



ISSN: 2038-3282

**Pubblicato il: Luglio 2012**

©Tutti i diritti riservati. Tutti gli articoli possono essere riprodotti con l'unica condizione di mettere in evidenza che il testo riprodotto è tratto da [www.qtimes.it](http://www.qtimes.it)

Registrazione Tribunale di Frosinone N. 564/09 VG

**Playing to be women. Identity and aesthetic sense in the game of dolls. Part II.  
The representation**

**Giocare ad essere donne. Identità e senso estetico nel gioco delle bambole. Parte  
II. La rappresentazione**

*di* Alessia Giangregorio

Psicologa – AISME

[g.alessia84@yahoo.it](mailto:g.alessia84@yahoo.it)

**Abstract**

Il gioco per i bambini riveste una funzione evolutiva molto importante; è uno “spazio protetto” in cui possono mettersi alla prova, sperimentare risultati, capacità, regole, affrontare difficoltà, elaborare strategie per superare le frustrazioni. Il gioco è un aspetto essenziale dell’evoluzione psichica infantile e contribuisce alla maturazione dell’Io, alla socializzazione, allo sviluppo dell’attività affettiva e mentale e quindi alla comprensione della realtà.

**Parole chiave:** gioco, donne, identità, senso estetico, bambole, rappresentazione

**Premessa**

Il gioco per i bambini riveste una funzione evolutiva molto importante; è uno “spazio protetto” in cui possono mettersi alla prova, sperimentare risultati, capacità, regole, affrontare difficoltà, elaborare strategie per superare le frustrazioni. Il gioco è un aspetto essenziale dell’evoluzione

psichica infantile e contribuisce alla maturazione dell'Io, alla socializzazione, allo sviluppo dell'attività affettiva e mentale e quindi alla comprensione della realtà. L'esperienza del gioco spontaneo poiché è quasi sempre occasione di successo (in quanto l'attività ludica comporta un basso margine di fallimento), rafforza l'autostima, aiuta a prendere confidenza con le persone e le cose e a esplorare in forma simbolica la condizione di adulto. Il gioco si configura quindi come uno strumento di crescita necessario al completo sviluppo del corpo, dell'intelletto e della personalità del bambino. È un'esperienza totale, in quanto riguarda l'intera esistenza infantile e riflette in sé, in maniera intensiva, tutta la vita psichica.

Secondo molti autori il gioco rappresenta un esercizio di apprendimento graduale di strutture di comportamento, per effetto di processi di imitazione e di identificazione che consentono di prepararsi ai compiti della vita adulta e favoriscono l'emergere del Sé. Di grande interesse sono i giochi di simulazione di ruoli, che permettono di immaginare se stesso come se si fosse un altro. Giocando il bambino si confronta con gli altri, scopre le differenze e le somiglianze e mette in atto un processo socio-cognitivo molto importante: vede le cose dal punto di vista del personaggio del quale ha assunto il ruolo. È da notare, inoltre, che le attività meno strutturate, quali il gioco con le bambole o la lotta per finta, richiedono alcune abilità sociali quali la coordinazione dei ruoli e l'alternanza dei turni e sono quindi più indicate al fine di rafforzare la competenza sociale.

Nel gioco poi, grazie alle identificazioni poste in atto, il piccolo ha la possibilità di esprimere e di gratificare dei desideri altrimenti inespressi, come pure di alleviare il peso psicologico derivante da vissuti angosciosi, proiettandoli sul giocattolo o sulla situazione simulata; può inoltre fare proprie le modalità comportamentali e relazionali veicolate dal giocattolo stesso, nonché determinate dinamiche di ruolo e di rappresentazione di genere.

In questo contributo saranno presi in esame, in modo particolare, la realtà ludica e le possibili influenze psicologiche relative all'imitazione e all'identificazione con le bambole Barbie e Bratz. Queste bambole propongono infatti un'immagine particolare di femminilità, e quindi elementi di costruzione dell'identità, in netta opposizione con la visione tradizionale della donna improntata sull'ideale materno.

L'assunzione di ruoli nel gioco infantile attraverso i processi di imitazione del modello e di identificazione

Il gioco trova la sua origine nella sfera inconscia, della quale esprime, in forma simbolica, le tendenze, i conflitti, i valori preminenti. Tale attività manifesta pertanto i contenuti affettivi più segreti dell'animo infantile e realizza, visualizzandoli in forma simbolica, i desideri, le tendenze e le contraddizioni dell'inconscio. Costituisce quindi come un'esperienza totale. Osservando gli altri significativi e imitandoli nell'attività ludica, i bambini acquistano inoltre una buona conoscenza della realtà circostante, fisica e sociale, che viene imitata, organizzata e raccontata, in particolare per mezzo del gioco simbolico o di finzione. Il gioco simbolico permette di soddisfare l'esigenza del bambino di simulare ruoli adulti, eventi, azioni e circostanze del mondo reale e rappresenta una delle forme emergenti della capacità di rappresentazione mentale. Implica diversi aspetti, quali ad esempio la capacità di giocare "come se" al di fuori del contesto normale e l'abilità di eseguire azioni abitualmente messe in atto da altri. L'abilità di "agire come se" costituisce una delle forme emergenti della capacità di rappresentazione mentale e il meccanismo cognitivo alla base dell'agire per finta è un meccanismo di "distaccamento" tra la percezione e la rappresentazione mentale, che consente ai bambini di mantenere separati il mondo dell'immaginazione e quello della realtà, senza confonderli. Il bambino si pone così in rapporto con gran parte del mondo circostante e diventa consapevole delle diverse figure che lo circondano e della funzione che

possono avere (ad esempio giocare “al papà”, “al poliziotto”, alla maestra”, “alla mamma”).

I giochi di finzione di tipo imitativo sono quindi necessari per riprodurre, organizzare e raccontare la realtà; gli oggetti da mettere a disposizione del bambino a tale scopo, possono pertanto essere simili a quelli veri usati dai grandi: bambole, moiletti, oggetti di vita quotidiana o quanto altro potrà servire a imitare la realtà. Attraverso tali attività e supporti il bambino si proietta verso la conoscenza del mondo degli adulti, delle loro preoccupazioni, del loro modo di comportarsi. I giochi di imitazione dei ruoli degli adulti consentono, inoltre, una progressiva mediazione con l’esperienza sociale, in particolar modo nel momento in cui l’ambiente di vita del bambino si allarga oltre l’ambito familiare ed egli entra in contatto con i coetanei e con altre figure adulte (cfr. Baumgartner, 2004).

Il gioco simbolico contribuisce quindi allo sviluppo socio-cognitivo da molteplici punti di vista: partecipa alla costruzione del senso di sé, al consolidamento del saper fare sociale e allo sviluppo di conoscenze convenzionali. Consente di far fronte, comprendere ed elaborare, ricorrendo alla fantasia e all’immaginazione, gli eventi della vita reale, favorendo l’adattamento alle richieste cognitive, sociale e affettive della realtà e della vita con gli altri. Il gioco è quindi per il bambino il “luogo” per eccellenza dove poter esercitare abilità di pensiero e competenze sociali, rappresentando le conoscenze sviluppate sulla natura del mondo sociale e sulla propria parte in esso.

La tendenza al gioco è innata nel bambino, ma il modo in cui il gioco si esprime, le sue regole e i suoi oggetti, sono senza dubbio frutto di una determinata cultura e degli stereotipi sessuali da questa veicolati relativamente ai ruoli sociali.

La maggior parte dei giocattoli in commercio è concepita appositamente in vista dei diversi ruoli e delle diverse aspettative relative ai maschi e alle femmine. Quando si dà una bambola a una bambina le si mostra anche come tenerla in braccio e come cullarla; tale dimostrazione di “cura parentale” non viene invece offerta al maschietto, in quanto cullare i bambini non rientra nel patrimonio gestuale delle manifestazioni affettive maschili. Si insisterà poi perché le bambine continuino a giocare con le bambole, come addestramento alla futura funzione materna e alla cura della casa.

Va notato come inizialmente l’imitazione delle faccende domestiche sia un gioco praticato dai bambini di entrambi i sessi, ma poi le femmine cominciano gradualmente a prendere realmente e attivamente parte a queste attività, che perdono l’iniziale connotazione di gioco, per configurarsi invece come un compito richiesto dal ruolo femminile. Per le bambine esiste quindi una vastissima gamma di giocattoli che imitano le suppellettili casalinghe (cucine, servizi da tè, ferri da stiro) e un’infinta serie di bambole con i loro accessori (come ad esempio Ciccio Bello, Barbie e Bartz). I giocattoli offerti alle bambine rispettano pertanto le due direttive di base per la loro educazione, ossia il governo della casa e la cura della propria bellezza. I bambini imparano presto a chiedere i giocattoli “giusti”, consapevoli che quelli “sbagliati”, cioè quelli che non rispettano gli stereotipi dei ruoli sessuali, saranno loro negati nella quasi totalità dei casi. È pertanto facile constatare come bambine e bambini nel corso del tempo acquisiscano modi diversi di giocare, in progressiva congruenza con gli stereotipi di ruolo sessuale, come riflesso di influenze sociali, esercitate sia dalle figure parentali sia dal gruppo dei pari. Le bambine e i bambini sono infatti maggiormente accettati dai compagni se giocano con i giocattoli “adeguati” al proprio sesso. Il desiderio di accettazione, la voglia di continuare a giocare e di evitare reazioni negative da parte degli altri, rappresentano i fattori motivazionali che contribuiscono a determinare la scelta di un gioco piuttosto che di un altro.

Risulta quindi necessario chiedersi quanto pesino i fattori di contesto nel determinare gli orientamenti di gioco dei bambini e cioè quanto le scelte dei genitori, degli adulti in genere e l'influenza dei media, veicolino e determinino le differenze di genere osservate nel gioco (cfr. Baumgartner, 2004). In particolare i media, essenzialmente televisione e pubblicità, agiscono suggerendo i personaggi di fantasia nei quali i bambini si identificano e i modelli di comportamento ai quali conformarsi, influenzando, inoltre, la visione che i bambini hanno della realtà sociale. Nell'insieme il rapporto tra televisione, pubblicità e scelta dei giocattoli è molto stretto: il gioco dei bambini, infatti, è imitativo in quanto i piccoli riproducono nella situazione simbolica, in modo abbastanza convenzionale, quanto hanno osservato in televisione.

È comunque fondamentale l'azione di socializzazione esercitata dai genitori, i quali incoraggiano attività e percezioni sesso-tipizzate (giochi, attività domestiche) che possono produrre importanti implicazioni dal punto di vista comportamentale. Proprio il tipo di attività incoraggiato nei maschi e nelle femmine, e da questi esibito anche come frutto dei processi identificatori con il genitore dello stesso sesso, comporta infatti stili interattivi diversi (gioco esuberante oppure gioco tranquillo; strategie verbali più o meno cooperative: ordini o richieste gentili, stili di soluzione ai conflitti), possibilità di esplorare ruoli sociali diversi e partner diversi nell'interazione. I bambini stessi rinforzano a loro volta il comportamento dei coetanei: ad esempio sia i maschi sia le femmine possono cercare, già a 2-3 anni, i compagni più adatti per il successo delle proprie strategie, ovvero quelli che a loro volta esibiscono gli stessi stili e che mostrano di preferire lo stesso tipo di gioco, rifiutando, a volte, di giocare con compagni del sesso opposto (cfr. Schimmenti, 1994).

Nell'ambito del gioco i processi di identificazione cui il bambino va incontro sono molto importanti, in quanto non soltanto egli si identifica con estrema facilità con i diversi aspetti dei personaggi che vorrebbe essere (stimolato dall'ammirazione, dall'invidia o dal timore), ma forza ad intervenire in tali identificazioni anche i suoi compagni di gioco, gli adulti e, in modo particolare i propri giocattoli e bambole. Basta infatti osservare i diversi caratteri o ruoli assegnati ai giocattoli per capire in che modo il bambino stia drammatizzando le proprie identificazioni (cfr. Grinberg, 1982).

Nel gioco il bambino non proietta solo le identificazioni avvenute con le figure parentali o con persone estranee, che esercitano sul piccolo un particolare fascino, ma anche identificazioni con personaggi immaginari rappresentati dai giocattoli stessi (ad esempio la Barbie), attraverso i quali è possibile ottenere la gratificazione di desideri che altrimenti rimarrebbero inespressi. Attivando i meccanismi di identificazione, grazie al significato simbolico dei giochi, il bambino proietta sui giocattoli le sue tendenze, i suoi sentimenti, le sue paure e le sue angosce, focalizzando soprattutto i rapporti intrafamiliari, l'eventuale presenza di dinamiche alterate in ambito domestico e le relazioni intrattenute con i pari. Ad esempio un bambino che non riceve sufficiente affetto o che viene maltrattato, può riversare sulla bambola o sull'orsetto di peluche le cure e le attenzioni di cui sente la mancanza, oppure, come riscatto da una situazione di inferiorità, può mettere in atto giochi di onnipotenza nei quali, sulla base delle caratteristiche rispecchiate dai giocattoli di cui si avvale, ha la possibilità di assumere ruoli autorevoli e dominatori.

Il gioco permette allora al bambino, magari attraverso un'inversione di ruoli, di attenuare o compensare vissuti angosciosi e frustranti che potrebbero essere connessi ad un'inferiorità fisica, intellettuale o esperienziale, sperimentando vissuti piacevoli e gratificanti, risolvendo in parte in conflitti e raggiungendo le proprie finalità, anche se in modo sublimato. Il bambino può quindi provare una gratificazione relativa al fatto di rendersi conto di essere in grado di riuscire a

risolvere un problema o a gestire una situazione o una frustrazione. Nel gioco infatti il bambino manifesta e soddisfa i propri bisogni affettivi e sviluppa capacità di controllo nei confronti della realtà nella quale vive, attraverso una ricostruzione fantastica del reale. Nel gioco quindi si rivela la personalità infantile nei suoi aspetti emotivi e affettivi e nelle sue componenti inconscie (cfr. Livolsi - De Lillo- Schizzerotto, 1980).

I processi identificatori connessi ai giocattoli assumono poi particolare importanza se si tiene conto del fatto che questi ultimi possono essere considerati come uno specchio della società, in quanto ne riflettono le caratteristiche, i valori e i bisogni. I meccanismi identificatori portano così il bambino a interiorizzare i modelli socialmente proposti, preparandolo ad adattarsi al mondo degli adulti. L'identificazione con il personaggio o con la situazione che il fanciullo propone nell'attività ludica si rivela infatti come un momento conoscitivo, in quanto consente di prendere coscienza del bagaglio culturale della società, facendolo proprio ed utilizzandolo per lo sviluppo personale.

### **La rappresentazione della femminilità nei diversi tipi di bambole**

Fin dall'antichità la donna è stata rappresentata in figure che assomigliano alle attuali bambole, ma è relativamente da poco tempo che la bambola ha assunto il valore di giocattolo, trasformandosi da oggetto di collezione in simbolo di un consumismo che non rinuncia a trasmettere i valori di una femminilità domestica, anche se presenta modelli sempre più proiettati verso l'emancipazione della donna e la libertà dei costumi. Le bambole inoltre esprimono e suscitano sentimenti e stimolano giochi che possono presentare aspetti di forte simbolismo.

La data di nascita della bambola giocattolo può essere collocata agli inizi dell'Ottocento, quando il gioco entra a far parte del mondo infantile delle classi sociali più abbienti. Intorno al XV secolo nelle case nobiliari di tutta Europa potevano già ritrovarsi figure femminili in miniatura, dai ricchi abbigliamenti, evocanti rappresentazioni di una donna oggetto simbolo di una femminilità all'apparenza ricercata ed elegante. Non si trattava però di giocattoli destinati ai bambini, ma di oggetti da collezione estremamente fragili. Allo stesso modo anche le bambole-manichino del Settecento (dalle dimensioni naturali di una donna adulta, che venivano utilizzate nelle sartorie alla moda) e le prime bambole dell'Ottocento, realizzate artigianalmente a mano e quindi dal costo elevato, erano ancora oggetti da osservare, e non da stringere, abbracciare e manipolare, destinati agli adulti e costituivano l'espressione dell'immaginario maschile di personaggi femminili delicati e raffinati, dalla pelle diafana di porcellana, dai capelli corvini e gli occhi chiari.

Bisogna giungere agli inizi del Novecento per trovare una tipologia di bambole e bambolotti destinati ai più piccoli, con caratteri diversificati e vestiti coloratissimi. Le bambole, che possono finalmente essere cullate e strette al seno, rappresentano modelli legati agli ideali di femminilità e maternità che si desidera che le bambine interiorizzino e che divengono evidenti in particolar modo quando queste giocano a "fare la mamma", a cucinare per i figli, a portarli a spasso in carrozzina. Il gioco si colloca quindi in una prospettiva domestica che diventa quasi un esercizio a prepararsi ad affrontare il destino di donna adulta e la relativa funzione materna.

Le bambole tradizionali assomigliano infatti alle stesse bambine piccole e ne rispecchiano la dimensione (la grandezza reale di un bambino di due anni o poco più) e l'aspetto (l'abbigliamento è quello di una bambina benestante). Quando, negli anni '70, sono comparsi sul mercato i bambolotti, creature di genere neutro fortemente somiglianti ad un neonato e destinati ad enfatizzare il ruolo materno, come ad esempio Ciccibello, è divenuto d'obbligo mettere in atto il gioco di "fare finta di essere la madre". È quindi possibile affermare che la bambola è un gioco per

i piccoli, in quanto viene usato dalle bambine e ha tradizionalmente per oggetto un infante, ma è anche un gioco da adulti, perché attraverso di lei la bambina si proietta nel futuro, per identificarsi nel ruolo materno tradizionale (cfr. Giani Gallino, 2006).

Da questa tipologia di giocattoli che veicolavano un modello di donna impregnato dai valori tradizionali della dedizione alla cura dei figli e della casa, si è poi passati alla Barbie, cioè ad un modello di donna liberata dai ruoli tradizionali, emancipata e indipendente, disimpegnata e con fantasie da vip.

La storia di Barbie inizia nel 1938, quando i coniugi Ruth ed Elliot Handler, insieme ad un amico, danno vita alla Mattel, ditta che inizialmente si occupava di manufatti in legno e di mobilio per case di bambole. È Ruth ad avviare attraverso le sue idee la Mattel verso la produzione di bambole; l'idea è di lanciare sul mercato una bambola che, invece di avere le fattezze di un neonato o di una bambina piccola, somigliasse piuttosto da una giovane donna dal corpo longilineo e seducente, con un ricco guardaroba che permettesse alle bambine di cambiarle abito continuamente e con lunghi capelli da pettinare. L'intuizione dell'opportunità commerciale di offrire un'immagine "moderna" della bambola ideale si sviluppa in questa imprenditrice a partire dall'osservazione dei giochi della propria figlia, che amava, come molte sue coetanee, disegnare sul cartone la sagoma di una ragazza, ritagliarla e prepararle un corredo di vestiti di carta. Alla base della nascita della Barbie c'è quindi l'idea che le bambine non volessero solo bambole da curare come figli, ma anche nuovi modelli nei quali identificarsi e Barbie è questo: una ragazza senza età che incarna le ambizioni e i sogni delle bambine e delle adolescenti e che stimola in loro tendenze consumistiche attraverso la presentazione di un interminabile corredo di accessori (disegnati, tra gli altri, da Christian Dior, Calvin Klein, Benetton, Donna Karan) e di comfort (la casa di città e di campagna, la macchina, il camper, il computer portatile), che permettono di esprimere interessi e personalità diversificate.

Dopo tempo poco Barbie è stata accompagnata da Ken, nel ruolo di eterno fidanzato, da una ventina di amiche e amici (anche di etnia diversa) e vari parenti, ognuno fornito dei propri accessori. Si sono poi aggiunti animali (più o meno probabili come il cavallo Magic Pegasus), nonché musical, film, videogiochi e musei a lei intitolati. Negli anni Barbie ha inoltre rivestito ruoli diversi (cantante, ballerina, ambasciatrice dell'ONU, candidata alle elezioni presidenziali e astronauta), interpretato razze e culture e cambiato look seguendo la moda. Per quanto concerne il tentativo di rendere la Barbie un prodotto "etnico" (ad esempio nel colore della pelle e nel taglio degli occhi), nel quale possano riconoscersi bambine di varie culture e nazionalità, va notato, però, come questo sforzo si sia rivelato alquanto goffo. Ad un'attenta osservazione non sfugge infatti come la bambola, nonostante i suoi più svariati "travestimenti", finisca sempre per rimandare ad un modello di bellezza e di comportamento di stampo occidentale; ciò non toglie il fatto che essa costituisca un modello di identificazione abbastanza globalizzante.

Uno studio condotto dalla psicologo americano Albert Magro su un cospicuo campione di uomini, ha evidenziato come in genere si preferiscano donne alte, con gambe lunghe, vita sottile, collo lungo, labbra rosse e carnose, occhi grandi, spalle dritte, dentatura regolare, dita affusolate, pelle liscia e glabra, fronte dritta, ventre piatto, arco plantare accentuato. Queste caratteristiche si ritrovano tutte espresse nella Barbie, la quale, oltre ad avere un'avita sottile, mostra anche un bacino ampio, molto apprezzato dagli uomini in quanto presunto segno della capacità procreativa della donna, così come la sua giovinezza, evidenziata, tra l'altro, dagli occhi grandi proprio come quelli dei bambini. Barbie riassume quindi tutte le caratteristiche della bellezza femminile (cfr. Ciccotti, 2006).

È importante sottolineare come non debbano essere sottovalutate le possibili risultanti psicologiche

derivante dalla rappresentazione della femminilità, e della vita in genere, proposta dalla Barbie. Nel mondo entro questa bambola “vive” e nel quale proietta anche la bambina, senza che questa possieda i mezzi critici adeguati per poter discernere adeguatamente tra le proposte che le vengono fatte, non ci sono né bambini né anziani e nessuna nasce o muore. In questo mondo l’unico impegno richiesto è quello di cambiare continuamente look e l’incontro con gli altri non diviene che un mostrarsi. Vengono quindi proposti in modo quasi ossessivo gli pseudo valori della giovinezza e della bellezza a tutti i costi, dell’apparire e del disimpegno (cfr. Giani Gallino, 2006).

Un intero filone, quello delle “Fashion Dolls”, è fiorito dopo la comparsa di Barbie, nel tentativo di incarnare i sogni delle bambine. Tra queste troviamo in particolare le Bratz, o Bad Girls (come le ha definite la stessa ditta produttrice), comparse sul mercato nel 2001 e divenute in brevissimo tempo prodotti di punta nel settore dei giocattoli per le bambine. Le Bratz, come le Barbie, sono emancipate e disimpegnate, ma il loro successo è legato al loro essere maggiormente impetuose e seducenti. Un particolare di rilievo è costituito inoltre dal fatto che mentre le Barbie rappresentano delle giovani donne, le Bratz, con la testa grande, sproporzionata rispetto al corpo sottile, con le gambe lunghe ed esili ed il corpo efebico, ricordano maggiormente l’aspetto di un’undicenne. Questa somiglianza costituisce un aspetto importante e spesso determinante nella scelta stessa di queste bambole rispetto ad altre, in quanto è più facile che le bambine, sulla base delle analogie riscontrate, le scelgano come modelli da imitare e con i quali identificarsi.

Le Bad Girl presentano inoltre un volto estremamente espressivo: hanno occhi enormi e dalla colorazione intensa, con lunghe ciglia ad incorniciarli; i capelli sono sempre molto lunghi e con striature di varie tonalità. Ciò risponde a precise variabili dal punto di vista psicologico che determinano il maggior coinvolgimento dei bambini nei confronti di un determinato giocattolo. L’attenzione dei piccoli è infatti maggiormente attratta da ciò che è più nuovo, grande e brillante, nonché dalla complessità dell’oggetto (data ad esempio dal numero di particolari), in quanto facilita la discriminazione, grazie alla presenza di molteplici segni caratteristici, e favorisce l’osservazione. Quello che viene notato, però, non dipende solo dalle caratteristiche oggettive del giocattolo, ma anche e soprattutto dalla maturità dell’intero apparato percettivo (che include i fattori di attenzione e memoria), dalle precedenti distinzioni e dalle categorie mentali di cui il bambino dispone.

Oltre agli stati emotivi che le Bratz trasmettono attraverso il volto e il trucco marcato, ognuna di loro presenta un look aggressivo e seducente, mostra l’atteggiamento dinamico ed impetuoso di una persona indaffarata e rappresenta, nel suo piccolo e paradossalmente, una precisa modalità di essere nel mondo, riproducendo le tendenze proprie della società attuale, dominata dall’edonismo e dalla competitività e ossessionata dal mito dell’avere, del denaro e del successo. In questo contesto l’infanzia si vede quotidianamente proposta, attraverso la realtà effettiva e quella fittizia veicolata dai giocattoli e dai mass media, travisati modelli di condotta, false e distorte gerarchie di valori e ingannevoli ideali di vita che portano l’attenzione a concentrarsi sull’apparenza e sull’esteriorità.

Si sviluppa così anche nella sfera dell’infanzia una corsa affannosa ai simboli di status, quali il denaro, i beni materiali, la carriera, la bellezza e la prestanza fisica, l’abbigliamento ricercato e firmato, e tutti quegli elementi che determinano ostentati modi di vita dispendiosa e che conferiscono prestigio e suscitano invidia e desiderio di emulazione. Le Barbie e le Bratz, quindi, come la maggior parte dei giocattoli industriali, tendono principalmente ad assolvere la funzione di assuefare la bambina ai valori dell’apparenza, del successo economico e del conformismo che caratterizzano un certo tipo di società e la bambola non diventa altro che una “cover girl” da spogliare e ad rivestire perché fornita di un nutrito guardaroba, con l’evidente spostamento

dell'attenzione dalla persona umana al bene di consumo, dall'affettività alla proprietà. Nel mondo dei giocattoli è dunque avvenuta una trasformazione che ha portato al passaggio dalle bambole e dai bambolotti tradizionali, che portavano le bambine ad interpretare il gioco di "fare la mamma", quasi come se fosse l'unica alternativa possibile, alla Barbie, che ha introdotto nell'immaginario del mondo infantile modalità d'essere legate ad una maggiore libertà femminile e al disimpegno, fino a giungere alle Bratz, impetuose e consumistiche (cfr. Nobile, 1994; Giani Gallino, 2006).

### **Gioco con le bambole e identità femminile: implicazioni cognitive, emotive e comportamentali**

Nel gioco con le bambole la bambina attribuisce all'oggetto qualcosa in più rispetto a ciò che appare, connotandolo come figura pregnante di possibilità. Il giocattolo consente, infatti, di avviare un processo conoscitivo della realtà grazie alla partecipazione affettiva del soggetto che gioca, al quale, all'interno della finzione ludica, è consentito di esprimere in modo del tutto spontaneo le proprie idee e i propri sentimenti. Ciò è reso possibile dalla relazione fantastica che si instaura con il giocattolo in virtù del suo "poter essere" e del suo poter agire "come se", relazione che, per la forte connotazione affettiva che assume, può portare all'instaurarsi di meccanismi identificatori.

Il gioco con bambole come le Barbie e le Bratz trae ispirazione e modello dal mondo adulto e dai valori e dagli ideali che esso promuove. In particolare queste bambole inducono a imitare attività e ruoli percepiti come carichi di fascino e di prestigio, coinvolgendo in una logica adultistica i desideri e le aspirazioni infantili e producendo spinte al protagonismo e al divismo (cfr. Nobile, 1994).

Come afferma Erikson, attraverso la bambola la bambina ha la possibilità di sperimentare le proprie reazioni nel sentirsi simile ai personaggi ammirati, fino ad identificarsi con essi e sentirsi una di loro per mezzo dell'anticipazione di atteggiamenti emotivi e di stili di rapporti affettivi (cfr. Erickson, 1999). È così possibile per la bambina soddisfare le motivazioni infantili relative al bisogno di comunicare, di vivere avventure, di esplorare, di imitare e di esprimere la propria aggressività e sessualità, inserendosi progressivamente, tramite la simbolizzazione e la drammatizzazione, nel contesto della realtà socio-culturale. La bambina, infatti, giocando con le bambole si identifica con gli atteggiamenti e vive le relazioni che queste propongono sulla base dei valori (o presunti tali) propagandati come dominanti dalla società contemporanea, orientata verso il culto del consumismo, della bellezza, del potere e del denaro. Coloro che incarnano tali valori, quindi anche le bambole in quanto simboli di questa mentalità, divengono pertanto modelli con i quali identificarsi, in virtù dell'amore e dell'ammirazione che suscitano nei piccoli.

Le bambole entrano così a far parte, a livello emotivo oppure attraverso condotte effettive, di un determinato gruppo sociale del quale acquisiscono le modalità comportamentali, le norme e i modelli culturali, e nel quale partecipano a un sistema di bisogni-valori. Esse si costruiscono quindi una mappa cognitiva sociale, ossia una rappresentazione della società come sistema di relazioni, di ruoli e di regole di comportamento, in base alle esperienze sperimentate in prima persona, o tramite l'osservazione dei modelli parentali e di quelli proposti dai media (cfr. Livolsi – De Lillo – Schizzerotto, 1980).

Nel gioco tali esperienze vengono trasformate così da consentire alla piccola di passare da un ruolo passivo ad uno attivo, in cui può provocare le situazioni come e quando vuole, con la possibilità di modificarle e di dominarle e può provare a se stessa di essere in grado di affrontare le dinamiche che via via si presentano. Nel gioco si attua dunque una specie di confronto con la realtà, nei

riguardi della quale, superando l'ansia, la bambina (e allo stesso modo anche il bambino) si sente più sicura. Questa sicurezza consentirà in seguito di percepire e di considerare la realtà come tale, senza più sottoporla all'elaborazione e alla trasformazione fantastica salvo in casi particolari in cui l'immaginazione svolgerà ancora una funzione difensiva o compensatoria. Si fa quindi gradualmente strada il principio di realtà che determina il progressivo adattamento al reale, per l'instaurarsi del quale la condizione fondamentale è proprio la possibilità di utilizzare meccanismi psichici primari, di natura emotiva, completamente liberi e spontanei, irrazionali e simbolici, tipici, appunto, dell'immaginazione.

Il gioco non è solo l'elemento che permette il graduale adattamento al principio di realtà, è anche il principale mezzo per esprimere il proprio mondo interiore e quindi le tendenze, le paure, i desideri e le aspettative. La condizione di inferiorità che le bambine possono sperimentare, data l'inesperienza e le proibizioni ad essa connesse, può portarla a riversare sulle bambole questi elementi più o meno consci, identificandosi con esse in quanto rappresentazione di ciò che si vorrebbe essere, e appagando così nel gioco, seppure illusoriamente, questo desiderio. Le Barbie e le Bratz possono essere quindi scelte come modelli da imitare e con i quali identificarsi in virtù del livello di prestigio sociale che sembrano evocare, elemento che, secondo le ricerche condotte da Bandura, riveste molta importanza al fine dell'imitazione anche per i più piccoli, in particolare se questi ultimi sono carenti di autostima, troppo dipendenti o insicuri (cfr. Millar, 1974). Queste inoltre si presentano come esempi di autoefficacia, ovvero della capacità di fronteggiare situazioni sfavorevoli (come per esempio gli insuccessi nel lavoro o nella vita affettiva) che possono suscitare un senso di sfiducia e sconforto per la propria condizione di vita (Bandura, 2000).

L'identificazione con le bambole può avere spesso effetti positivi, ad esempio aiutando la bambina a soddisfare i propri bisogni, specie quelli di sicurezza; è inoltre utile quando permette di assorbire ambizioni, ideali e obiettivi che danno la spinta ad agire in modo costruttivo. In questo caso attraverso le bambole le bambine possono sperimentare momenti di spensierata allegria e di intensa gratificazione personale, riuscendo ad affrontare a livello d'immaginazione, eventuali situazioni di disagio e frustrazione o realizzando desideri altrimenti impossibili. Ciò concorre quindi alla realizzazione dell'individuo e a salvaguardarne l'igiene mentale, assicurando, nell'economia psichica del soggetto in età evolutiva, anche un equilibrato sviluppo emotivo e affettivo (cfr. Nobile, 1994). Per contro l'identificazione è dannosa se è esagerata in quanto può provocare un distaccamento dalla realtà della vita quotidiana fino a giungere, in alcuni casi, a forme patologiche nelle quali si manifesta un eccessivo divario tra quanto si desidera fare e quanto si fa realmente, ed è pertanto maggior la possibilità che compaiano sentimenti di inadeguatezza, di inferiorità e anche di colpa.

L'imitazione delle Barbie e delle Bratz da parte delle bambini si riscontra soprattutto nell'abbigliamento. Il modo di vestire è relativo infatti a certi usi sociali ed è uno strumento di manipolazione della propria immagine, adottato affinché questa risulti efficace, gradevole e piacevole. L'abbigliamento è dunque uno strumento di comunicazione, attraverso il quale è possibile esprimere l'appartenenza a un certo mondo. L'abito è inoltre un mezzo di comunicazione con noi stessi, in quanto, vestendoci in una certa maniera, ci diciamo come intendiamo essere, come vorremmo cercare di essere o come effettivamente siamo: più o meno autorevoli, seduttivi, eccentrici, ordinati, creativi. Anche nelle bambole la scelta dell'abbigliamento permette quindi la figurativizzazione dell'identità; in particolare le Barbie e le Bratz contribuiscono all'identificazione con una cultura che enfatizza l'apparire, trasmettendo attraverso il vestiario i valori e i modelli socialmente desiderabili, la cui adozione può apparire vantaggiosa a delle

identità non strutturate come quelle delle bambine.

L'abbigliamento presentato dalle Barbie e dalle Bratz risponde inoltre alle funzioni psicologiche attribuite al vestiario, attraverso il quale si esprime la sessualità, si cerca di affermare il proprio valore e di instaurare e mantenere relazioni sociali. L'abito infatti è considerato al servizio della motivazione sessuale nel senso che esso mira alla gestione di impulsi, desideri, fantasie e atti veri e propri nel contesto dei rapporti interpersonali; l'assetto dell'abbigliamento concorre in vari modi alla realizzazione di scopi auto affermativi, quali la protezione e l'emergenza del sé, l'integrità e il successo; l'abito si configura infine come un mediatore di rapporti sociali, in quanto contribuisce a modulare la comunicazione con l'altro (cfr. Volli, 2000).

Un ulteriore aspetto che è interessante sottolineare riguarda la proposta, da parte delle Barbie e delle Bratz, così come da parte dei media, di un ideale di bellezza basato sulla magrezza, dal quale possono derivare delle implicazioni psicologiche legate alla possibile induzione di sconsiderate attenzioni a non ingrassare (fino a giungere, in alcune circostanze, a sviluppare disturbi alimentari) e all'identificazione della femminilità con l'apparenza esteriore e con aspetti dell'oggettificazione sessuale. I linguaggi usati (abbigliamento, trucco, accessori di vario genere, atteggiamenti proposti), sono accattivanti e densi di significati e costituiscono universi simbolici che contribuiscono alla costruzione dell'identità di genere. I contenuti trasmessi vengono quindi usati dalle ragazzine per orientarsi e scegliere un determinato modello di femminilità al quale cercare di somigliare, scelta che, in concomitanza con le influenze del gruppo amicale di riferimento, si traduce in un certo modo di comportarsi, di atteggiarsi, di parlare, di esprimere la propria sessualità, di relazionarsi con gli altri (e in particolare con il sesso opposto) e nell'adottare un certo look e un determinato stile di vita complessivo (cfr. Aluffi Pentini, 2004).

I soggetti più sensibili a tale influenza sono ovviamente le più giovani, che cercano la conferma della loro identità individuale mediante il riconoscimento dell'altro e che considerano quanto proposto come normale modello da seguire, conferme al proprio tempo e alla propria società. Le bambole odierne permettono così alle bambine di consolidare le loro conoscenze sociali e di mettere in pratica, per mezzo degli accorgimenti che queste inducono ad adottare, ciò che sanno relativamente ai ruoli e ai comportamenti sociali.

Indipendentemente dal fatto che le rappresentazioni della femminilità trasmesse attraverso Barbie o le Bratz siano affidabili o meno come modelli di vita da seguire per ottenere le gratificazioni sperate, queste suscitano comunque delle aspettative nelle bambine circa il modo in cui agire per raggiungere l'affermazione personale e sociale, dando indicazioni circa il comportamento da tenere nel rapporto con gli altri. Faccendo un esame di realtà appare però chiaro che, al di fuori di certi ambiti (come il modo dello spettacolo, ad esempio), l'immagine della femminilità trasmessa non è il ritratto di una condizione reale, ma solo la rappresentazione simbolica di un modello rispondente agli ideali e alle aspirazioni collettive (cfr. Bartoli, 2000).

Diviene così sempre più evidente come questi giocattoli non siano pensati sulla base dei bisogni dei piccoli, ma in aderenza alle pressioni sociali. Poiché questi giocattoli vengono costruiti seguendo delle ottiche adulte soddisfano solo parzialmente e superficialmente il bisogno di gioco delle bambine; inducendole a comprarne sempre di nuovi determinano quindi la penetrazione nell'attività ludica dell'atteggiamento consumistico, con la possibile conseguenza di un adattamento dei piccoli alla società adulta. Inoltre queste bambole vengono costruite con l'intento che le bambine le accettino per ciò che sono o che intendono rappresentare, quindi come indici di status e, in qualche misura, di discriminazione sociale (basti pensare che il mancato possesso di una Barbie o di una Bratz esclude da un repertorio di giochi e di relazioni tra pari che si radicano

su questi oggetti e modelli). Il carattere di completezza che rappresentano nella personalità che propongono, inoltre, porta a mettere in secondo piano l'elemento creativo che caratterizza il gioco infantile e che dovrebbe preservato e incentivato in vista di un pieno sviluppo personale (cfr. Livolsi – De Lillo– Schizzerotto, 1980)

### **Riflessioni conclusive**

Come si è visto bambole come Barbie, le Bratz e le altre che sul loro modello sono state immesse sul mercato, si configurano non come lo specchio del mondo infantile quanto piuttosto di quello adulto, dal quale traggono ispirazione. L'identificazione con l'immagine femminile che veicolano può portare la bambina o orientarsi verso gli pseudo valori proposti dalla cultura dominante, ossia il potere, la bellezza, il denaro.

Il processo di identificazione con questi giocattoli non presenta però solo aspetti problematici, o peggio patologici; assolve infatti una funzione positiva quando consente alla bambina di soddisfare alcuni bisogni impellenti, come il bisogno di sicurezza. Il gioco con le bambole permette di esprimere la propria identità femminile, scegliendo quali ruoli assumere all'interno della finzione ludica. Occorre pertanto non demonizzare pregiudizialmente queste bambole, ma aiutare le bambine ad accostarvisi con atteggiamento critico, così che siamo in grado di prendere coscienza almeno di alcuni dei condizionamenti cui possono andare incontro e di riconoscere che l'immagine del femminilità ricevuta non è corrispondente in modo fedele alla realtà. Queste bambole infatti rinviano a una rappresentazione della donna e della sua vita a “a senso unico” in quanto si concentrano unicamente sull'ostentazione di una presunta libertà personale fatta di apparenza, disimpegno e deresponsabilizzazione. Le dimensioni dell'esistenza femminile non possono essere sintetizzate nel mito dell'esteriorità e nelle sue espressioni, in quanto fanno appello a delle disposizioni biologiche e a delle esigenze personali ben più articolate, tra le quali la scelta della maternità continua a essere un elemento fondante.

### **Riferimenti Bibliografici:**

- ALUFFI PENTINI A., *Laboratorio interculturale. Accoglienza, comunicazione e confronto in contesti educativi multiculturali*, Bergamo, Ed. Junior, 2004;
- ARCIDIACONO C. (a cura di), *Identità genere differenza. Lo sviluppo psichico femminile nella psicologia e nella psicoanalisi*, Milano, Franco Angeli, 1991;
- BANDURA A. (a cura di), *Il senso di autoefficacia*, Trento, Erikson, 1995;
- BARTOLI G., *La psicologia e l'aspetto esteriore della persona*, in Curcio A. M., “La dea delle apparenze. Conversazioni sulla moda”, Milano, Franco Angeli, 2000;
- BATTAGLIESE G., *L'allievo aggressivo*, Milano, Masson, 1993;
- BAUMGARTNER E., *Il gioco dei bambini*, Roma, Carocci Torino, i, 2004;
- BOSCOLO P., *Psicologia dell'apprendimento scolastico*, Torino, UTET, 1986;
- BRAIDOTTI R., *Il contributo del “genere” alla questione “donne educazione e scienza”*, in Vinella M. (a cura di), “Identità di genere e immagine femminile. Teorie e pratiche”, Bari, Progedit, 2000;
- CICCOTTI S., *Bellezza da bambola*, «Mente e cervello, 4 (2006)22, pp. 44-47; DALLA VOLTA A., *Dizionario di Psicologia*, Firenze, Giunti-Barbera, 1974;
- DELLAGIULIA A. – GAMBINI P., *Influenza delle relazioni familiari sull'avvio della costruzione dell'identità*, in “Orientamenti pedagogici”, 52(2005)6, 951-974;
- ERIKSON E. H., *Gioventù e crisi di identità* [Identity Youth and crisis, Norton & Company,

New York, 1968], Roma, Armando, 1999;

GAMBINI P., *La ricerca di identità e di senso nell'adolescenza*, in "Orientamenti Pedagogici" 52(2005)3;

GIANI GALLINO T., Ed ora le Bratz: *bambole e formazione dell'identità*, «Psicologia contemporanea», 33 (2006) 195, pp. 50-58;

GRINBERG L., *Teoria dell'identificazione*, Torino, Loescher, 1982;

LIVOLSI M. – DE LILLO A. – SCHIZZAROTTO A., *Bambini non si nasce. Una ricerca sulla condizione infantile*, Milano, Franco Angeli, 1980;

MUSSEN P.H., CONGER J.J., KAGAN J., HUSTON A.C., *Lo sviluppo del bambino e la personalità*, Bologna, Zanichelli, 1986;

NOBILE A., *Gioco e infanzia*, Brescia, La Scuola, 1994;

SCHIMMENTI V., *Identità di genere e ruoli sessuali*, in Bonino S., *Dizionario di Psicologia dello Sviluppo*, Torino, Einaudi, 1994;

STRVANI M., *Identità sessuale femminile e identità personale*, in "Rivista di Scienze dell'Educazione" 25(1987)2, pp. 197-227;

TAUSCH R., TAUSCH A.M., *Psicologia dell'educazione*, Roma, Città Nuova, 1979;

ZAMPERINI A., *L'aiuto negato*, «Psicologia contemporanea», 171, maggio-giugno 2002, p. 4-10;

SACCHI P., *I concetti di cultura e genere: alcune considerazioni dell'antropologia*, in Del Bruno M. R (a cura di), "Sguardi di genere tra identità e culture. Dispositivi per l'educazione interculturale", Milano, Angeli 2002, 37; BONINO, *Dizionario* 339;

TORAZZA B. – WRONA E., *Differenze tra i sessi nello sviluppo intrapsichico e relazionale. L'interpretazione di N. Chodorow sottoposta a una verifica empirica con degli adolescenti*, «Rivista di Scienze dell'Educazione», 35(1997)3, 381;

VOLLI U., *Bello da pensare*, in Curcio A. M., "La dea delle apparenze. Conversazioni sulla moda", Milano, Franco Angeli, 2000.