità dei ruoli, per mettere fine alla "guerra dei sessi" così ampiamente diffusa in buona parte dell'immaginario popolare.

## GIOCATORI

Il target è piuttosto generalizzato: non si rivolge a gamer esperti, ma a chiunque si voglia avvicinare ad un gioco da tavolo. In rapporto alle tematiche trattate, potrebbe essere un giocatore casuale, trascinato da amici o conoscenti, oppure un giocatore consapevole della finalità critica e provocatoria del gioco, interessato a smentire, confermare, avversare le problematiche messe in atto: il gioco è rivolto non solo a chi ha una precisa coscienza sociale a riguardo, conosce gli studi di genere, è sensibile alle tematiche rappresentate, ma anche a chi è semplicemente curioso di sperimentare nuovi punti di vista sulle questioni, o anche a chi è “stereotipato”, profondamente convinto della naturalità dei ruoli imposti a uomini e donne o negazionista delle discriminazioni, ed accetta di cimentarsi in un’esperienza ludica che possa mettere in discussione la sua visione del mondo. Il messaggio del gioco è rivolto indifferentemente a uomini e donne, di qualunque orientamento sessuale: l’idea è ancora una volta di superare gli schieramenti contrapposti uomini contro donne che vanno tanto in voga nella televisione generalista, nell’informazione superficiale o nella letteratura “pop”, per parlare come individui, come parte di una collettività, provando a criticare la realtà sociale ed economica e decostruirla nelle sue meccaniche. Il gioco è pensato per giocatori adulti, dai 16 anni in poi.

## OBIETTIVO PER I GIOCATORI

Obiiettivo esplicito e predeterminato: fare carriera. Ogni giocatore deve fare carriera nell’ambito che sceglie. Per raggiungere tale obiettivo occorre superare fasi intermedie tramite il completamento di alcune aree costituite dagli ambiti necessari alla scalata dei vertici lavorativi. Come si potrà capire meglio dalla spiegazione dei ruoli, non a tutti i giocatori viene data la stessa possibilità di raggiungere l’obiettivo.

## AMBITO

È stato scelto l’ambito lavorativo perché fra tutti quelli in cui gli stereotipi di genere permangono è forse l’unico in cui le loro conseguenze e le logiche interne possono essere sviscerate in modo piuttosto oggettivo. Il percorso del gioco ripropone le strade che nella vita in Italia si intraprendono per affermarsi nel settore verso cui ci si sente più inclini: formazione, ricerca di un lavoro cui segue il colloquio, gavetta e scalata. Per ovvi motivi il gioco presenta solo un’astrazione della realtà, un suo modello formale e parziale, di cui sono stati selezionati dei momenti fondamentali e delle particolari dinamiche che evidenziano, in alcuni ambienti, la permanenza di forti stereotipi riguardo ai ruoli maschili e femminili, e la conseguente difficoltà femminile di avere accesso agli alti vertici. Ad essere penalizzato però non è solo il personaggio femminile: per sottolineare come l’associazione di un’attività ad un genere piuttosto che all’altro sia estremamen-

te limitante, è stato inserito l’ambito dei lavori di cura, tutti quei lavori che prevedono dedizione, qualità piuttosto che quantità, che hanno a che fare con le relazioni umane e la cura degli ambienti sono al giorno d’oggi quasi inaccessibili per gli uomini. Si incontrerà così il personaggio che viene deriso dagli altri uomini perché si cimenta in attività “naturalmente” femminili ma anche dalle donne che si sentono superiori in alcune mansioni (molto similmente a ciò che accadrà al personaggio femminile dedicato alla ricerca scientifica). L’idea di inserire l’ambito di cura, inoltre, è in relazione con il concetto di riconoscimento del lavoro, un lavoro dato per scontato, sommerso (non nel senso di lavoro nero, ma proprio di lavoro invisibile), cui si dedicano quotidianamente le donne e che apporta un enorme valore (anche monetario) alla comunità, soprattutto in mancanza di specifiche politiche di Welfare ed assistenza statale. Così badare ai bambini, assistere gli anziani, cucinare, pulire la casa vengono qui rilette come attività dignitose ed importanti, da non vedere come obbligo quotidiano o ripiego ma come scelta di dedizione all’altro e al proprio spazio, che possono essere selezionate fra le opzioni possibili, da una donna (il cui percorso nel gioco sarà facilitato) o da un uomo. Poiché il mancato riconoscimento della dedizione e dell’impegno in questi lavori porta all’assenza di una terminologia specifica, è stata inventata una gerarchia per definire l’avanzamento nell’ambito della cura, così colui che raggiunge il vertice è stato definito “onorato re dei casalinghi”. In tal modo si aggiunge una critica al modo in cui la società odierna svilisce il lavoro di badanti, baby sitter, colf (non a caso in larga parte

stranieri, non a caso in un numero record in Italia rispetto al resto d'Europa).

La plancia di gioco è funzionale alla rappresentazione dell'accesso negato: segregazione orizzontale e segregazione verticale; in quella orizzontale è rappresentata la scelta di una mansione "indicata per il proprio genere" (e per le caratteristiche che normalmente vi si attribuiscono) a indirizzare il giocatore, in quella verticale si può constatare che i vertici sono sempre maschili (emblematico il settore dell'insegnamento in cui ai livelli bassi la presenza femminile costituisce la stragrande maggioranza - "l'insegnamento è donna" -, mentre nelle posizioni di responsabilità e dirigenza permangono uomini).

## RUOLO

Il ruolo impersonato definisce l'abilità del giocatore e le sue possibilità di riuscita negli obiettivi. Si gioca interpretando un ruolo maschile o femminile, come il proprio genere. Ogni volta che tutti i giocatori hanno terminato il proprio turno si lanciano due dadi: se il punteggio ottenuto è 7 si verifica lo scambio di generi: TUTTI i giocatori mantengono il personaggio con le proprie caratteristiche ma questo da donna diventa uomo e viceversa. Va notato che la probabilità che lo scambio dei generi si verifichi almeno una volta nel corso del gioco è altissima, ma il suo essere dipendente dal solo lancio di dadi non esclude che possa verificarsi più volte nella stessa partita, con successivo senso di frustrazione e sconvolgimento delle strategie che il giocatore sta attuando.

## TEMPO

Essendo un gioco da tavolo il gioco si svolge in tempo sincrono ed in presenza.

La partita ha una durata prevista di circa un'ora: il gioco ha termine quando i personaggi dei giocatori raggiungono l'età pensionabile.

Come verrà meglio spiegato nella descrizione della plancia personale del giocatore, durante il gioco si verifica un avanzamento nella barra temporale che rappresenta a livello ideale gli anni trascorsi, dalla giovinezza (formazione) all'età pensionabile si calcolano circa 40 anni, indicativamente dai 15 ai 65, in cui formarsi, studiare, cercare lavoro e tentare di fare carriera.

## DINAMICA DI GIOCO

Lo scopo per tutti i giocatori, in numero da 3 a 8, è quello di fare carriera. Per far ciò ognuno ha a disposizione 6 caratteristiche di personalità che controlla tramite una scheda personaggio assegnata all'inizio casualmente.

I giocatori interpretano un personaggio maschile o femminile ed esiste l'eventualità che nel corso della partita improvvisamente il genere cambi.

Per raggiungere il vertice lavorativo si devono attraversare 5 livelli: si parte con l'area della formazione, momento in cui si accumulano risorse, poi si attraversa l'area della ricerca del lavoro, fino ad arrivare al momento

del colloquio e da qui passare poi alla scalata nei settori lavorativi, che rappresenta la fase più lunga della partita. Nella scalata le caratteristiche possedute diventano ostacoli o facilitazioni al raggiungimento dell'obiettivo ed il sistema di gioco è organizzato in modo da reagire diversamente a uomini e donne; ad esempio l'"improvvisa voglia di maternità o paternità" blocca la donna per 3 turni e non penalizza l'uomo; se si è donna e si ha la bella presenza si passa automaticamente il colloquio e così via.

Per passare da un livello a quello superiore i giocatori devono raggiungere delle soglie di punteggio personalità (anche queste differenti per l'uomo e per la donna) e recarsi su una precisa casella definita "salto di qualità".

La partita ha una durata stabilita: 25 turni di gioco che rappresentano idealmente 50 anni di vita. Quando il segnalino sulla barra dell'età raggiunge il punto dell'età pensionabile la partita ha termine e si stabilisce il vincitore calcolando i punteggi di ogni giocatore.

## 8 AMBITI LAVORATIVI IN CUI TENTARE DI FARE CARRIERA

### ECONOMIA

Mega direttore galattico  
 Manager rampante  
 Broker promettente  
 Commercialista sbarbatello



Mega direttrice galattica  
 Womanager rampante  
 Broker promettente  
 Commercialista novellina

### AMBITO LEGALE

Principe del foro  
 Brillante azzecagarbugli  
 Legale alle prime armi  
 Praticante appassionato



Principessa del foro  
 Brillante azzecagarbugli  
 Legale alle prime armi  
 Praticante appassionata

### ISTRUZIONE

Venerato dirigente scolastico  
 Professore intellettuale  
 Insegnante rispettato  
 Maestrino fiducioso



Venerata dirigente scolastica  
 Professoressa intellettuale  
 Insegnante rispettata  
 Maestrina fiduciosa

### SCIENZA

Ammirato luminare prossimo  
 al Nobel  
 Erudito scienziato  
 Affermato ricercatore  
 Piccolo apprendista chimico



Ammirata scienziata prossima  
 al Nobel  
 Erudita scienziata  
 Affermata ricercatrice  
 Piccola apprendista chimica

### MEDICINA

Sommo debellatore di virus  
 Rinomato primario  
 Medico specialista affermato  
 Specializzando camice bianco



Somma debellatrice di virus  
 Rinomata primario  
 Medico specialista affermata  
 Specializzanda camice bianco

### AMBITO DI CURA

Onorato re dei casalinghi  
 Stimato esperto di bambini,  
 animali domestici e anziani  
 Novello badante  
 Nemico della polvere esordiente



Onorata regina dei casalinghi  
 Stimata esperta di bambini,  
 animali domestici e anziani  
 Novella badante  
 Nemica della polvere esordiente

### POLITICA

Irreprensibile e incorruttibile  
 ministro  
 Onesto politicante professionista  
 Sindaco eletto a larga maggioranza  
 Militante nel partito locale



Irreprensibile e incorruttibile  
 ministra  
 Onesta politicante professionista  
 Sindaco eletta a larga maggioranza  
 Militante nel partito locale

### EDILIZIA

Dirigente grandi opere pubbliche  
 Coscienzioso capo cantiere  
 Muratore esperto  
 Manovale principiante



Dirigente grandi opere pubbliche  
 Coscienziosa capo cantiere  
 Muratrice esperta  
 Manovala principiante

### ELEMENTI

Il materiale di gioco è composto da:

- un manuale utente;
- una plancia principale modulare con il percorso che rappresenta la scalata in 8 settori lavorativi, i cui spicchi possono essere quindi separati, posti davanti ad ogni giocatore e gestiti quindi più liberamente;
- due plance percorsi secondarie, una *formazione* e l'altra *ricerca del lavoro*;
- 8 schede personaggio;
- 5 mazzi di carte, uno per ogni livello di gioco, identificati dal colore dell'area gerarchica; • 8 pedine personaggi, che da un lato recano l'immagine di una donna e dall'altro quella di un uomo;
- due dadi esagonali.

### Manuale utente

Il manuale utente è una guida all'attività ludica, che contiene le regole del gioco ed è pensato per spiegare nel dettaglio ogni elemento che ne fa parte, per aiutare il giocatore a comprendere la struttura del gioco, spingendolo a prendere decisioni consapevoli, sebbene i meccanismi di gioco siano abbastanza semplici.

Oltre al manuale utente sono previste 2 tabelle da tenere accanto al pianale di gioco e da consultare nel corso della partita:

- *eventi carriera*, contiene gli eventi della sorte connessi agli specifici ambiti lavorativi (identificati da un numero), da leggere nel momento in cui si pesca una carta corrispondente;
- *come si gioca*, riassunto sotto forma di schema delle modalità di spostamento e calcolo dei punteggi.

### Barra temporale

La barra temporale è un supporto utilizzato nel corso della partita che consente di monitorare l'avanzamento del tempo. Si gestisce segnando progressivamente ogni turno: si parte come adolescente ed in 25 turni di gioco si arriva all'età pensionabile, momento in cui la partita ha termine.



## Plance di gioco

Le plance di gioco sono tre e vengono utilizzate in momenti diversi nel corso della partita. Ogni percorso è quindi visualizzato su un supporto differente.

Il percorso FORMAZIONE ed il percorso RICERCA DEL LAVORO sono unici per tutti i giocatori, la plancia principale (quella della CARRIERA), invece, è costituita da 8 spicchi,

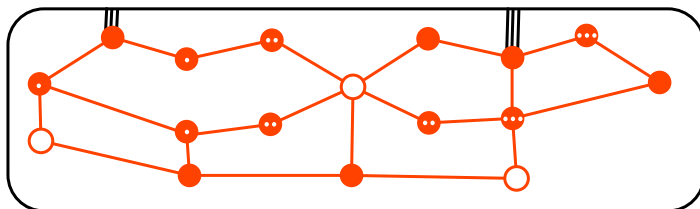
uno per ogni ambito lavorativo, che possono essere tenuti vicini, dando così una visione globale dello svolgimento del gioco e della posizione raggiunta dai vari giocatori, oppure possono essere gestiti autonomamente da ogni giocatore, posizionati nel modo più comodo ed occupando minor spazio.

La plancia FORMAZIONE è costituita da percorsi nelle cui congiunture si incontrano caselline tonde che consentono al giocatore di

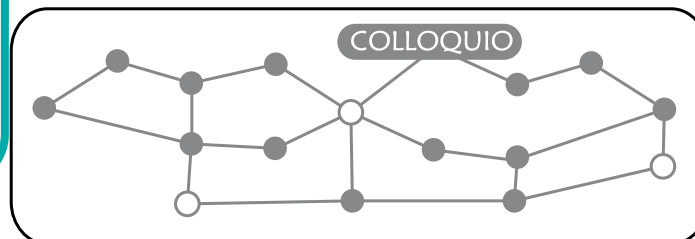
pescare le carte corrispondenti al livello formazione. In totale le caselline sono 26, di cui 12 vuote (su cui il giocatore si ferma senza che nulla accada) e 14 piene, cioè che consentono di prendere alcune carte: il numero di carte da tenere è indicato da un piccolo punto all'interno.

Il percorso è progettato in modo da essere gestibile liberamente da ogni giocatore seguendo una strategia finalizzata all'accumulo di

### PLANCIA FORMAZIONE



### PLANCIA RICERCA DEL LAVORO



carte per le fasi di gioco successive oppure al risparmio di tempo e turni di gioco: la pedina infatti può essere spostata indifferentemente all'interno dell'area; i punti da cui si può accedere al livello successivo sono due: il primo più vicino all'inizio del percorso e da esso separato da caselline che consentono di pescare solo una carta, il secondo più lontano, intervallato da un maggior numero di caselline, le quali consentono di pescare alcune 2 carte (quelle più vicine alla partenza), altre 3.

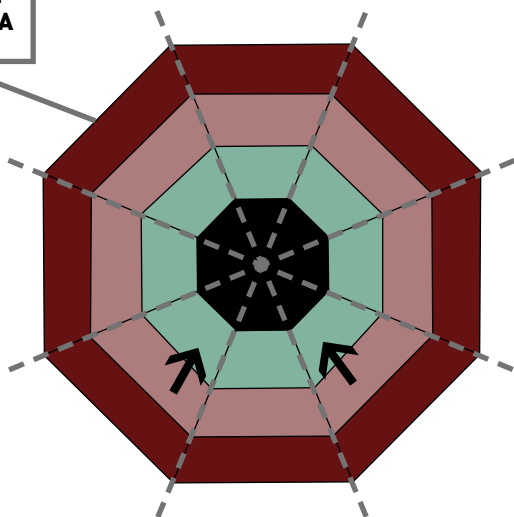
La plancia RICERCA DEL LAVORO è attraversata da percorsi su cui si incontrano caselline che portano a pescare una carta dal mazzo "annunci di lavoro". In totale vi sono 19 caselle di cui 8 piene che consentono di prendere una carta. Anche in questo percorso il giocatore può scegliere di percorrere il tragitto più breve e risparmiare tempo oppure seguire un percorso più lungo sperando di trovare una carta che lo mandi direttamente nell'area lavoro. Alla fine del percorso è visualizzata l'area COLLOQUIO DI LAVORO.

lizzata l'area COLLOQUIO DI LAVORO.

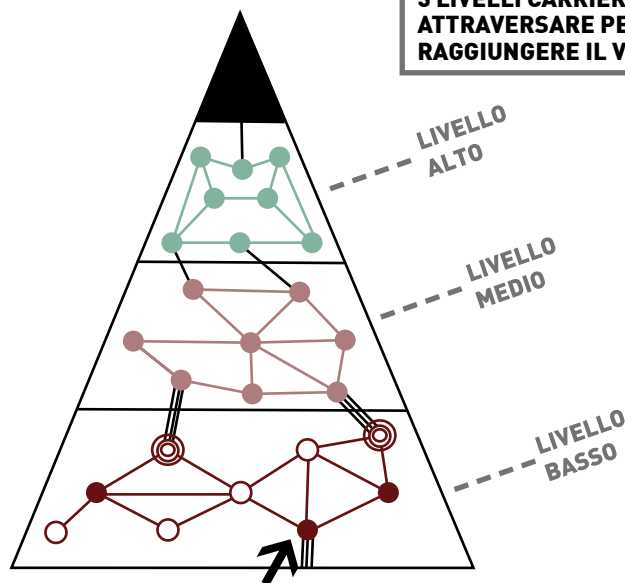
Nella fase di gioco lavorativa si utilizza la plancia CARRIERA, divisa in 8 parti (economica, legale, dell'insegnamento, di cura, scientifica, medica, politica, edilizia) con tragitti che confluiscono verso uno stesso vertice. Come già spiegato ogni giocatore può prendere lo spicchio del proprio ambito professionale e tenerlo vicino a sé. In ogni spicchio sono visualizzati percorsi sui cui punti

**PLANCIA CARRIERA MODULARE:  
VISTA D'INSIEME E VISTA NEL DETTAGLIO DEGLI SPICCHI DI CUI È COMPOSTA**

**8 SPICCHI:  
SETTORI IN CUI  
FARE CARRIERA**



**3 LIVELLI CARRIERA DA  
ATTRAVERSARE PER  
RAGGIUNGERE IL VERTICE**



### SCHEDA PERSONAGGIO

CARATTERISTICHE PERSONALITÀ

BARRE DEL PUNTEGGIO DELLE CARATTERISTICHE

AMBIZIONE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
PAZIENZA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
INTUITO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
CURIOSITÀ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
FORZA FISICA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
SOCIALITÀ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
SICUREZZA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
SENSIBILITÀ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
EMPATIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
SFACCIATAGGINE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

0     

AREA FAMIGLIA



di raccordo si incontrano delle caselline che sono, come nelle altre due aree di gioco, piene o vuote.

Le parti che compongono l'ottagono sono suddivise in 3 livelli di gerarchia per ogni ambito lavorativo.

Sono evidenziate graficamente le caselle che costituiscono punti di passaggio da un livello a quello superiore (cosiddetto *salto di qualità*). La qualifica posseduta dal giocatore è indicata in ogni livello, così come nel piccolo vertice in alto è scritto il titolo massimo cui si aspira, insieme alle caratteristiche richieste.

### Scheda personaggio

Ogni giocatore dispone della scheda personalità del proprio personaggio. La scheda personaggio viene assegnata casualmente ad inizio partita.

L'area superiore è costituita dal controllo delle caratteristiche. Sul lato si incontrano 10 caratteristiche personalità disponibili: accanto ad ognuna si trova la linea del punteggio, da 0 a 15. Nel gioco sono fornite 8 schede già formate, in cui il giocatore dispone di 5 punti in 6 caratteristiche diverse fra le 10 totale, per un totale di 30 punti. Si prevede una versione "esperti" che comprende l'assegnazione libera del punteggio da parte di ogni giocatore nel momento in cui si crea il proprio personaggio. Il punteggio accumulato in tali caratteristiche serve per passare da un livello a quello successivo, come indicato sulla propria carta carriera e come verrà nel dettaglio spiegato più avanti.

### Caratteristiche

Le caratteristiche della personalità sono state inserite seguendo un criterio molto preciso, stabilito dopo aver individuato, nella fase di ricerca sugli stereotipi maschili e femminili, alcune costanti. I punteggi relativi alle caratteristiche danno un risultato differente se in possesso dell'uomo o della donna: sono caratteristiche comunemente viste come maschili o femminili, in realtà riscontrabili in entrambi i generi ma più o meno socialmente accettate, in relazione agli stereotipi diffusi.

Tali punteggi permettono il passaggio ai livelli successivi: ogni carriera infatti è associata a 3 caratteristiche. Sulla carta carriera si trovano indicati i punti richiesti nel salto di qualità: una volta raggiunto il punteggio, che si incrementa nel corso della partita, il giocatore può raggiungere l'apposita casella e da qui passare al livello superiore. La soglia dei punteggi necessari a compiere tale passaggio è diversa per il personaggio femminile e per quello maschile.

### Area famiglia

indica lo stato familiare del personaggio e viene utilizzato in relazione ai tassellini improvvisata voglia di maternità/paternità: è rappresentato il numero di figli, da uno a 3.

#### caratteristiche disponibili:

GENTILEZZA

PAZIENZA

SENSIBILITÀ

SICUREZZA

SOCIALITÀ

SFACCIATAGGINE

INTUITO

FORZA FISICA

AMBIZIONE

CURIOSITÀ



## Carte carriera

Risorsa fondamentale da tenere durante tutta la partita del gioco è la carta carriera. Ve ne sono 8, ognuna riporta il livello massimo cui aspirare.

La carta fronte-retro presenta da un lato la versione per l'uomo, dall'altro la versione per la donna. Sotto il disegno ed il titolo da conquistare sono indicati i punteggi personalità necessari a passare da un livello a quello successivo.

### ESEMPIO: CARTA CARRIERA NELLA MEDICINA (LATO UOMO)

**VERTICE PROFESSIONALE DA RAGGIUNGERE**

**SOMITO DEDELLATORE DI VIRUS**

PAZIENZA  
SENSIBILITÀ  
SOCIALITÀ

Rinomato primario = 25 punti  
Medico specialista affermato = 15 punti

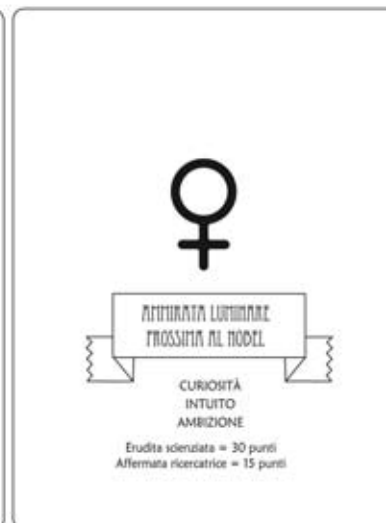
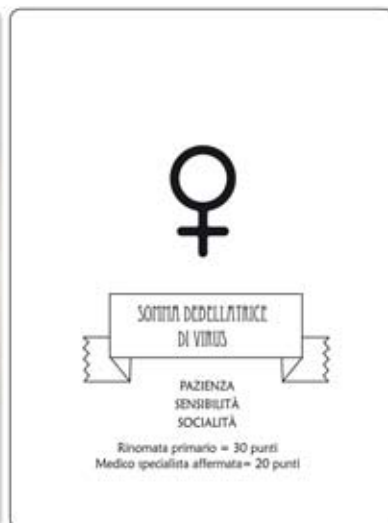
**CARATTERISTICHE CONNESSE ALL'AMBITO LAVORATIVO E PUNTEGGI RICHIESTI PER I PASSAGGI DI LIVELLO (DIFFERENTI PER DONNA E UOMO)**

**SOMITO DE CASALINO**

PAZIENZA  
SENSIBILITÀ  
SOCIALITÀ

Stesso spazio di lavoro, orari identici e servizi = 30 punti  
Nuovo lavoro = 20 punti

**CARTA CARRIERA NELLA CURA (LATO UOMO)**





PRINCIPE DEL FORO

SICUREZZA  
SOCIALITÀ  
SFACCIATAGGINE

Brillante azzecogargugli = 25 punti  
Legale alle prime armi = 15 punti



PRINCIPESSA DEL FORO

SICUREZZA  
SOCIALITÀ  
SFACCIATAGGINE

Brillante azzecogargugli = 30 punti  
Legale alle prime armi = 20 punti



MEGA DIRETTORE  
GALATTICO

SICUREZZA  
SOCIALITÀ  
AMBIZIONE

Manager rampante = 25 punti  
Broker promettente = 15 punti



MEGA DIRETTRICE  
GALATTICA

SICUREZZA  
SOCIALITÀ  
AMBIZIONE

Womanager rampante = 30 punti  
Broker promettente = 20 punti



IRREPRESIDILE  
E INCORRUTTIBILE MINISTRO

AMBIZIONE  
SOCIALITÀ  
SFACCIATAGGINE

Onesto politicante professionista = 25 punti  
Sindaco eletto a larga maggioranza = 15 punti



IRREPRESIDILE  
E INCORRUTTIBILE MINISTRA

AMBIZIONE  
SOCIALITÀ  
SFACCIATAGGINE

Onesta politicante professionista = 35 punti  
Sindaco eletta a larga maggioranza = 20 punti



DIRIGENTE  
GRANDI OPERE PUBBLICHE

FORZA FISICA  
SICUREZZA  
PAZIENZA

Coscienzioso capo cantiere = 25 punti  
Muratore esperto = 15 punti



DIRIGENTE  
GRANDI OPERE PUBBLICHE

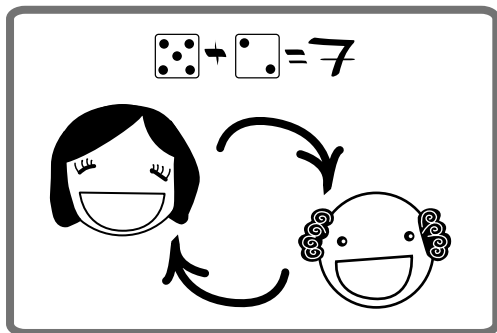
FORZA FISICA  
SICUREZZA  
PAZIENZA

Coscienziosa capo cantiere = 35 punti  
Muratrice esperta = 20 punti

## OSTACOLO: cambio di genere

Ad ogni fine giro di turni (quando tutti i giocatori hanno fatto la loro mossa) e prima di avanzare il segnatempo l'ultimo giocatore tira due dadi. Se il punteggio ottenuto corrisponde a 7 avviene il *fantomatico cambio di genere*: il proprio personaggio da uomo diventa donna e viceversa. Si gira quindi la propria pedina e la si pone dal lato corrispondente, cosa che va fatta anche con la carta carriera. Il lancio dei dadi per verificare l'eventualità dello scambio viene effettuato ad ogni fine giro da un giocatore diverso, in senso orario, a partire da colui che si è mosso per primo.

Tutti i giocatori cambiano genere nello stesso momento. Quando ciò si verifica il giocatore si trova in difficoltà rispetto alla strategia adottata nella propria carriera. Poiché il cambio di genere si verifica in modo completamente dipendente dalla sorte non si può escludere che si verifichi più volte rispetto alla media prevista o che non si verifichi affatto.



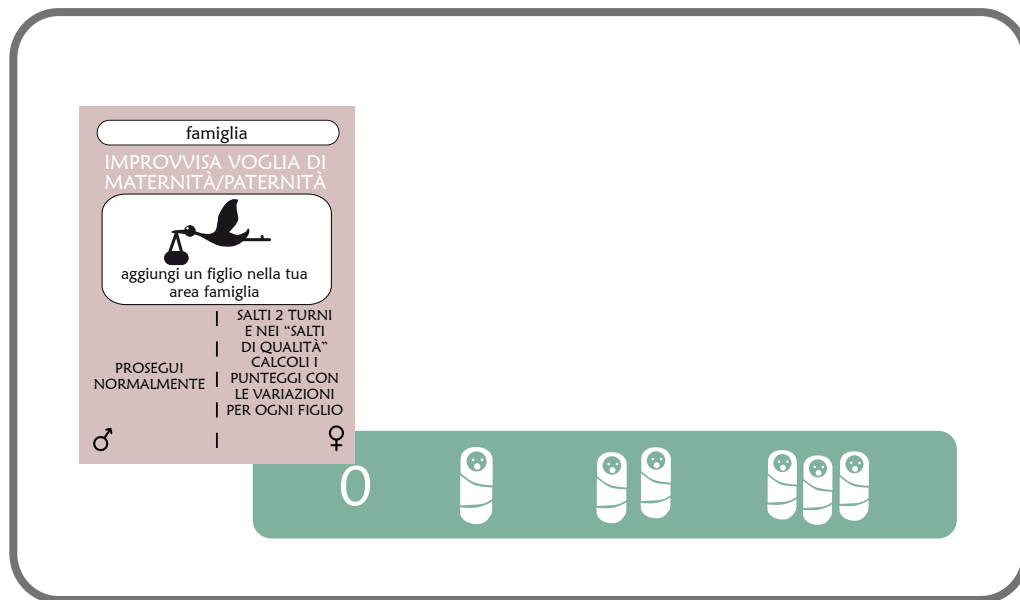
## OSTACOLO: figli

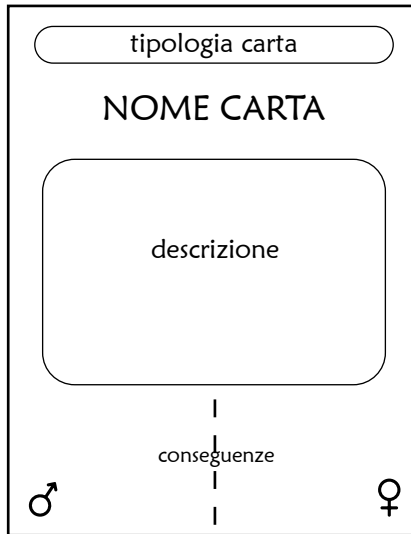
Ogni giocatore può trovare la carta "improvvisa voglia di maternità o paternità": se il personaggio con cui sta giocando è donna rimarrà ferma tre turni.

Il numero di figli è controllato nella propria scheda personaggio: ogni donna nel momento del cosiddetto "salto di qualità", cioè del passaggio al livello lavorativo superiore, dovrà calcolare 5 punti in più rispetto a quelli richiesti dalla carriera in cui è per il primo figlio, 10 se ne ha due, 15 se ne ha 3.

Se ad esempio durante il mio turno di gioco, mentre il mio personaggio è donna, tro-

vo l'improvvisa voglia di maternità, resto ferma 3 turni, spostando ad ogni turno la barra dell'età e non facendo alcuna mossa. Se la carriera in cui mi sto cimentando è quella della medicina e mi trovo nel livello medio (medico specialista affermata), so che il punteggio richiestomi per passare al livello di rinomata primaria corrisponde a 30 punti totali nella somma del mio punteggio di pazienza, sensibilità e socialità. Poiché ho avuto un figlio però ai 30 stabiliti devo aggiungerne altri 5. Se ne avrò un altro, nel momento del salto di qualità dovrò aggiungerne 10 eccetera. Se il mio personaggio cambia sesso e diventa uomo, non considero tali punti ma solo quelli stabiliti dalla carta carriera.





### AREA FORMAZIONE



abilità/vizi/virtù

OCCHI DOLCI

puoi fare gli occhi dolci al capo ed avanzare al livello di carriera successivo

NON PUOI UTILIZZARLA | SCARTA LA CARTA DOPO L'USO

♂ | ♀

bonus

UN SACCO DI ASPETTATIVE

### AREA RICERCA DEL LAVORO



annuncio di lavoro

DARESTI L'ANIMA PER UN LAVORO! peccato che le anime siano completamente fuori mercato!

NESSUNA CONSEGUENZA!

LIVELLO BASSO

tutto può succedere

**MOLESTIE**

ricatto sessuale

tira il dado: 1-4  
> rifiuti, denunci  
stasera puoi fare  
lo splendido con  
gli amici: un'altra  
donna ha ceduto  
al tuo fascino!  
NESSUNA  
CONSEGUENZA!

5-6 > cedi a quel  
viscione del capo  
e avanzi al livello  
successivo

♂ | ♀

LIVELLO  
BASSO

famiglia

IMPROVVISA VOGLIA DI  
MATERNITÀ/PATERNITÀ



aggiungi un figlio nella tua  
area famiglia

SALTI 2 TURNI  
E NEI "SALTI  
DI QUALITÀ"  
CALCOLI I  
PUNTEGGI CON  
LE VARIAZIONI  
PER OGNI FIGLIO

PROSEGUI  
NORMALMENTE

♂ | ♀

attività professionali

TI DEDICHI ANIMA  
E CORPO ALLE  
TUE MANSIONI  
PROFESSIONALI

+ 1 PUNTO IN UNA  
CARATTERISTICA A  
SCELTA FRA QUELLE  
CONNESSE ALLA TUA  
CARRIERA

LIVELLO MEDIO

tutto può succedere

**MOLESTIE**

ricatto sessuale

tira il dado: 1-4  
> rifiuti, denunci  
stasera puoi fare  
lo splendido con  
gli amici: un'altra  
donna ha ceduto  
al tuo fascino!  
NESSUNA  
CONSEGUENZA!

5-6 > cedi a quel  
viscione del capo  
e avanzi al livello  
successivo

♂ | ♀

LIVELLO  
MEDIO

famiglia

IMPROVVISA VOGLIA DI  
MATERNITÀ/PATERNITÀ



aggiungi un figlio nella tua  
area famiglia

SALTI 2 TURNI  
E NEI "SALTI  
DI QUALITÀ"  
CALCOLI I  
PUNTEGGI CON  
LE VARIAZIONI  
PER OGNI FIGLIO

PROSEGUI  
NORMALMENTE

♂ | ♀

attività professionali

TI DEDICHI ANIMA  
E CORPO ALLE  
TUE MANSIONI  
PROFESSIONALI

+ 1 PUNTO IN UNA  
CARATTERISTICA A  
SCELTA FRA QUELLE  
CONNESSE ALLA TUA  
CARRIERA

LIVELLO ALTO

tutto può succedere

**MOLESTIE**

ricatto sessuale

tira il dado: 1-4  
> rifiuti, denunci  
stasera puoi fare  
lo splendido con  
gli amici: un'altra  
donna ha ceduto  
al tuo fascino!  
NESSUNA  
CONSEGUENZA!

5-6 > cedi a quel  
viscione del capo  
e avanzi al livello  
successivo

♂ | ♀

LIVELLO  
ALTO

famiglia

IMPROVVISA VOGLIA DI  
MATERNITÀ/PATERNITÀ



aggiungi un figlio nella tua  
area famiglia

SALTI 2 TURNI  
E NEI "SALTI  
DI QUALITÀ"  
CALCOLI I  
PUNTEGGI CON  
LE VARIAZIONI  
PER OGNI FIGLIO

PROSEGUI  
NORMALMENTE

♂ | ♀

attività professionali

TI DEDICHI ANIMA  
E CORPO ALLE  
TUE MANSIONI  
PROFESSIONALI

+ 1 PUNTO IN UNA  
CARATTERISTICA A  
SCELTA FRA QUELLE  
CONNESSE ALLA TUA  
CARRIERA

## Carte livello formazione

Nel momento della formazione i giocatori pescano le carte dal mazzo corrispondente: tali carte sono di due tipologie.

La prima costituita dalle carte abilità/vizi/virtù: in totale 36.

Tali carte sono utili nel corso del gioco perché permettono di aumentare alcuni punteggi o di superare le difficoltà incontrate nelle carte sorte. Sono però uno strumento secondario rispetto al sistema di risorse principale.

Le caratteristiche extra non servono ad accumulare punteggi o avanzare di carriera ma sono uno strumento da utilizzare in alcune occasioni (come indicato nel testo) oppure nel momento in cui si pesca una carta "tutto può succedere".

L'altra tipologia di carte è costituita dalle carte bonus, facilitazioni legate alla formazione.

### CARTE BONUS

**IL SOSPIRATO PEZZO DI CARTA:** aumenta l'autostima! Più 5 punti da distribuire a piacere nella scheda delle caratteristiche della personalità

**UN SACCO DI ASPETTATIVE:** carta che dà fino a 4 punti in più in caso di necessità per compiere il primo passaggio di livello nella carriera

**SPIRITO CRITICO:** può essere utilizzato una volta nel corso del gameplay per rifiutare il ricatto sessuale

## ESEMPI CARTE FORMAZIONE





**ABILITÀ/VIZI/VIRTÙ**

BELLA PRESENZA

STIRO RAPIDO – se ti dedichi alla carriera di cura le tue caratteristiche aumentano di 2 in ogni attività tipica anziché di 1

PIANTO FACILE

ISTERIA

VANITÀ

INDOLE SERVIZIEVOLE

SPIRITO DI SACRIFICIO

SARCASMO

PETTEGOLEZZO –la tua caratteristica socialità raddoppia quando sei in un “salto di qualità”

PARLANTINA DISINVOLTA – donna: durante il colloquio vieni subito scelta

ABILITÀ NEL CIVETTARE

CAPACITÀ DI ABBINARE I COLORI NEL VESTIRSI

VOCABOLARIO COLORITO (battuta e o parolaccia per ogni occasione) –DONNA: durante una molestia spiazzi il viscido rispondendo a tono!

NASCONDERE LE EMOZIONI –uomo: aggiungi 2 punti a tutte le tue caratteristiche quando sei in un “salto di qualità”

PIAGNUCOLARE STRATEGICO –donna: puoi usarlo per avanzare nella carriera anche senza avere il punteggio richiesto - uso singolo

SAPER ASCOLTARE – se sei nella carriera di cura o dell’insegnamento aggiungi 2 punti a tutte le tue caratteristiche quando sei in un “salto di qualità”

OCCHI DOLCI –DONNA: puoi fare gli occhi dolci al capo ed avanzare al livello di carriera successivo - uso singolo

SOFFRIRE PER AMORE – se sei donna e hai la caratteristica sensibilità ogni 4 turni sei ferma un turno per riprenderti dalla delusione

PROPENSIONE AL MULTITASKING – se sei donna e hai famiglia puoi avanzare normalmente

INDIVIDUARE CALZINI SPORCHI NEL RAGGIO DI 100 METRI – se ti dedichi alla carriera di cura le tue caratteristiche aumentano di 2 in ogni attività tipica anziché di 1

SBRUFFONE CON GLI AMICI – se sei uomo la tua caratteristica socialità raddoppia

OCCHIO IDENTIFICA POLVERE– se ti dedichi alla carriera di cura le tue caratteristiche aumentano di 2 in ogni attività tipica anziché di 1

FORTE SENSO DI COLPA – se hai famiglia e sei donna d’ora in poi togli 3 punti personalità al tuo totale durante il salto di qualità  
Naso “riconosci cattivi odori” - se ti dedichi alla carriera di cura le tue caratteristiche aumentano di 2 in ogni attività tipica anziché di 1

AGGRESSIVITÀ

AUTOSTIMA

SECONDI FINI

AUTOSTIMA

DETERMINAZIONE

INTRAPRENDENZA

PAZIENZA

DEVOZIONE

EMPATIA

ROMANTICISMO

## Carte livello ricerca del lavoro

Il terzo mazzo di carte è costituito dagli annunci di lavoro. Tali carte si pescano nel momento in cui, spostandosi nel livello della ricerca di un lavoro, si capita su una casellina piena. Alcune carte rappresentano una facilitazione, altre un ostacolo: alcune infatti fanno sì che il giocatore possa spostare la propria pedina in una carriera e la possa intraprendere senza affrontare il colloquio di lavoro, altre lo portano a restare fermo uno o più turni.

## AREA: colloquio di lavoro

Alla fine dell'area di ricerca del lavoro si trova un punto particolare, cioè il COLLOQUIO DI LAVORO. Giunti qui, se si è donna e si è in possesso della carta extra "bella presenza" non ci si sofferma e si passa subito all'area lavoro; in tutti gli altri casi si tirano i 2 dadi finché esce un numero superiore a 9. Questo per due turni: al terzo anche se non si è ottenuto il numero richiesto si passa nell'area professionale ("si impietosisce l'esaminatore").

COLLOQUIO

### ESEMPIO CARTA RICERCA DEL LAVORO



## CARTE ANNUNCI DI LAVORO

Fortemente motivat\* a crescere hai la possibilità di entrare in un'azienda di omogeneizzati come responsabile marketing: lancia il dado, se esce un numero pari ti assumono e puoi iniziare la carriera nell'economia!

Va bene il farsi un curriculum breve e mirato, ma scrivere SOS non vale! Punito per l'insolenza resti fermo un turno!

Cerchi un impiego per esprimere tutte le tue potenzialità, peccato che il tuo esaminatore cerchi un impiegato per esprimere tutto il suo potere! Nessuna conseguenza!

Bello avere un posto nel mondo: sei il 610° nelle liste di disoccupazione! Fermo un turno ad aspettare che chiamino tutti quelli in graduatoria prima di te!

Infermiera offresi al miglior sofferente: se sei donna ed hai una carta sensibilità, pazienza, devozione o empatia puoi cominciare la scalata nell'ambito di cura!

Coniugi litigiosi cercano colf per lanciarsi piatti puliti: se hai la caratteristica pazienza, indole servizievole, gentilezza o spirito di sacrificio puoi intraprendere la carriera nei lavori di cura!

Azienda assediata dai creditori cerca commercialista che le spari grosse: se hai sicurezza, sfacciataggine e arroganza vieni assunto\*! Se hai una di queste caratteristiche puoi iniziare la tua scalata nell'economia!

Cercasi hostess che sia libera da impegni famigliari e che non sia indecisa e complessata! Ancora un annuncio che allude a tutt'altro tipo di lavoro! Se sei donna resti ferma un turno per lo sconforto!

Assunta! Ma sai qual è l'opinione della dirigenza riguardo la riproduzione! Firmi il foglio in cui ti licenzi di tua spontanea volontà...in futuro potrebbe servire! (se nel corso della partita hai un figlio perdi il lavoro e torni all'inizio del percorso nel livello basso)

Al colloquio hai indossato un vestito molto ampio, potrebbe sembrare una strategia per mascherare la pancia! L'esaminatore ti liquida in fretta: torna all'inizio del percorso!

Daresti l'anima per un lavoro: peccato le anime siano completamente fuori mercato! Nessuna conseguenza!

Cercasi baby sitter disponibile, carina e paziente con un "bambino" trentenne! Non farti illusioni, è il solito annuncio sessista! Nessuna conseguenza!

"c'è crisi!" il lavoro per cui ti eri candidato non è retribuito perchè i poveri datori non possono permettersi di pagarti per colpa di questa crisi brutta e cattiva! Ritenta!

Laureat\* in chimica cerchi una formula magica per trovare lavoro! Se fai 5 o 6 con il dado puoi iniziare a fare ricerca nella scienza!

## Carte livelli di carriera

Quando i giocatori si spostano all'interno della plancia della carriera, pescano le carte dai mazzi dei livelli corrispondenti: ve ne sono tre, uno per il livello basso, uno per il livello medio, uno per il livello alto.

I mazzi includono le stesse tipologie di carte ma queste sono distribuite in modo differente poiché il livello di difficoltà del gioco si incrementa quando si arriva più vicini al vertice.

Come mostrato in schema, le tipologie di carta sono:

- *Tutto può succedere*, eventi della sorte, che facilitano o ostacolano il giocatore;
- *Famiglia*, la carta che fa incrementare il numero di figli, delle cui conseguenze si è già parlato;
- *Attività professionali*, fanno aumentare il punteggio nelle caratteristiche connesse alla propria carriera e sono divisi per livello in cui si lavora: danno 2 punti nel primo, 1 punto nel secondo, 1 nel terzo.
- *Eventi specifici*, eventi simili a quelli della sorte ma riservati all'area di una sola carriera. Quando incontrati, il giocatore legge la spiegazione connessa al simbolo (sul tabellone da tenere accanto al pianale) e agisce come indicato.

### ESEMPIO CARTA ATTIVITÀ PROFESSIONALI



attività professionali

TI DEDICHI ANIMA  
E CORPO ALLE  
TUE MANSIONI  
PROFESSIONALI

+ 1 PUNTO IN UNA  
CARATTERISTICA A  
SCELTA FRA QUELLE  
CONNESSE ALLA TUA  
CARRIERA

## EVENTI DELLE CARTE TUTTO PUÒ SUCCEDERE

**RAMANZINA** “il tuo capo ti rimprovera, se hai la carta pianto facile e sei uomo torni al punto di partenza; se hai la carta pianto facile e sei donna non ci sono conseguenze, vai a sfogarti in bagno”;

**MOLESTIE** “ricatto sessuale: **DONNA** – tira il dado: 1-4 rifiuti, denunci il porco e perdi il lavoro (torna alla casella di partenza), 5-6 cedi a quel viscidone del tuo capo e avanzi al livello successivo; **UOMO** –stasera puoi fare lo splendido con gli amici: un'altra donna ha ceduto al tuo fascino!”

“Hai rifiutato le avances di un collega! Non crederai che il mondo funzioni così! I tuoi colleghi si alleano con il viscidone (o la viziosa) e subisci un po' di meritato mobbing! Resti fermo 2 turni!”

“I vertici del potere devono essere maschili! Ogni giorno la stessa barba!” Tutte le donne tornano alla prima posizione del livello in cui sono!

**“SINDROME DA PAPARAZZO:** come donna devi essere sempre in ordine!” se hai la carta vanità o la “capacità di abbinare i colori nel vestirsi” bene, altrimenti lancia il dado e se il risultato è dispari la tua sciattezza viene punita: ferma 1 turno!

**“LA MANO MORTA”:** se hai le caratteristiche aggressività, autostima o isteria reagisci e ti aggiungi 3 punti alle caratteristiche che preferisci

**“TRAVOLGENTE COLPO DI FULMINE”:** se hai la carta romanticismo e sei donna è il momento di mettere su famiglia!

**“Sono finiti i tempi del lavoro sicuro e tutelato”:** peccato nessuno ti abbia avvisato quando sono cominciati! Se hai almeno una caratteristica fra determinazione, ambizione o costanza avanzi aggiungi 4 punti personalità durante il salto di qualità se uomo, 2 se donna

**“Le donne sono sempre più visibili nel mondo del lavoro!”** Peccato si tratti di un altro calendario senza veli appeso in ufficio: tutte le donne ferme un turno!

**DONNA** - “finalmente hai conciliato famiglia e lavoro: sei single e disoccupata! Torna al colloquio di lavoro!” **UOMO** –tira un sospiro di sollievo e ignora questa carta!

**“Il tuo capo ti rimprovera perché chiacchieri sempre al telefono! Se hai la carta sarcasmo puoi rispondere che investi nei rapporti umani: nel salto di qualità aggiungi 3 punti ai tuoi punti personalità se uomo, 1 se donna (le donne sarcastiche non sono mai piaciute!)”**

**“Solidarietà femminile”** – le giocatrici possono scambiarsi una caratteristica, oppure **“cameratismo maschile”** – i giocatori possono scambiarsi una caratteristica;

**“Pausa caffè con i colleghi”:** scambio di caratteristiche tra i giocatori indipendentemente dal genere!

Il tuo collega opportunista è riuscito a farsi notare dai superiori; se hai la carta determinazione, intraprendenza... hai trovato modo di farti valere e gli soffi la tanto sospirata promozione, altrimenti ferm\* 2 turni

(donna) – Le tue frequenti assenze dal lavoro per portare la vecchia zia dal medico e accudire i bimbi che si ostinano ad ammalarsi sono state interpretate per assenteismo (una piaga sociale!): resti ferma un turno!

Per emergere ci vuole fiducia nelle proprie capacità, se hai la carta autostima aggiungi 5 punti nel momento del salto di qualità!

(donna): Sei insoddisfatta della tua posizione: puoi sempre piagnucolare e farti compatire, alle donne è concesso! Avanza di livello! (attenzione, non puoi farlo se hai ancora con te la carta “spirito critico”)

## EVENTI CARRIERA

**SCIENZA – UOMO:** il vero scienziato è uno stacanovista, se hai la carta dedizione, avanzi al livello successivo; **DONNA:** perché una donna possa essere considerata una scienziata la dedizione non basta!

**CARRIERA DI CURA:** non reggi il confronto con l'altro aspirante alla tua posizione! Lo sai che ormai avere una badante immigrata è un must nella nostra nazione! La straniera viene preferita a te che retrocedi alla prima posizione della scalata!

**RAMO ECONOMICO UOMO:** ti senti minacciato dalle donne al potere! Se hai una donna davanti a te, falla retrocedere gentilmente al tuo stesso livello!

**AREA DI CURA - DONNA:** hai uno stipendio da favola, quello di Cenerentola! Ferma un turno per lo sconforto di vederti rifiutare il mutuo

**SCIENZA:** divulgate i risultati di una tua ricerca! **UOMO:** 3 mosse a disposizione! **DONNA:** sei costretta a firmare con uno pseudonimo maschile! Nessuna gratificazione!

**POLITICA:** uno scandalo ha coinvolto quasi tutti i membri della giunta tranne te! 2 punti personalità in più nel tuo prossimo "salto di qualità"

**LEGALE – DONNA:** il giudice donna non vede di buon occhio le avvocatesse affascinanti e in gamba come te! Ricorso perso! Ferma 2 turni a meditare sulla sconfitta!

**ECONOMICA:** sono crollate le azioni su cui hai investito tutti i titoli dell'azienda! Retrocedi al livello precedente!

**ECONOMICA:** l'azienda ha raddoppiato il fatturato: uomo aggiungi 3 personalità durante il tuo prossimo salto di qualità! **Donna:** i vertici non ritengono sia merito tuo!

**INSEGNAMENTO - INIZIO:** anche quest'anno a settembre aspetti la chiamata dal provveditorato! Lancia il dado: se esce un numero pari sei assunt\* di ruolo e avanzi al livello successivo, se è dispari ti farai un altro anno da precari\*!

**INSEGNAMENTO - DONNA:** i tuoi bimbi ti hanno preso in giro e il monello ti ha chiesto se sei una zitella! Ferma un giro in depressione! **UOMO:** appena alzi la voce la tua autorità blocca qualunque irrequisitezza!

## MECCANICHE DI GIOCO: avanzamento

Ogni giocatore durante il proprio turno tira il dado. Potrà quindi spostare la propria pedina lungo il percorso da un punto di raccordo delle linee all'altro direttamente collegato, ogni volta pescando una carta se la casella su cui arriva lo consente (se è piena). Lo spostamento durante tutto il corso della partita non è vincolato ma libero lungo i percorsi disegnati. Nei primi due livelli, formazione e ricerca del lavoro, sta quindi alla volontà del giocatore scegliere di spostarsi per avanzare il più possibile verticalmente, accumulando poche risorse, oppure trascorrere in tale livello più turni ed avendo quindi la possibilità di pescare un numero maggiore di volte: si conquistano maggiori abilità speciali e si perdono più anni di vita, oppure si segue il percorso più breve e si intraprende prima la scalata. Nei tre livelli nel corso della carriera, l'avanzamento segue lo stesso criterio. In questi ci si sposta come si preferisce nell'attesa di accumulare il punteggio necessario al passaggio al livello superiore (oppure nell'attesa che si verifichi un "fantomatico cambio di genere" e che quindi i propri punteggi siano sufficienti.

## MECCANICHE DI GIOCO: punteggi

All'inizio della partita il giocatore ha ricevuto una scheda per il controllo delle caratteristiche, con un totale di 30 punti distribuiti casualmente fra le 10 caratteristiche. Ha infatti 6 caratteristiche da 5 punti ciascuna.

I punteggi personalità servono a passare al livello successivo: come riportato su ogni carta carriera, per raggiungere ogni qualifica professionale è richiesto un minimo di punti accumulati nelle caratteristiche connesse alla propria carriera.

Tali punteggi si incrementano nel corso del gioco se si pesca una carta sorte o si ha una carta abilità/vizi/virtù che si può usare, ma soprattutto si incrementano con le attività lavorative della propria carriera. Ogni volta che il giocatore trova una carta *attività professionale* aggiunge un punto ad ognuna delle caratteristiche connesse a quella carriera che possiede (che sono indicate sulla propria carta carriera). Nel livello basso le attività professionali fanno aggiungere 2 punti anziché uno.

Ad esempio la carriera della medicina è connessa alle caratteristiche pazienza, sensibilità e socialità. Se il giocatore sta percorrendo la sua scalata professionale nella medicina, tutte le volte che trova un tassellino di “mansioni professionali” potrà aggiungere un punto ad ognuna di queste caratteristiche.

## PASSAGGIO AL LIVELLO SUPERIORE

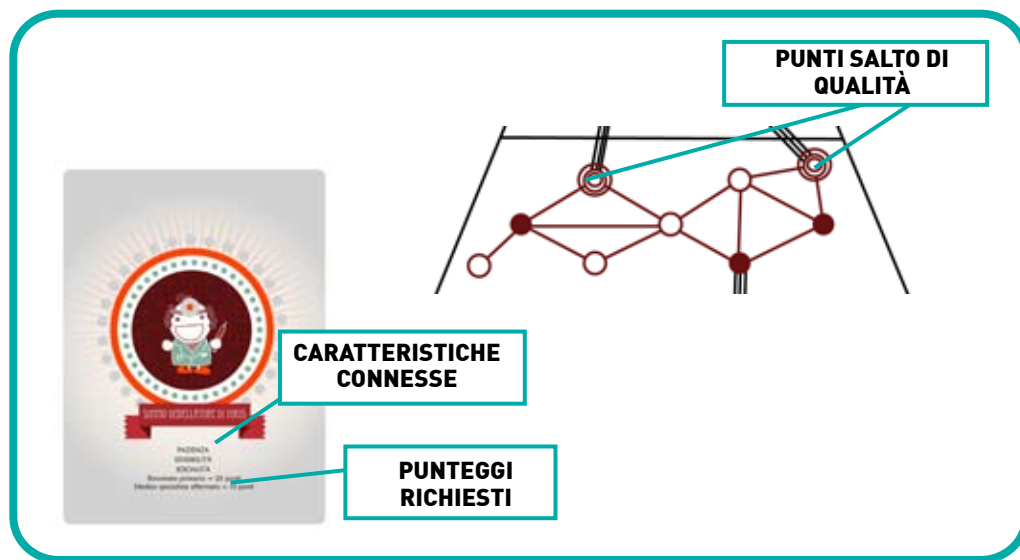
Sulla carta carriera è indicato il punteggio richiesto per ottenere le qualifiche professionali e salire di gerarchia. Tale punteggio rappresenta il punteggio personalità richiesto dalla carriera, cioè la somma delle caratteristiche cui essa è in relazione, ed è diverso per uomo e per donna. Ad esempio nella medicina per divenire “medico specialista affermato” sono richiesti 15 punti nella somma del proprio punteggio di pazienza, sensibilità e socialità. Ci si deve ricordare che se il personaggio è donna sono richiesti 5 punti in più se ha un figlio, 10 se ne ha due, 20 se ne ha 3.

Il passaggio al livello superiore va fatto considerando il genere impersonato al momento

in cui si raggiunge il punto del salto di qualità.

Ad esempio se si è diventati “medico specialista affermato” con 15 punti accumulati tra pazienza, sensibilità e socialità e poi una volta in quel livello (che è quello medio), si diventa donna, sebbene alla donna per diventare “medico specialista affermata” di punti ne siano richiesti 20 si rimane in quel livello e per passare a quello superiore di “rinomata primaria” si considera il punteggio per la donna (quindi 30), a meno che non avvenga nuovamente un “fantomatico cambio di genere” per cui si riconsidera il punteggio richiesto all'uomo (25 punti).

Il passaggio al livello superiore può essere fatto, una volta accumulati i punti necessari, quando si raggiunge la casella *salto di qualità*.



## INTERAZIONI FRA I GIOCATORI

Nel corso del gioco può verificarsi che sia possibile uno scambio di carte abilità/vizi/virtù o di 5 punti caratteristica fra giocatori aumentando l'interazione:

- quando fra le carte sorte si estrae la carta “solidarietà femminile” – le giocatrici possono scambiarsi una carta caratteristica, oppure “cameratismo maschile” – i giocatori possono scambiarsi una caratteristica;
- quando si pesca la carta “pausa caffè con i colleghi”: scambio di caratteristiche tra i giocatori indipendentemente dal genere!

## GESTIONE DEI TURNI

Ogni giocatore per fare carriera ha a disposizione un periodo di tempo limitato. La linea dell'età è divisa in 25 parti (sono simulati all'incirca 50 anni di vita, indicativamente dal periodo adolescenziale all'età pensionabile).

Ad ogni turno il segnalino viene spostato di una tacca nella barra dell'età. Venticinque turni di gioco sono apparentemente molti ma il ritmo del gioco è rapido perchè è alta la possibilità di restare fermi frequentemente (a causa di eventi *tutto può succedere* pescati, per via di indicazioni particolari su altre carte o perchè si è incontrata l'*improvvisa voglia di maternità/paternità* e si è donna.

## CONDIZIONI DI VITTORIA

La partita ha termine quando finisce il tempo a disposizione, cioè si è raggiunta l'età pensionabile.

Al termine della partita se uno dei giocatori ha raggiunto il titolo massimo risulta essere il vincitore, altrimenti si calcola il punteggio ottenuto da ogni giocatore. Questo dipende soprattutto dal livello cui si è arrivati, ma in misura minore dalle strategie adottate (carte accumulate nella formazione) e da eventi che nel corso della partita hanno apparentemente sfavorito il giocatore (il numero di figli). Il calcolo dei punteggi va effettuato come indicato nello schema.

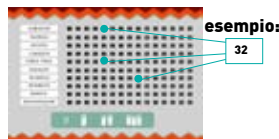
Se a vincere la partita è una donna è d'obbligo l'applauso.

### CALCOLO DEL PUNTEGGIO

il punteggio finale si calcola effettuando la somma di:

#### • PUNTEGGIO PERSONALITÀ NELLE CARATTERISTICHE CONNESSE ALLA CARRIERA

- + 1 PUNTO OGNI CARTA FORMAZIONE



#### • PUNTEGGI IN RELAZIONE AL LIVELLO CUI SI È ARRIVATI:

+ 2 LIVELLO BASSO

+ 4 LIVELLO MEDIO

+ 8 LIVELLO ALTO

- FIGLI: 3 PUNTI OGNUNO





## GAMEPLAY

All'inizio del gioco si pone al centro la plancia principale, si sceglie il proprio personaggio (uno degli otto colori disponibili) e si prende la pedina, ponendola dal lato del proprio genere. Prima di iniziare il percorso si distribuiscono casualmente le schede personaggio ed ogni giocatore avrà quindi a disposizione 6 caratteristiche fra le 10 totali disponibili. In questa fase vengono quindi definiti indole e carattere della donna o dell'uomo impersonati, che saranno decisivi nel momento in cui si comincerà a fare carriera.

Si parte dal punto di partenza indicato nella plancia dell'area formazione, la stessa per tutti. Si gioca a turni, ogni giocatore durante il proprio turno lancia il dado e si sposta del numero di caselle indicato, seguendo un criterio che egli stesso decide. Se arriva in una casellina piena, dovrà pescare alcune carte. Il numero di carte è indicato dentro la casella: se si può prendere una carta, significa che se ne pescano due, di cui una va scartata, lo stesso meccanismo si adotta anche se se ne possono prendere di più (si pescano tre carte e se ne scarta una se si ha diritto a due carte, se ne pescano cinque e se ne scartano due se se ne possono avere tre). Nell'area formazione il giocatore decide di trascorrere più o meno turni a seconda che voglia accumulare più o meno carte *abilità/vizi/virtù*. Il turno passa al giocatore successivo. Mentre un giocatore fa le sue mosse gli altri aspettano il proprio turno: la fase di attesa non risulta noiosa perché il ritmo del gioco è abbastanza serrato. Ogni giocatore decide quale percorso seguire

fra i vari disponibili: se percorrere il tragitto più breve e cercare di consumare meno anni di vita dei totali a disposizione, oppure guadagnare durante la fase di formazione più carte extra che potranno tornargli utili in seguito. Ad ogni fine giro c'è il momento dello scambio: l'ultimo giocatore tira 2 dadi. Se il punteggio ottenuto corrisponde a 7 avviene il "fantomatico cambio di genere": il proprio personaggio da uomo diventa donna e viceversa. Si girano quindi la propria pedina e la propria carta carriera. Il cambio di genere si verifica per tutti i giocatori allo stesso momento.

Il lancio dei dadi per verificare l'eventualità dello scambio viene effettuato ad ogni fine giro da un giocatore diverso, in senso orario, a partire da colui che si è mosso per primo.

Ad ogni fine turno si sposta anche il segnalino sulla barra dell'età collettiva.

Raggiunto il punto di raccordo con l'area di ricerca del lavoro il giocatore potrà iniziare a muovere la propria pedina all'interno della plancia RICERCA DEL LAVORO. Lo spostamento avviene con la stessa modalità ed anche in questa fase si può decidere di risparmiare tempo ed utilizzare meno turni di gioco oppure seguire un tragitto più lungo, con la speranza di incontrare una carta degli annunci di lavoro che consenta di passare direttamente in una carriera ed evitare il colloquio di lavoro. Alla fine della plancia, a meno che i giocatori non abbiano già raggiunto le aree lavorative come indicato su una carta annuncio di lavoro, si arriva all'area COLLOQUIO DI LAVORO. In questa area se si è donna e si è in possesso della carta caratteristica "bella

presenza” non ci si sofferma e si passa subito all’area lavoro; in tutti gli altri casi si tirano i 2 dadi finché esce un numero superiore a 9. Ad ogni turno i giocatori sull’area colloquio lanceranno i dadi e se non otterranno il punteggio richiesto rimarranno fermi e sposteranno la loro barra dell’età. Questo fino ad un massimo di 3 volte dopodiché il giocatore inizierà la scalata.

Superato (“brillantemente”) il colloquio di lavoro, si decide in quale ambito lavorativo giocare, si prende la corrispondente carta carriera e ci si sposta nel livello basso di tale carriera. Ogni carta carriera indica le caratteristiche con cui è in relazione e il giocatore potrà verificare se le possiede e quali punteggi ha, dipendendo dal genere del proprio personaggio. Ovviamente più caratteristiche si hanno adeguate allo svolgimento di tale professione più il percorso di scalata sarà facile, in ogni caso anche se si dovesse verificare il caso remoto che il giocatore non abbia neanche una delle 3 caratteristiche con cui la carriera è in relazione, egli potrà comunque accumulare dei punteggi svolgendo le mansioni professionali e potrà scambiare, quando verranno estratte le carte sorte che lo consentono, una caratteristica con un altro giocatore. Non va dimenticato però che nella fase di scalata è possibile in qualunque momento (o meglio alla fine di qualunque giro di turni dei giocatori) che avvenga “il fantomatico cambio di genere” per cui ci si ritrovi improvvisamente a giocare con un personaggio niente affatto adatto alla carriera intrapresa.

La FASE DI SCALATA in uno degli 8 ambiti lavorativi disponibili rappresenta la parte più lunga della partita.

Nella scalata le caratteristiche possedute diventano ostacoli o facilitazioni al raggiungimento dell’obiettivo. Lo spostamento funziona sempre allo stesso modo, il giocatore decide quale percorso seguire, potrà pescare una carta se la casella sul quale si trova lo consente. A questo punto agirà come previsto dalla tipologia di carta pescata: aumenterà il punteggio delle caratteristiche di quella carriera se trova una carta di mansioni professionali, agirà seguendo le diverse azioni previste per uomo e donna nella carta sorte se la sua carta sarà di attività professionali, leggerà l’evento carriera specifico se la carta sarà di tale tipologia e se infine avrà invece incontrato la carta “improvvisa voglia di maternità o paternità” lo segnerà nella propria scheda personaggio e se uomo proseguirà normalmente, se donna resterà ferma i 3 turni successivi ed in seguito dovrà calcolare il punteggio necessario per compiere i salti di qualità da un livello al superiore considerando il numero di figli.

La difficoltà del gioco si intensifica mano che si prosegue nella scalata, nei mazzi di carte dei livelli più elevati infatti è più alta la possibilità di incontrare eventi che facciano saltare turni (invecchiando) o addirittura tornare all’inizio del percorso.

Ogni qualvolta il giocatore ha raggiunto il punteggio necessario al “salto di qualità” si può recare nel punto corrispondente e, verificato che abbia un punteggio sufficiente (considerando i punti in più richiesti ad una donna con figli), potrà spostare la propria pedina nell’area di livello superiore.

Il gioco prosegue in questo modo fino a quando non terminano gli anni a disposizione dei giocatori.

Al termine della partita se qualcuno ha raggiunto il titolo massimo risulta il vincitore, altrimenti si verifica chi ha raggiunto il livello il punteggio più elevato fra tutti i giocatori: il punteggio di ognuno è dato dalla somma dei punti personalità, cioè dei punteggi delle caratteristiche connesse alla propria carriera accumulati, dei punti accumulati con le carte formazione (un punto per ogni carta che il giocatore possiede), il punteggio relativo al livello gerarchico cui si è arrivati (si calcolano 2 punti se si è fermi nel livello basso, 4 se si è in quello medio, 8 se si è in quello alto) ed i punti dati dal numero dei figli (ognuno vale 3 punti), come riassunto nello schema a pagina 191.

## APPENDICE

# Schede dei giochi analizzati

Nelle pagine che seguono riporto le schede dei giochi analizzati all'interno della presente tesi. Le schede sono state studiate per permettere una facile lettura e un rapido confronto.

12th September

3rd World Farmer

Admongo

Against all Odds

Barbie reginetta del ballo

Criminal Mouse

Darfur is Dying

Democracy

Hit the Bitch

How to Communicate with Opposite Sex

ICED I Can End Deportation

Mc Donald's

Puttanopoly

Tuboflex

War on Terror

# I2th September

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online di simulazione

**DESIGNER** Gonzalo Frasca

**ANNO** 2008

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, aspetto estetico in contrasto con le tematiche rappresentate



## CONTENUTI

**OBIETTIVI** attaccare i terroristi

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** il gioco è ambientato in un non precisato villaggio del Medioriente in cui si rifugiano cellule di terroristi

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** sebbene la giocabilità a mio giudizio risulti limitata il gioco trova la sua forza nei particolari meccanismi di vittoria utilizzati per veicolare il messaggio; appartiene ai *never win games*: non è possibile vincere ma soltanto continuare lo scontro

**MESSAGGIO** agli attacchi militari segue altra violenza, il gioco è una metafora della guerra al terrorismo

# 3rd World Farmer



## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online di simulazione e gestione

**DESIGNER** Frederik Hermund, IT University of Copenhagen

**ANNO** 2009

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, icone immediatamente comprensibili, ambiente sonoro minimo

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** sopravvivere ad epidemia e siccità in condizioni di povertà estrema

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** una fattoria in una zona non identificata  
del territorio africano

**MESSAGGIO** senza adeguate politiche è impossibile  
che i paesi africani escano dalla  
condizione di sottosviluppo attuale

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** gestione delle risorse e formulazione di  
strategie di azione

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** è molto interessante la simulazione dei  
meccanismi economici, a mio giudizio  
piuttosto realistici e quindi efficaci nel  
veicolare il messaggio

# Admongo

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame educativo di avventura a scorrimento

**DESIGNER** Fleishman-Hillard/The Federal Trade Commission

**ANNO** 2010

**TARGET** ragazzi delle scuole dell'obbligo

**GRAFICA/LINGUAGGIO** stile giovanile, linguaggio immediato

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** riconoscere la pubblicità presente in ogni ambito del vivere quotidiano

**AMBIENTI/PERSONAGGI** impersonando un ragazzo o una ragazza si esplorano ambienti scolastici, urbani, casalinghi e commerciali ed al loro interno si individuano i messaggi pubblicitari più o meno nascosti

**MODALITÀ DI INTERAZIONE** esplorazione di territori e superamento di alcuni quiz riguardanti diverse strategie pubblicitarie

**MESSAGGIO** al giorno d'oggi la pubblicità è talmente invasiva da esser presente in qualunque ambito: è necessario riconoscerla e capirne le strategie per vivere più consapevolmente la propria condizione di cittadini e di consumatori

**VALUTAZIONI PERSONALI** Adomngo non risulta essere molto rigiocabile a causa di meccanismi ripetitivi; le finalità educative sono a mio parere raggiunte, lo stile è didascalico, l'approccio educativo ed istituzionale



# Against all odds



## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online

**COMMITTENTI** UNHCR - Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati

**ANNO** 2008

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, ambienti visivamente cupi, effetti sonori di grande impatto emotivo

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** sopravvivere come rifugiato politico in una nazione straniera

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** ambienti urbani non precisati, nei quali si incontrano rifugiati politici, clandestini, autorità, delinquenti

**MESSAGGIO** il gioco è finalizzato alla comprensione delle condizioni di vita dei rifugiati politici

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** esplorazione e superamento di prove a quiz sul tema dei diritti umani

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** l'esperienza di gioco garantisce un'immersione psicologica estremamente coinvolgente

# Barbie reginetta del ballo

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO**      gioco da tavolo

**CASA DI PRODUZIONE**      Mattel

**ANNO**      1965

**TARGET**      bambine dai 6 ai 12 anni

**GRAFICA/LINGUAGGIO**      grafiche abbastanza funzionali, linguaggio retrogrado



## CONTENUTI

**OBIETTIVI**      partecipare al ballo della scuola: conquistare un ragazzo, acquistare un vestito, ricevere l'anello di fidanzamento ed essere eletta presidente di uno dei Club della Scuola

**AMBIENTI/ PERSONAGGI**      il gioco è una simulazione del vissuto quotidiano di un'adolescente, i personaggi principali sono Barbie, Ken, gli altri pretendenti, le amiche di Barbie

**MODALITÀ DI INTERAZIONE**      avanzamento lungo un percorso tramite lancio di dadi

**MESSAGGIO**      l'aspirazione massima per una ragazzina è riuscire ad avere un fidanzato ed essere socialmente ammirata

**VALUTAZIONI PERSONALI**      il gioco costituisce una florida raccolta di stereotipi sessisti, ciò nonostante risulta piuttosto divertente nel suo svolgimento



# Criminal Mouse



## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO**   gioco da tavolo

**DESIGNER**           detenuti del carcere San Vittore di Milano

**ANNO**           2004

**TARGET**       gioco per tutti

**GRAFICA/LINGUAGGIO**   grafiche abbastanza funzionali, linguaggio immediato

## CONTENUTI

**OBIETTIVI**       superare gli ostacoli e raggiungere la libertà

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI**    il gioco è ambientato in un carcere,  
protagonista è un topo galeotto, gli altri  
personaggi sono detenuti, avvocati,  
guardie

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE**   avanzamento lungo un percorso tramite  
lancio di dadi

**MESSAGGIO**    comprendere meglio ha perduto la  
libertà, scoprendo le dinamiche della  
realtà quotidiana in un carcere italiano

**VALUTAZIONI  
PERSONALI**    il gioco è interessante per  
l'ambientazione e per le regole, scritte  
dai detenuti; è incluso un libro in cui  
questi raccontano la loro esperienza; è  
stato menzionato per l'alto valore sociale  
al premio internazionale *Archimede 2004*

# Darfur is Dying

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online

**DESIGNER** interFUEL, LLC

**ANNO** 2006

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, colori molto accesi

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** riuscire a sopravvivere come profughi rifugiati in Sudan

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** il gioco è ambientato in Sudan, i personaggi disponibili sono diversi per genere ed età e la loro riuscita nell'impresa è condizionata da tali caratteristiche

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** superamento di brevi prove intermedie che consentono passaggi di livello



**MESSAGGIO** il gioco è finalizzato alla comprensione delle condizioni di vita di coloro che vivono in Darfur

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** schema di gioco piuttosto ripetitivo, poco efficace la rappresentazione dei problemi di natura politica

# Democracy

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame di gestione

**DESIGNER** Positech Games

**ANNO** 2003

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** gestione piuttosto caotica dei diversi elementi visivi visualizzati, ambiente sonoro di scarsa rilevanza, lingua inglese, termini tecnici del linguaggio politico e diplomatico

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** gestire le attività di un Primo Ministro o di un presidente ed essere rieletto alla fine del mandato di governo

**AMBIENTI/ PERSONAGGI** nella simulazione sono rappresentati i diversi gruppi politici e le categorie di cittadini fra cui riscuotere consensi

**MODALITÀ DI INTERAZIONE** scelta di strategie fra alcune modalità disponibili



**MESSAGGIO** non è facile gestire il potere e riuscire a bilanciare le risorse economiche e non, cercando di mantenere la propria popolarità

**VALUTAZIONI PERSONALI** l'aspetto ludico è in secondo piano rispetto alla verosimiglianza della simulazione, la gestione del potere risulta essere estremamente complessa ed articolata

# Hit the Bitch!

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online

**DESIGNER** PSA Danimarca

**ANNO** 2009

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** immagini fotografiche molto crude, ambiente cupo, linguaggio estremamente volgare

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** colpire la ragazza fino a ridurla in fin di vita

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** all'interno di uno spazio che si intuisce essere una discoteca, una ragazza provoca il suo ragazzo (di cui vediamo una soggettiva) e questi reagisce violentemente

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** il giocatore controlla una mano e dà colpi continui



**MESSAGGIO** il gioco vorrebbe essere una denuncia della violenza di genere: si conclude con il messaggio "idiota al 100%" quando la ragazza picchiata soccombe

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** il gioco ha suscitato polemiche enormi: a mio giudizio le critiche sono più che motivate per via dell'eccesso di violenza simulata, della crudezza delle immagini e dell'esperienza di gioco che non risulta efficace ma solo sgradevole

# How to Communicate with the Opposite Sex

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online

**DESIGNER** CleverMedia

**ANNO** 2006

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, colori molto accesi, sonoro non presente



## CONTENUTI

**OBIETTIVI** scoprire il significato nascosto di ogni frase rivolta da una donna ad un uomo e viceversa

**AMBIENTI/ PERSONAGGI** i personaggi sono un uomo ed una donna che si scambiano una serie di complimenti, domande, commenti, intendendo altro

**MODALITÀ DI INTERAZIONE** risposta a domande relative alle scenette di dialogo tra uomo e donna rappresentate

**MESSAGGIO** il gioco mostra luoghi comuni e stereotipi relativi alla comunicazione fra uomo e donna

**VALUTAZIONI PERSONALI** seppur non rigiocabile e molto breve, il quiz risulta essere molto divertente

# ICED



## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame educativo in 3d

**DESIGNER** Breakthrough

**ANNO** 2008

**TARGET** ragazzi in età scolastica

**GRAFICA/LINGUAGGIO** linguaggio semplice, grafica in 3d di qualità non elevata

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** sopravvivere come rifugiato

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** grandi città degli Stati Uniti e centri di deportazione in cui si incontrano immigrati clandestini

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** esplorazione dei territori, possibilità di interazione limitate

**MESSAGGIO** è necessario provare l'esperienza di un immigrato clandestino per capirne le difficoltà

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** a mio giudizio risulta essere un gioco piuttosto noioso nelle dinamiche, visivamente povero, superficiale nelle ricostruzioni sociologiche; interessante la possibilità di scaricare materiali di approfondimento relativi alle diverse situazioni presentate

# Mc Donald's

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online di simulazione e gestione

**DESIGNER** Molleindustria

**ANNO** 2009

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, colori molto accesi, linguaggio ironico



## CONTENUTI

**OBIETTIVI** controllare ogni fase del processo produttivo della ditta e riuscire ad evitare il fallimento

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** il gioco si svolge in quattro diversi ambiti: campi da destinare ai pascoli, macelli, punti ristoro, sede amministrativa

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** gestione delle risorse e passaggio da un ambito all'altro per controllare gli effetti delle strategie adottate

**MESSAGGIO** la gestione di una multinazionale è estremamente complessa per via delle pressioni esterne: per riuscire nella propria impresa è necessario non farsi scrupoli di natura etica

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** l'esperienza di gioco è a mio avviso divertente e la simulazione delle dinamiche piuttosto realistica

# Puttanopoly

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO**      gioco da tavolo

**DESIGNER**              Daniela Mannu e Lucia Mainetti (Comitato per i Diritti Civili delle Prostitute di Pordenone)

**ANNO**      2003

**TARGET**      adulti

**GRAFICA/LINGUAGGIO**      grafiche gradevoli, linguaggio provocatorio

## CONTENUTI

**OBIETTIVI**      guadagnare e far rientro nel Paese d'origine

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI**      si simulano la vita di una ipotetica prostituta clandestina ed i suoi incontri con poliziotti corrotti, protettori, serial killer

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE**      avanzamento lungo un percorso tramite lancio di dadi



**MESSAGGIO**      comprensione di problemi e disagi delle ragazze straniere che si prostituiscono sulle strade italiane

**VALUTAZIONI  
PERSONALI**      il gioco è interessante e fortemente provocatorio, può risultare eccessivamente crudo in alcune rappresentazioni ma nel complesso la simulazione appare piuttosto realistica e quindi funzionale alle finalità del progetto



# TuboFlex



## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO** videogame online

**DESIGNER** Molleindustria

**ANNO** 2006

**TARGET** tutti

**GRAFICA/SUONO/LINGUAGGIO** grafica bidimensionale, colori molto accesi, stile in netto contrasto con le tematiche

## CONTENUTI

**OBIETTIVI** sopravvivere il più a lungo possibile come lavoratore precario prima di ritrovarsi ad elemosinare

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI** il gioco si svolge in quattro diversi ambiti: call center, fast food, fabbrica, ditta di spedizioni

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE** superamento di brevi prove, passaggio del tutto casuale da un livello all'altro

**MESSAGGIO** i continui cambiamenti nella vita di un lavoratore precario non portano mai ad un miglioramento della propria posizione

**VALUTAZIONI  
PERSONALI** a mio avviso l'esperienza di gioco, oltre che divertente risulta estremamente efficace in relazione alla tematica trattata, l'ineluttabilità del ciclo infinito di un lavoratore precario è resa dalla difficoltà di progressione nel gioco e dalla vittoria impossibile

# War on terror

## CARATTERISTICHE TECNICHE E FORMALI

**TIPOLOGIA DI GIOCO**    gioco da tavolo di strategia

**DESIGNER**            TerrorBull Games

**ANNO**                2006

**TARGET**            adulti

**GRAFICA/LINGUAGGIO**    grafiche comprensibili, stile fumettistico, linguaggio ironico e colloquiale

## CONTENUTI

**OBIETTIVI**        governare un impero e liberare il mondo dai terroristi

**AMBIENTI/  
PERSONAGGI**        il gioco è ambientato nell'era contemporanea, i territori sono realmente esistenti, i personaggi si dividono in politici e terroristi

**MODALITÀ DI  
INTERAZIONE**        gestione di risorse e scambi tra giocatori



**MESSAGGIO**        le politiche internazionali nascondono una relazione complessa fra poteri apparentemente lontani, gli schieramenti contrapposti sono soggetti a continui (e non sempre moralmente accettabili) rimpasti, la politica ruota intorno al denaro

**VALUTAZIONI  
PERSONALI**        alcuni meccanismi appaiono eccessivi in relazione alle tematiche in atto, ma nel complesso il messaggio traspare in modo inequivocabile

# APPENDICE

## INDICE DELLE IMMAGINI

- 1.1 manifestazione femminista <http://archiviofoto.unita.it/>
- 1.2 tessera UDI <http://unionedonne.altervista.org/>
- 1.3 manifesto liberazione della donna <http://italy.indymedia.org>
- 1.4 documentario *Il corpo delle donne* <http://www.ilcorpodelledonne.net/>
- 1.5 e 1.6 la rete non è neutra <http://la-rete-non-neutra.noblogs.org/>
- 2.1 cartolina rigeneriamo immaginari, <http://italy.euromayday.org/rigeneriamo/index2.php>
- 2.2 mujeres publicas <http://www.mujerespublicas.com.ar/>
- 2.3 [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- 2.4 <http://www.maternitysecret.com>
- 2.5 <http://trendsupdates.com>
- 2.6 e 2.7 giocattoli per bambine e per bambini <http://tecinfodata.it/>
- 2.8 <http://www.educandoenigualdad.com/>
- 2.9 frame del film *Billy Elliott* [www.mymovies.it](http://www.mymovies.it)
- 2.10 e 2.11 *In the playroom* progetto del fotografo Jonathan Hobin, <http://www.jhobin.com/>
- 2.12, 2.13, 2.14, 2.15, 2.16 sessualizzazione dei bambini nell'advertising sulla rivista Vogue, <http://comunicazionedigenere.wordpress.com/>
- 2.17 Pat Carra, *La bella addormentata fa il turno di notte*
- 2.18 <http://www.educandoenigualdad.com/>
- 2.19 mafalda <http://www.slumberland.it>
- 2.20 e 2.21 adverting della birra Goldstar <http://www.ibelieveinadv.com>
- 2.22 mafalda <http://www.slumberland.it>
- 3.1 <http://superpoblog.wordpress.com>
- 3.2 e 3.3 Urban Style Mag
- 3.4 frame della serie televisiva *I Simpson* [www.thesimpson.it](http://www.thesimpson.it)
- 3.5 ritratto di Mae Jemison, [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- 3.6 immagine tratta da *Perché le donne non sanno leggere le cartine e gli uomini non si fermano mai a chiedere?*
- 3.7 [shutterstock.com](http://shutterstock.com)
- 3.8 *The women Fighting for the breeches*, John Smith (particolare)
- 3.9 Urban Style Mag
- 3.10 Barbette, fotografia di Man Ray
- 3.11 Fotografia di Venus Raven, <http://www.ravenus9.deviantart.com/>
- 4.1 [www.genderads.com](http://www.genderads.com)
- 4.2 locandina del film *Dalle 9 alle 5 orario continuato*, [www.mymovies.it](http://www.mymovies.it)
- 4.3 pittogrammi gender Mainstreaming <http://trendsupdates.com>
- 4.5 vignetta di Pat Carra su donne e lavoro <http://www.patcarra.it/>
- 4.6 casalinghi in marcia <http://www.uomincasalinghi.it/>
- 4.7 vignetta di Pat Carra, <http://www.patcarra.it/>
- 4.8 <http://frequenzedigenere.wordpress.com>
- 4.9 Fotografia di Venus Raven, <http://www.ravenus9.deviantart.com/>
- 5.1 *Persepolis* di Marjane Satrapi, [www.emme.wordpress.com](http://www.emme.wordpress.com)
- 5.2 locandina del film *Barbarella*, [www.mymovies.it](http://www.mymovies.it)
- 5.3 Vampirella, [www.comicsando.wordpress.com](http://www.comicsando.wordpress.com)
- 5.4 Lucy van Pelt, [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- 5.5 Valentina, [www.comicsando.wordpress.com](http://www.comicsando.wordpress.com)
- 5.6 Julia, [www.comicsando.wordpress.com](http://www.comicsando.wordpress.com)
- 5.7 copertine di best seller *Chick lit* <http://eneryvibes.wordpress.com>
- 5.8 Alice, [www.disney.it](http://www.disney.it)
- 5.9 Coraline, [www.coraline.com](http://www.coraline.com)
- 5.10 Betty Boop, [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
- 5.11 locandina dal film *Volver*, [www.mymovies.it](http://www.mymovies.it)
- 5.12 frame dal film *Dogville*, [www.mymovies.it](http://www.mymovies.it)
- 5.13, 5.14, 5.15, 5.16, 5.17, 5.18, 5.19, 5.20, 5.21, 5.22 pubblicità sessista [www.genderads.com](http://www.genderads.com)
- 5.23 fotografia scattata nel corso della manifestazione *Se non ora quando*, 13 febbraio 2011
- 5.24 veline, frame del documentario *il corpo delle donne*
- 5.25, 5.26 Lara Croft, <http://www.tombraider.com/>
- 5.27, 5.28, 5.29, 5.30 personaggi dei videogame [www.gamesnation.it](http://www.gamesnation.it)
- 5.31, 5.32 *What Shall I Be?* [www.boardgamegeek.com](http://www.boardgamegeek.com)
- 5.33 e 5.34 carte da gioco di *Citadels*
- 5.35 plancia di gioco di *Barbie Reginetta del Ballo*
- 5.36 copertina del testo contro i giochi sessisti, <http://paesaniniland.blogspot.com>
- 6.1 [www.flickr.com](http://www.flickr.com)
- 6.2 [www.slideshare.it](http://www.slideshare.it)
- 6.3, 6.4, 6.5 [shutterstock.com](http://shutterstock.com)
- 6.6 *Fallout 3* <http://fallout.bethsoft.com/index.html>
- 6.7 The Landlord Game, dal testo *Critical Play*;
- 6.8 *Horses Running Endlessly*, dal testo *Critical Play*;
- 6.9 Hans Bellmer, *Doll's Games* (1935); immagine tratta dal testo *Critical Play*;
- 6.10 *The Wandering Jew Game*, dal testo *Critical Play*;
- 6.11 il planisfero alla rovescia;
- 6.12 *Mosquopoly* [www.terrorbullgames.co.uk](http://www.terrorbullgames.co.uk)
- 6.13 [shutterstock.com](http://shutterstock.com)

6.14 screenshot del gioco *Democracy*  
<http://www.positech.co.uk/democracy/>;  
6.15 e 6.16 urban games [www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it)  
6.17, 6.18, 6.19 fotografie di Mariel Clayton  
<http://www.thephotographymarielclayton.com/#>  
6.20 *Little Computer People* (1985) dal testo *Critical Play*;  
6.21 e 6.22 *The Sims* [www.thesims.ea.com](http://www.thesims.ea.com)  
6.23 Home del sito *Chore Wars*; [www.chorewars.com](http://www.chorewars.com)  
6.24, 6.25 trasformazioni di avatar maschili in *Second Life* [www.educandoenigualdad.com](http://www.educandoenigualdad.com)  
6.26, 6.27, 6.28 *Cooking Mama* [www.nintendo.it](http://www.nintendo.it);  
6.29 *From Barbie to Mortal Kombat*, [ww.google.books.com](http://www.google.books.com)  
6.30 [womeningames.com](http://www.womeningames.com)  
6.31 feminism game <http://www.degirllgames.com/Make-over-games/feminism/feminism-game-online>  
6.32 Nintendo DS nella versione rosa  
6.33 home page di un portale di giochi destinati alle ragazzine  
6.34 wallpaper del gioco *The Sims*  
6.35 e 6.36 screenshot del gioco *Marito Virtuale*  
6.37 gioco *U so fine*  
6.38 screenshot del gioco *A good Wife*  
6.39 screenshot *Ute Game*  
6.40 gioco a tema teen dating violence  
6.41 *Adventures of Josie Ture*  
6.42 e 6.43 screenshot del gioco *Hey Baby*  
6.44 screenshot del gioco *Undercover Game*  
6.45 screenshot di *Hit the Bitch*  
6.46 e 6.47 immagini del gioco *Cunt*  
6.48 screenshot del gioco *How to Communicate with Opposite Sex*  
7.1 *Darfur is dying* <http://www.darfurisdying.com/>;  
7.2 [www.bogost.com](http://www.bogost.com);  
7.3 *La Molleindustria* <http://www.molleindustria.org>  
7.4 <http://www.gamesforchange.org/>  
7.6 immagine di *ICED* <http://www.icedgame.com/>;  
7.7 immagine di *Wasteland* ;  
7.8 gioco *Admongo* <http://www.admongo.gov/>  
7.9 <http://www.valuesatplay.org/>  
7.10 immagini del gioco *ICED* <http://www.icedgame.com/>  
7.11, 7.12, 7.13 screenshot di *Mc Donald's* [www.molleindustria.it](http://www.molleindustria.it)

7.14 gioco *Oilgarchy* [www.molleindustria.it](http://www.molleindustria.it)  
7.15 *Oil God* <http://www.shockwave.com/gamelanding/oilgod.jsp>  
7.16 gioco *Madrid* <http://www.newsgaming.com/games/madrid/>  
7.17 12th september <http://www.newsgaming.com/games/index12.htm>  
7.18 gioco *Tamatipico* [www.molleindustria.it](http://www.molleindustria.it)  
7.19 gioco *Against all Odds* <http://www.playagainstallodds.com/>  
7.20 gioco *3rd World Farmer* <http://www.3rdworldfarmer.com/>  
7.21 e 7.22 logo e gioco *Terror Bull Games* [www.terrorbullgames.co.uk](http://www.terrorbullgames.co.uk)  
7.23 *Puttanopoly* <http://www.puttanopoly.com/>

## INDICE DELLE INFOGRAFICHE

pag. 14 rivendicazioni e conquiste delle donne  
pag. 33 Differenze nel linguaggio pubblicitario utilizzato negli spot rivolti a bambini e bambine  
pag. 34 topos femminili nella letteratura per l'infanzia  
pag. 40 stereotipi connessi al mondo femminile e al mondo maschile – anni sessanta  
pag. 41 stereotipi connessi al mondo femminile e al mondo maschile – anni novanta  
pag. 48 diversi approcci sociologici e corrispondenti teorie su ruolo sociale e identità di genere  
pag. 68 segregazione orizzontale e segregazione verticale  
pag. 69 modelli familiari  
pag. 70-71-72 maternità ed occupazione  
pag. 73 lavoro di cura  
pag. 139 preferenze nelle tipologie di gioco suddivise per genere  
pag. 153 ambiti di impiego dei serious games e differenza con i political games  
pag. 154 modello di design del metodo critical play

## APPENDICE

# Riferimenti

### LIBRI

#### Genere:

- Accardi C., Banotti E., Lonzi C., *Manifesto di Rivolta Femminile*, Rivolta Femminile, Roma, 1970
- Armeni R. (a cura di), *Parola di donna*, Ponte alle Grazie, Firenze, 2011
- Balbo L., *Vincoli e strategie nella vita quotidiana*, Franco Angeli, Milano, 1991.
- Barbier J. C., Nadesl H., *La flessibilità del lavoro e dell'occupazione*, Donzelli, Roma 2002.
- Bellafronte F., *Bambine (mal)educate. L'identità di genere trent'anni dopo*, Palomar, Bari, 2004
- Brusita P., *Donna e lavoro. Il mondo interno e la realtà esterna*, Il segnalibro, Torino, 1990.
- Caprara G., Accursio G., *Psicologia della personalità*, Il Mulino, 1994
- Casella P., *Cinema: femminile, plurale - mogli, madri, amanti del terzo millennio*, Edizioni Le Mani, 2010
- Cefalato P., *Cartografie dell'immaginario. Cinema, corpo, memoria*, Sossella Editore, Roma, 2000
- Connel R. W., *Maschilità. Identità e trasformazioni del maschio occidentale*, Feltrinelli, Milano, 1996
- Cutrufelli M., *L'invenzione della donna*, Mazzotta, Milano, 1976
- Da Bianca M., *Casalingo dei miei sogni*, Edizioni Il Tiaso, 2005
- De Beauvoir S., *Il secondo sesso* (1949), Milano, Il Saggiatore 1961
- De Fornari O., *Walt Disney*, Il Castoro, 1995
- De Lauretis T., *Soggetti eccentrici*, Feltrinelli, Milano, 1999
- De Lauretis T., *Tecnologie del genere. Saggi sulla teoria, film e narrativa*, Feltrinelli, Milano, 1987
- Despentes V., *King kong girl*, Einaudi, 2007
- Donne in politica: quale spazio nella comunicazione radiotelevisiva*. Atti del convegno tenutosi a Roma, 20 gennaio 2004 (edizioni Demetra)
- Gayle R., *The Traffic in Women. Notes on the "Political Economy" of Sex*, Monthly Review Press, New York, 1974
- Giannini Belotti E., *Dalla parte delle bambine*, Feltrinelli, Milano, 1973
- Gray J., *Gli uomini vengono da Marte, le donne da Venere*, Rizzoli, Milano, 2004
- Haraway D., *Manifesto Cyborg. Donne, tecnologie e biopolitiche del corpo*, Feltrinelli, Milano, 1985
- ISTAT, *Come cambia la vita delle donne*, 2004.
- ISTAT, *Essere madri in Italia*
- Kermol, *Cinema moda pubblicità, psicosociologia dell'estetica quotidiana*, Franco Angeli, Milano, 2001
- Laterza R. e Vinella M., *Le donne di carta: personaggi femminili nella storia del fumetto*, Dedalo Libri, Bari, 1980
- Lipperini L., *Ancora dalla parte delle bambine*, Feltrinelli, Milano, 2010
- Lonzi C., *Sputiamo su Hegel. La donna clitoridea e la donna vaginale*, Milano, Rivolta Femminile, 1974
- Pat Carra, *La Bella Addormentata fa il turno di notte*, Ediesse, Roma, 2005
- Pease A. e B., *Perché le donne non sanno leggere le cartine e gli uomini non si fermano mai a chiedere?*, Rizzoli, Milano, 2009
- Pieroni O., *Pene d'amore. Alla ricerca del pene perduto. Maschi, ambiente e società*, Rubbettino editore, 2002

Piccone Stella S. e Saraceno C., *Genere. La costruzione sociale del femminile e del maschile*, Il Mulino, Bologna, 1996

Pruna M., *Donne al lavoro*, Il Mulino, 2007

Puggelli F., *Spot generation. I bambini e la pubblicità*, Franco Angeli, 2002

Ruspini E., *Le identità di genere*, Carocci Editore, Roma, 2003

Schembri R., *Lara Croft e le altre*, L'Epos, Palermo, 2002

Volpi R., *La fine della famiglia. La rivoluzione di cui non ci siamo accorti*, Mondadori, Milano, 2007

AA. VV., *La grande Enciclopedia della donna*, Rizzoli, 2007

## Gioco:

Bogost I., *Persuasive Games. The expressive power of videogames*, MIT Press, Cambridge, 2007

Callois R., *I giochi e gli uomini*, Bompiani, Milano, 1981

Flanagan M., *Critical Play. Radical Game Design*, MIT Press, Cambridge, 2009

Frasca G., *Videogames of the Oppressed*

Fullerton T., *Game Design Workshop*, Elsevier, Burlington, 2008

Herz G. C., *Joystick Nation. How Videogames ate our quarters, won our hearts and rewired our minds*, ed. Little Brown and Company, New York, 1997

Huizinga J., *Homo Ludens*, Einaudi, Torino, 1972

Jenkins H., *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, MIT Press, Cambridge, 1998.

Juul J., *Half-Real*, MIT Press, Cambridge, 2005

Kaufman M., *Casual Game Design*, Elsevier, Burlington, 2010

Koster R., *A theory of Fun for Game Design*, Paraglyph Press, Scottsdale, 2005

Mc Gonigal J., *La realtà in gioco*, Apogeo, Milano, 2011

McLuhan M., *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Il Saggiatore, 1967

Salen K. e Zimmerman E., *Rules of Play, Game Design Fundamentals*, MIT Press, Cambridge, 2003

Sutton-Smith B., *Ambiguity of Play*, Harvard University Press, Cambridge, 2001

## SITI

### Cultura del gioco:

<http://www.valuesatplay.org/>  
<http://www.digra.org/>  
<http://www.videoludica.com/>  
[http://www.flinders.edu.au/console-ing-passions/console-ing-passions\\_home.cfm](http://www.flinders.edu.au/console-ing-passions/console-ing-passions_home.cfm)  
<http://archives.igda.org/women/>  
<http://invadersden.com/>  
<http://www.bogost.com/>  
<http://borderhouseblog.com/>  
<http://blog.shrub.com/>  
<http://www.ludologica.com/>  
<http://www.designforplayfulimpact.nl/>  
<http://www.gamesforchange.org/>  
<http://www.escapistmagazine.com/videos/view/extra-credits>  
<http://www.digicult.it/>  
<http://www.mediamatic.net/>  
<http://www.digitabilia.com/segnogame/>

### Giochi:

<http://www.molleindustria.org/it/home>  
<http://www.indiegamemag.com/>  
<http://www.newgrounds.com/>  
<http://gamejolt.com/>  
<http://www.terrorbullgames.co.uk/>  
<http://www.persuasivegames.com/>  
<http://www.tiltfactor.org/>  
<http://www.antiwargame.org/>  
<http://www.3rdworldfarmer.com/>  
<http://urgentinvoke.com/>  
<http://www.darfurisdying.com/>  
<http://www.playagainstallodds.com/>  
<http://sustainability.publicradio.org/consumerconsequences/>  
<http://www.komix-games.com/game.php?game=cunt>  
<http://game.admongo.gov/>  
<http://www.ericzimmerman.com/GAMES/sissyfight.html>  
<http://www.gametop.com/download-free-games/lovely-kitchen/>  
<http://www.idealsoftblog.it/2010/05/nanny-mania-desperate-nannies-in.html>  
[http://www.jenniferann.org/2008\\_game\\_contest\\_winners.htm](http://www.jenniferann.org/2008_game_contest_winners.htm)  
<http://www.girlsinc.org/gc/page.php?id=6.2>  
<http://rapunsel.org/>  
[http://josietrue.com/play\\_2/play.htm](http://josietrue.com/play_2/play.htm)  
<http://boardgamegeek.com/>  
<http://www.puttanopoly.com/>

## Genere:

<http://www.universitadelledonne.it/>  
<http://www.xxdonne.net/wordpress/>  
<http://www.educandoenigualdad.com/>  
<http://www.women.it>  
<http://www.ingenere.it/>  
<http://femminismo-a-sud.noblogs.org/>  
<http://www.guerrillagirls.com/>  
<http://www.donnepensanti.net/>  
<http://www.womenews.net/spip3/>  
<http://comunicazionedigenere.wordpress.com/>  
<http://www.libreriadelledonne.it/>  
<http://www.cdcdonne.com/joomla/bibliografia-essenziale>  
[http://mujeres\\_libres.blog.tiscali.it/](http://mujeres_libres.blog.tiscali.it/)  
<http://ilsessismoneilinguaggi.blogspot.com/>  
<http://women.unical.it/index.htm>  
<http://www.proyectopatriarcado.com/es/info.do>  
<http://www.donneinquota.org/>  
<http://www.nonchiederencilaparola.com/>  
<http://degeneremagazine.blogspot.com/>  
<http://www.sheiscreative.com/>  
<http://www.amichediabcd.org/>  
<http://www.storiadidonne.it/>  
<http://donnedellarealta.wordpress.com/>  
<http://donne-e-basta.blogspot.com/>  
<http://www.riconoscilaviolenza.it/?op=idea>  
<http://www.gdg.unipr.it/>  
<http://www.filomenainrete.com/>

## Lavoro:

<http://www.diversamenteoccupati.it/>  
<http://closethegap.org/>  
<http://www.correntealternata.org/>  
<http://papiquotidiano.blogspot.com/>  
<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=835&langId=en>  
<http://www.patcarra.it/>

## Advertising e subverting:

[http://genderads.com/Gender\\_Ads.com.html](http://genderads.com/Gender_Ads.com.html)  
<http://www.coloribus.com/brands/>  
<http://www.adforum.com/index.asp>  
<http://scaryideas.com/content/1471/>  
<http://adsoftheworld.com/>  
<http://www.adbusters.org/spoofads/fashion>  
<http://www.crimethinc.com/tools/posters.html#>  
<http://creativecriminals.com/>  
[http://creativeskirts.typepad.com/creative\\_skirts/](http://creativeskirts.typepad.com/creative_skirts/)  
<http://www.informationactivism.org/en/>



## VIDEO

### Documentari:

*Il corpo delle donne*, un progetto di Lorella Zanardo, 2009

*La politica del desiderio*, di Luisa Muraro, Flaminia Cardini, Manuela Vigorita, Lia Cigarini, progetto della Libera delle donne di Milano, 2010

*La storia siamo noi - Storia del Femminismo in Italia*, produzione Rai Educational, 2009

*Preso Diretta – Senza Donne*, puntata andata in onda su rai3 il 26 -09-2010

*Uno Virgola Due*, regia di Silvia Ferreri, 2006

*Vanguard – Veline*, puntata andata in onda su Current Tv 12-11-2009

*Vogliamo anche le rose*, regia di Alina Marrazzi, distribuzione Mikado, 2007

*I monologhi della vagina*, di Eve Ensler, HBO., 1996

### Film:

*Billy Elliott*, di Stephen Daldry, Gran Bretagna, Francia 2000

*Boys don't cry*, di Kimberly Peirce, USA 1999

*Dalle 9 alle 5 orario continuato*, di Colin Higgins, USA, 1980

*Divorzio all'italiana*, di Pietro Germi, Italia 1962

*Donne sull'orlo di una crisi di nervi* di Pedro Almodóvar, Spagna 1988

*Il club delle prime mogli*, Hugh Wilson, USA, 1996

*In e out*, di Frank Oz, USA 1997

*Juno*, di Jason Reitman, USA, 2008

*Miss Potter*, di Chris Noonan, USA, 2006

*Mobbing – Mi piace lavorare*, di Francesca Comencini, Italia, 2003

*Noi donne siamo fatte così*, di Dino Risi, Italia, 1971

*Scott pilgrim vs. the world*, di Edgar Wright, 2010

*Siamo donne*, di Franciolini, Guarini, Rossellini, Visconti, Zampa, 1953

*The hours*, di Stephen Daldry, USA 2002

*Tutta la vita davanti*, di Paolo Virzì, Italia, 2008

*We want sex*, di Nigel Cole, Gran Bretagna 2010

