



Una melensa stucchevole incomprensibile orgia di rosa

Cheché ne dicano molti pseudospecialisti, le preferenze cromatiche non sono inscritte nei cromosomi.

Fino agli anni '50 del secolo scorso non c'era una netta distinzione tra colori "maschili" e colori "femminili": il rosa e l'azzurro erano intercambiabili, anzi il 'cilestrino', così etereo, era ritenuto adatto alle donne (si pensi al velo della vergine Maria; di contro spesso Gesù è rappresentato con un manto rosso sangue).

Fin dall'antichità bambini e bambine indossavano fino all'età della pubertà tuniche bianche, più facili da lavare e meno costose da riparare se rovinate o strappate. **Verso la metà dell'800** iniziarono ad apparire i primi colori "pastello", ma non si faceva una distinzione basata sul genere: tutti potevano indossare di tutto.

Gli uomini hanno a lungo indossato tranquillamente il rosa, come dimostra il celebre "pink suit", indossato da Jay Gatsby nel *Il grande Gatsby*, il capolavoro di F. Scott Fitzgerald (1925). Il colore era infatti considerato simbolo di dinamismo e di mascolinità, una versione smorzata del rosso più adatta alla vita sociale, più lontana dall'accezione bellicosa che il sangue richiamava. Ancora: la mitica Cadillac rosa appartenne

ad Elvis Presley, una specie di super maschio. Rosa è ancor oggi il colore del Giro ciclistico d'Italia.

In un'edizione del 1918 di *Earnshaw's Infants' Department*, rivista di moda per l'infanzia, si legge: *Il rosa, essendo un colore più deciso e forte, risulta più adatto al maschio, mentre il blu, che è più delicato e grazioso, risulta migliore per le femmine.*

Il cambiamento cominciò in Italia con il fascismo (blu era la bandiera dei Savoia, l'azzurro fu scelto per le squadre sportive nazionali), poi fu consacrato ovunque dall'arrivo – nel 1959 – della bambola Barbie, icona massima di femminilità.

A partire dai decenni successivi, e soprattutto dagli anni '80, il marketing abolì i vestiti unisex e impose la regola per cui il colore di riferimento per le donne era il rosa, per i maschi l'azzurro (così sarebbe stato più probabile raddoppiare le vendite).

Oggi è la regola, diventata un automatismo, intoccabile quasi come un dogma religioso. Quando ne parlo nelle scuole, gli e le studenti strabuzzano gli occhi: "Ma come? è così naturale!".

Pinkizzare, pinkizzazione sono stranierismi che si riferiscono alla tendenza a colorare di rosa tutto ciò che attiene al femminile: rosa il fiocco alla nascita, la tutina da neonata, il grembiolino all'asilo; rosa i vestiti e i giocattoli delle bambine, le pareti e i soprammobili delle camerette; rosa gli oggetti e gli accessori delle donne, rosa perfino i loro tablet e i loro telefonini.

Letteratura rosa, stampa rosa. Principessa rosa (e ovviamente Principe azzurro, in francese *Prince charmant* che significa solo 'bello'). Lo sport in rosa. Le quote rosa. Il codice rosa. Fabbricano perfino moto e automobili rosa, che un uomo non comprerebbe mai.

Non è solo una questione cromatica: anche un ruolo sociale viene di fatto inculcato grazie anche a questa segregazione nell'educazione di tutti e di tutte. Anche un'identità.

Mentre il **celeste**, benché indichi preferibilmente il maschio, può essere portato anche dalle femmine senza temere che l'identità sessuale ne soffra, il rosa, quando è attribuito al maschio, chiama lo **scherno**, pare **beffa della virilità**: non a caso, rosa era il triangolo che nei campi di concentramento nazisti gli omosessuali erano costretti a esibire sulla giubba.

In America di tutto questo si è occupata Jo B. Paoletti, storica e autrice del libro *Pink and Blue: Telling the Girls from the Boys in America*.

In Italia ne parla ***Pink is the new black***, un testo di Emanuela Vannicola e Luisa Stagi (ed. Rosenberg & Sellier) che indaga, con l'approccio della sociologia, il tema degli stereotipi di genere. Un bel libro che consiglio.

E invito a scegliere per sé e per i pargoli vestiti e giochi perché piacciono e non perché si è abituati così. 'Scegliere' è un verbo bello, che sa di libertà. Un'altra parola bellissima.



Un ferro da stiro come corpo contundente

Stirare è una normalissima attività di cura che viene svolta normalmente in milioni di case. Magari ripetitiva, magari noiosa, ma utile.

Milioni di donne stirano – oltre alle proprie – le camicie di padri, mariti, partner, figli, fratelli: lo fanno per scelta o per necessità, per routine o per amore. O per tutto questo insieme, perché di questo è fatta la quotidianità.

Se però sei una star del piccolo schermo, e in più se sei la compagna di un potenziale presidente del consiglio; se soprattutto ti fai immortalare nella posa di stirargli la biancheria e se mandi la foto ai media, non si tratta più di un atto quotidiano, ma di un messaggio chiaro, di immediata comprensione; inequivocabile nella sua elementarità.

Hai un destinatario, il corpo elettorale; hai dei sostenitori, tutti e tutte coloro che in modo o palese o sotterraneo rimpiangono i modelli di una volta (i commenti sui social sono in maggioranza solidali “Brava!”, “Grande!”, “Fortunato il signor Salvini”); hai un bersaglio, le donne che chiedono parità ed equa distribuzione dei carichi domestici; proponi il modello di come dev’essere una VERA donna.

Proclami non solo un’identificazione simbolica, ma un programma politico: se governeremo noi diremo basta al femminismo, chiuderemo l’epoca della riflessione sui ruoli di genere, la faremo finita con le rivendicazioni, con le proposte di nuove libertà.

Il Paese tornerà alle “sane” abitudini del passato, alla “naturale” vocazione dell’eterno femminile, alla “giusta” e “sacrosanta” distinzione tra ciò che spetta agli uomini e ciò che spetta alle donne (“un passo indietro”, la stessa

protagonista di questo copione l'aveva già detto), a iconografie di implicita subordinazione, all'accettazione di modelli binari, preordinati e vincolanti. Niente aria nuova, solo la ripetizione di ideologie vecchie nelle vesti apparentemente diverse della moderna donna di successo.

Chi detiene il potere si arroga da sempre il compito di trasmettere modelli di umanità: se si pensa che la mascolinità e la femminilità oggi hanno forme meno rigide rispetto al passato, il tentativo della destra italiana appare anacronistico ma confortevole. Alla complessità del mondo offre risposte semplicistiche, in questo come in molti altri casi: promette non solo sicurezza fisica, ma sicurezza psicologica.

Mentre il panorama contemporaneo delle identità di genere appare sempre meno disciplinabile, gli stereotipi continuano a offrire una prospettiva tranquillizzante, nella loro immutata funzione di riduttori della complessità e disciplinatori dell'incertezza.



La strada delle discriminazioni è lastricata

di buone intenzioni

La forza intrinseca delle costruzioni della diseguaglianza risiede nella sostanziale invisibilità delle strutture che le compongono, interiorizzate a livello sia individuale sia collettivo quali costituenti inevitabili dell'ordine "naturale" delle cose.

Le regole di genere presentano l'estrema semplicità del binarismo, una diffusione capillare in ogni aspetto della realtà, un alto consenso nel mondo adulto.

T-shirt per neonati: *intelligente come papà*; oppure (orribilmente) *sciupafemmine*. Per neonate: *bella come la mamma*.

Pubblicità: *lei penserà a farsi bella, lui a fare goal ...*

La società trasforma la sessualità biologica in una costruzione culturale preoccupandosi di differenziare accuratamente – attraverso riti, costumi, accesso ai luoghi, abitudini, abbigliamento, ecc. – il modello maschile dal femminile.

Si comincia prestissimo, perché la socializzazione più facilmente garantisca i propri esiti. La costruzione sociale del genere è resa facile da due dati di fatto: la malleabilità delle pulsioni umane e il lungo periodo di dipendenza dei bambini.

Il sociologo Anthony Giddens ha analizzato le parole utilizzate per definire i/le neonati/eda parte del personale del reparto maternità: robusti, belli, forti *versus* graziose, fragili, deliziose. Dalle diverse aspettative derivano anche diversi stili di relazione da parte dei genitori, che tendono a coinvolgere figli e figlie nelle attività in modo differente

già nel primo anno di vita, e a socializzarli in modo divergente alle emozioni.

Si costruisce così un vezzoso mondo color rosa confetto per lei, che deve piacere (cuoricini e trucchi e lustrini) o accudire (bambola, minicucina e miniaspirapolvere); il contraltare è un rude mondo blu/azzurro per lui (gara, avventura, guerra).

Secondo i risultati di una ricerca svolta tra il 2014 e il 2015 sui cataloghi online di Mattel e Hasbro, moda, bambola, vestito, dolce, amicizia, magia, fata, amore, mamma, principessa, bellissima, facile, semplice, cucciolo, adorabile, sogno, cura sono i termini più ricorrenti nelle pubblicità e sui siti di giocattoli nelle sezioni dedicate alle bambine. Azione, battaglia, combattimento, veicolo, nemico, mostro, macchina, potenza, forza, eroe, avventura, gara, vincere, arma sono invece i termini che descrivono l'offerta dei giocattoli al maschile.

La pubblicità di abbigliamento per l'infanzia non si limita poi a vendere uno stile estetico: suggerisce un modello identitario e un modo di stare nel mondo. Se il corpo è per i maschi uno strumento per fare, e le attività rappresentate forniscono soddisfazione in sé e per sé, nel modello del femminile il corpo è strumento per apparire o per ottenere amore; la gratificazione che se ne può ricavare presuppone uno sguardo esterno.

Queste norme, una volta interiorizzate, influenzano il modo di guardare e vivere se stessi/e, così come influenzano la relazione che si instaura tra mente, corpo e ambiente di vita.

Foto 3. Una vetrina di giocattoli



I bambini e le bambine assorbono questa lezione onnipresente, che segna il loro immaginario e sarà difficile da sradicare. Imparano, senza bisogno di indottrinamento esplicito, che tra i generi corre una linea di separazione netta, irriducibile; che ci sono due mondi, uno soft e uno hard. Ginnastica artistica contro arti marziali, romanzi d'amore contro romanzi d'avventura, acquaio contro scrivania.

Maschi che giocano con le bambole e femmine che giocano al calcio: preoccupante? Per molti genitori sì. Alcuni minacciano addirittura di ritirare i pargoli dall'asilo, per paura della contaminazione.

Il meglio che ci possa accadere in quanto esseri umani è invece fare scelte che siano frutto dei nostri desideri e non di condizionamenti, pregiudizi e gabbie predefinite, immissioni forzate negli schemi: questo dovremmo volere, questo dovrebbe insegnare la scuola.

I ruoli rigidamente definiti fin dalla prima infanzia sono invece gabbie invisibili in cui richiudiamo figli e figlie, che faranno fatica ad uscirne.

Lo facciamo con amore, naturalmente, l'amore assolve tutto: come se non fosse possibile amare male.



Non sarà mica femminista?

Cento anni di lotte delle donne hanno generato tanti cambiamenti nelle leggi e nella realtà, ma la cultura patriarcale continua a fare i suoi danni: ce ne accorgiamo davanti a ogni statistica, lo denunciemo a ogni femminicidio.

è per questo, perché ci si aspettavano mutamenti più profondi e più radicali, che troviamo ripetuto così spesso il ritornello "le femministe hanno perso"?

Pare di no, se si rileggono i giornali di quarant'anni fa. Per caso ieri ho ripreso in mano la collezione de *L'Espresso*: andiamo da titoli 1978 come "La donna ci ripensa", a "La caduta del femminismo", a "I collettivi sono in crisi". Non è e non era un giornale reazionario, e tutt'altro che maschiliste erano le firme di quegli articoli. Ma davano l'impressione di una morte annunciata, di un esito inevitabile. "Afasia del movimento femminista", 1979; "Le

piazze della discordia", ancora 1979.

Altri necrologi preannunciati dal Corriere della Sera dalla Repubblica.

Sembra di leggere pezzi di oggi.

Oppure è proprio per la paura di quei cambiamenti, che tornano inesorabili sia – dal lato riflessivo – le diagnosi di sconfitte storiche, sia – da altri lati più beceri – gli stereotipi?

Le giovani donne, le *millennials*, per lo più non vogliono definirsi femministe. Anche se nel quotidiano i loro atti sono femministi, anche se manifestano grande interesse per i nostri temi, rifiutano la parola come se fosse offensiva o anacronistica (*Non sarà mica femminista?* quante volte me lo domandano quando tengo una lezione).

Nipoti di nonne nate in un Paese arcaico e bigotto, che lottarono perché la condizione fortuita di nascere maschio o femmina non determinasse un destino di diritti disuguali, non hanno dimestichezza nei confronti del **femminismo**; spesso non hanno neanche conoscenza della sua storia.

Ovunque vadano trovano chi dice che le femministe sono vecchie, brutte, sciatte, pelose, frustrate, acide, lagnose, isteriche, frigide, lesbiche represses; che sono sempre incazzate, che non capiscono l'ironia, che hanno preso troppo potere, che sono castranti ... quando una donna non condivide un punto di vista, quando ha qualcosa da obiettare, quando protesta, quando manifesta il suo dissenso, lo fa solo perché non *ha* un uomo.

Insulto grave per una donna che abbia qualcosa da dire sulla sua condizione, sul mondo che la circonda, sui suoi desideri e sulle sue aspettative, è *sembri una femminista*; per evitare la lettera scarlatta, sono tante quelle che si affrettano a ribadire che *io non sono femminista, però ...*

In gergo tecnico si chiama *argomento fantoccio* la fallacia che consiste nell'attaccare una posizione scomoda presentandone una visione distorta e quindi più facilmente demolibile.

Da sempre il potere – quando non ricorre all'ostracismo, quando non arriva alla violenza – mistifica e tenta di screditare quel che lo mette in discussione. Proprio perché interroga la società nei suoi fondamenti arcaici, il femminismo è stato ed è percepito come un pericolo sociale, da reprimere e da controllare anche attraverso lo scherno.

Ce ne siamo fatte una ragione.



Sesso debole, sesso forte, gentil sesso

Per analizzare gli stereotipi sessisti un buon punto d'inizio possono essere le definizioni.

Sesso debole, sesso forte

“Mezzacartuccia”, “mezzasega”, “pappamolla”: così fin

dall'infanzia i maschi trattano chi non appare forte abbastanza. Muscoli muscoli muscoli, questa è la virilità. Io Tarzan tu Jane. Dalla notte dei tempi si inculca in loro, fin dall'infanzia, il timore di essere considerati deboli. Femminucce, insomma.

Nelle società antiche (là dove tutto è nato) **il lavoro e perfino la sopravvivenza richiedevano la forza muscolare; oggi è sempre meno decisiva**, non serve a procacciare cibo, non serve a lavorare, non serve nemmeno a fare la guerra, ma che importa?

'Forte' significa 'vincente', in una società competitiva in cui la vita è vista come piramide: una metafora che mostra che è indispensabile conoscere la propria posizione e sapere chi ti sta sopra e chi ti sta sotto (sotto-messo).

Si parte da una minorità esistenziale fin dagli archetipi. La fragile fanciulla tremebonda è in pericolo, o dorme, o è perseguitata o sfruttata, comunque sfigatissima: il principe azzurro arriva sul cavallo bianco, brandisce la spada e la salva.

Eppure lei parla prima, socializza prima. Gli uomini vivono meno delle donne (nel mondo ci sono in questo momento quarantatré persone che hanno superato i 110 anni e di queste quarantadue sono donne), si liberano più lentamente di ogni malanno, se ne lagnano di più, hanno minor resistenza al dolore e maggior tendenza al suicidio; reggono male i cambiamenti e malissimo gli abbandoni. **La salute cardiocircolatoria delle donne è generalmente migliore** di quella degli uomini ed esse resistono meglio all'attacco di virus e batteri.

I laureati sono per il 60% donne e per il 40% uomini, le ragazze hanno voti migliori, fanno più stage e master, conquistano più borse di studio. È nel prosieguo che cominciano i guai.

Geneticamente, il sesso forte è quello femminile. La differenziazione della coppia cromosomica XY è successiva alla dotazione di base XX.

E se forza significasse invece resilienza (rialzarsi dopo le batoste, più forti di prima)?

Gentil sesso

Esiste una pressione sociale che spinge le donne a manifestare sì, le emozioni, ma non quelle negative; a sorridere anche quando soffrono (se non sei disposta a soffrire vali di meno). Si insegna che in un rapporto è norma che siano le donne ad accettare un compromesso, a sorvolare, a perdonare, a capire, a sopportare.

Gentile' si riferisce soprattutto a quello che una "vera" donna NON fa. Un lungo elenco di negazioni e di limitazioni. Non si arrabbia, non litiga, non insulta, non si ribella ... Il riposo del guerriero.

L'apprezzamento così largamente condiviso di un'immagine mansueta, rassicurante e innocua del femminile maschera il terrore di soggettività indocili. Molte narrazioni delle crudeltà mitologiche (Erinni, Parche, Furie, Gorgoni, Menadi, Medusa) partono dalla sensazione inquietante che dentro ogni donna si nasconda una minaccia alle regole e alla sicurezza collettiva.

La sua sottomissione è il prodotto di una normalizzazione, è finalizzata a metterne in sicurezza l'indole imprevedibile, a dominare il timore e il fascino di una potenza nascosta e destabilizzante.

Le due rappresentazioni opposte delle donne – soggetti deboli deprivati di facoltà raziocinanti/ soggetti infidi, misteriosi, pericolosi e potenti – convergono nel rinvio a un

qualcosa che non va nel mondo istituzionale, se consideriamo la scarsa presenza di donne nei luoghi della rappresentanza e della decisione e nei ruoli di leadership. C'è qualcosa che non va nel mercato del lavoro, se permangono le disparità nelle retribuzioni, nelle carriere e nelle pensioni, se le donne sono più frequentemente disoccupate. C'è infine qualcosa di profondamente irrisolto nel rapporto del genere maschile con se stesso e con le donne, se le reazioni alla libertà femminile sono talmente cruente da arrivare addirittura all'assassinio.

Tutto questo non dipende più tanto dalle norme, dal diritto o dalla politica, quanto dalla cultura comune, dalla mentalità diffusa, dal nostro agire nella vita di tutti i giorni.

Il **genere** è costruito da millenni come un sistema di valori binario, per cui sono concepibili solo due tipologie umane, solo due modalità di comportamento sono accettabili, solo due destini sono possibili, e sono determinati dagli organi riproduttivi con cui si nasce.

Più delle declamazioni pubbliche, è l'analisi degli stereotipi correnti a fornire elementi per comprendere ciò che ancora la nostra società si aspetta dalle "vere" donne e dai "veri" uomini, e cosa si intende per "corretto" comportamento maschile e "corretto" comportamento femminile.

Se è vero che le dinamiche sessiste pesano su tutti, è anche vero che storicamente il sessismo è servito a giustificare la disuguaglianza fra uomini e donne, ponendo queste ultime in una posizione di inferiorità. Il mondo in cui viviamo è stato plasmato e organizzato da maschi in modo così pervasivo e da tanto tempo, che diventa difficile rendersi conto di quanto forte sia stata questa influenza.

Quando gli stereotipi diventano uno dei principali filtri con cui si guarda la realtà imbrigliano le persone in etichette e consuetudini da cui è difficile svincolarsi. Esse condizionano

il modo di atteggiarsi e di vedersi, il ruolo che si assume nelle relazioni e in famiglia, la strada formativa e professionale che si decide di intraprendere, la scelta del/della partner, l'educazione di figli e figlie e molti altri aspetti dell'esistenza.

Gli stereotipi si trasmettono attraverso diversi canali. *Attraverso l'incessante susseguirsi di interazioni quotidiane gli adulti e le adulte trasmettono a bambini e bambine, spesso tacitamente, il sistema di ruoli, valori e regole che è necessario rispettare, pena la non accettazione sociale: tale atteggiamento è conseguente ai precisi modelli che hanno in mente, cui i nuovi arrivati devono adeguarsi pena la disapprovazione.*

Nelle prossime puntate ne identificheremo i caratteri.