

SAGGI – ESSAYS

GIOCARE ALLA GUERRA FRA STEREOTIPI  
E RAPPRESENTAZIONI ICONOGRAFICHE:  
LO STUDIO DELLE FONTI CONSERVATE PRESSO  
L'ARCHIVIO CENTRALE DI STATO

PLAYING AT WAR BETWEEN GENDER STEREOTYPES  
AND ICONOGRAPHIES: A STUDY OF TRADEMARKS  
STORED AT THE CENTRAL STATE ARCHIVES

*Domenico Francesco Antonio Elia (Università degli Studi di Bari "Aldo Moro")*

Il contributo indagherà su una fonte considerata solo recentemente negli studi storico-educativi, costituita dai marchi e dai modelli depositati presso l'Archivio Centrale di Stato (Meda 2016), collegati alla produzione e commercializzazione di giocattoli di ambito bellico nel secondo Novecento (Mattioni, 2017; Scarpellini, 2001). Giocattoli e attività ludiche, infatti, si presentano «come fonti ormai indispensabili per la ricerca storico-pedagogica, che si propone di riformulare l'indagine sui processi educativi e culturali e di avviare una rinnovata analisi critica degli immaginari adulti» (Montecchiani, 2021, pp. 728-729). Del resto «“il gioco della guerra” è stato da sempre uno dei giochi preferiti dall'infanzia, in quanto ha sempre mantenuto inalterato nel tempo il carattere formativo (addestramento alla lotta) e iniziatico (rito di passaggio all'età adulta) a esso assegnato fin dalle società primitive» (Meda, 2014, p. 64).

This paper investigates the meaning of trademarks and models of war toys stored at the Central State Archives. It focuses on war toys produced and sold in the second half of the 20<sup>th</sup> century (Mattioni, 2017; Scarpellini, 2001) and uses a source that the history of education has only recently begun to consider (Meda, 2016). As a result, the paper gives an original contribution to the study of

toys and play, which have been widely recognized as indispensable sources of history education and pedagogic research as far as it aims at reframing the analysis of education and cultural processes and beginning a new critical analysis of adult imaginaries (Montecchiani, 2021, pp. 728-729). Indeed, war play has always been among the preferred form of children's games because, since ancient times, it has maintained a double value as a form of fighting training and initiation into the world of adulthood (Meda 2014, p. 64).

### *1. Una premessa metodologica: giochi e giocattoli nella ricerca storico-educativa*

Il giocattolo e gli altri prodotti commerciali associati alla realtà ludica possono essere intesi come un insieme di oggetti educativi dalla natura ontologica sfuggente (Fink, 1957/2008; Pinon, 1997), i quali, pur avendo come referente naturale di consumo i soggetti in età infantile e adolescenziale, sono prodotti dagli adulti e rappresentano modelli culturali e concezioni educative propri di quest'ultimi.

Il fatto che i giocattoli francesi prefigurino letteralmente l'universo delle funzioni adulte può solo, evidentemente, preparare il bambino ad accettarle tutte, costituendogli, prima ancora che possa ragionare, l'alibi di una natura che da sempre ha creato soldati, "vespe" e impiegati postali. Il giocattolo fornisce così il catalogo di tutto ciò di cui l'adulto non si meraviglia: la *guerra*, la burocrazia, la sordidezza, i Marziani, ecc. (corsivo dell'autore, NdA) (Barthes, 1993, p. 51).

La complessa natura del giocattolo, inoltre, legata intrinsecamente alla sua dimensione temporale, ossia all'essere «appartenuto – *una volta, ora non più* – alla sfera del sacro o a quella pratico-economica» (Agamben, 1978/2001, p. 74), trova un'ulteriore conferma nel possedere caratteristiche che concorrono a renderlo considerabile sia dal bambino che dall'adulto, il quale ne rende possibile, oppure ne vieta l'acquisto. La presenza ovvero l'assenza di questi artefatti, inoltre, condiziona «le modalità di espressione motoria attuate dal bambino quando è, ad esempio, in spazi come il cortile» (Bortolotti & Cecilian, 2007, p. 479) e le attività proprie

del simbolismo ludico che si esprimono nel gioco di finzione. Seguendo le indicazioni euristiche formulate già al termine degli anni Ottanta da Caillois (1958/1989), i giocattoli dovrebbero costituire una fonte primaria fondamentale per gli studi storico-educativi, perché rappresentano a livello simbolico la società e la cultura al cui interno operano in stretta sinergia diverse generazioni (Drasigh, 2008, p. 168). Sino a tempi recenti, invece, il giocattolo è stato valorizzato soprattutto all'interno di studi propri del settore antiquario e collezionistico, incapaci di inquadrarlo

all'interno del contesto sociale ed economico che lo ha visto trasformarsi nel corso del XX secolo da prodotto artigianale riservato ai rampolli delle classi sociali più agiate in prodotto industriale di massa [...] e vero e proprio oggetto di consumo (Meda, 2014, p. 63).

La ricerca intrapresa in questo articolo si pone l'obiettivo di comprendere le connessioni fra la produzione di giocattoli che richiamano le operazioni belliche negli anni successivi al secondo dopoguerra e l'immaginario delle generazioni che vissero direttamente o indirettamente le tragedie del conflitto appena concluso, destinato a irregimentare uno spazio ludico al cui interno la simulazione delle attività belliche alimentava una serie di valori e aspettative di genere legate all'universo simbolico marziale.

Allo stesso tempo, il contributo intende arricchire lo stato degli studi sui consumi dell'infanzia, un tema a lungo trascurato dalla ricerca storica-educativa «complici il ritardo e le modalità con cui il paese è andato modernizzandosi a partire dal Miracolo economico» (Oliviero, 2017, p. 19). Nel recente volume curato da Oliviero (2022) l'autore afferma che «consumare determina dunque ciò che siamo e riguarda allora anche i processi formativi, soprattutto nei contesti informali e non formali, attraverso i quali questo percorso di volta in volta compie il suo cammino» (p. 153).

La metodologia applicata all'interno dell'articolo si basa sulle fondamentali indicazioni fornite da Hamilton (2009) e riprese, in Italia, da Meda (2016): questi ha sostenuto che l'incrocio critico delle fonti storiche rappresentate dalla registrazione di marchi, brevetti e modelli con il contesto culturale, economico e sociale nel

quale furono prodotti, dovrebbe consentire allo studioso di riuscire a «determinare la domanda alla quale la realizzazione di quel dato oggetto tentava di rispondere, la sua effettiva diffusione e dunque la sua reale incidenza pedagogica» (p. 161).

## 2. *Il contesto produttivo e commerciale dei giocattoli*

Il saggio intende valorizzare, accanto alla dimensione propria del consumo, quella della circolazione dei giocattoli, indagando i dati archivistici costituiti dai marchi e dai modelli depositati presso l'Archivio Centrale di Stato<sup>1</sup>, in modo che emergano le reti di produzione e di commercializzazione di questi prodotti. L'arco temporale nel quale si concentrano le fonti storiche considerate corrisponde al boom economico avvenuto tra gli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento (Crainz, 2005; Castronovo, 2008): in quel periodo, infatti, facendo seguito a un processo iniziato durante il Ventennio fascista, nel quale si era compiuto il passaggio dal giocattolo artigianale a quello industriale (Sessa, 2003; Musso, 2005), si verificò un massiccio incremento del settore (Mattioni, 2017, p. 269). Nell'arco cronologico analizzato si impose progressivamente, sollecitata «da una concezione più realistica e meno romantica dell'infanzia» (Chiosso, 2009, p. 25), una cultura materiale dell'infanzia costituita da «oggetti, giocattoli, prodotti sanitari e per l'igiene infantile, medicinali, dispositivi di movimento [...], vestiario che giunse a condizionare sempre più la quotidianità dei più piccoli» (Scaglia, 2020, p. 217). Sono stati individuati 398 marchi, distribuiti tra il 1945 e il 1965: non sono stati registrati documenti successivi a questa data. La distribuzione segue un andamento oscillante: i picchi più alti si attestano nel 1946 e nel 1947 (40 e 48 occorrenze, rispettivamente), per poi calare drasticamente nella prima metà degli anni Sessanta. Si può ipotizzare che alla base di questa distribuzione vi siano ragioni politiche ed economiche, simili a quelle che

<sup>1</sup> Marchi e modelli sono consultabili sulla piattaforma on-line dell'istituto: <http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/> [20/03/2023].

avevano spinto gli industriali a riprendere, nell'immediato dopoguerra, la produzione delle armi giocattolo «perché la Germania non aveva ancora ripreso in questo campo la sua attività d'anteguerra e tanto il dollaro che la sterlina erano in cerca di clienti» (Meda, 2014, p. 80). In base ai dati raccolti si evince che su 398 occorrenze la maggioranza, pari a 331 unità, afferiva ad aziende italiane. Seguono, a grande distanza, i marchi registrati da imprese inglesi (28 casi) e statunitensi (25); minoritarie, infine, le occorrenze riferentesi alla Repubblica Federale Tedesca (4); Venezuela (3); Francia e Danimarca (2); Spagna, Svezia e Svizzera (1). Questi dati, dunque, sembrano confermare che negli anni del boom economico si attuò «un deciso incremento del settore, con un rapido aumento delle esportazioni, tanto da portare la Penisola a contendere il primato del comparto a Germania e Francia» (Mattioni, 2017, p. 269).

### *3. La guerra nelle iconografie dei marchi: una questione di genere*

La maggior parte dei marchi analizzati, pari a circa due terzi del totale (71%), erano destinati indifferentemente a bambini e bambine. In posizione minoritaria seguono i giocattoli destinati al genere maschile (20%), che superano in un rapporto di 2 a 1 quelli riservati al genere femminile (9%). Questi ultimi due dati rispecchiano un maggior investimento industriale nella produzione di giocattoli destinati ai maschi, nella loro duplice attività di cittadini lavoratori e combattenti: già in epoca fascista, del resto, i giocattoli erano «ben distinti tra quelli per bambine, future madri e donne di casa, e per i bambini, destinati ad essere guerrieri» (Cives, 2005, p. 18). A partire dal 1945, inoltre, con il progressivo «smantellamento del lavoro di fabbrica delle donne, che durante la guerra avevano sostituito gli uomini impegnati al fronte [...] i giocattoli vengono quindi progettati per preparare le ragazze a una vita di casa» (Abbatecola & Stagi, 2017, p. 28). Questi dati sembrano coerenti con quanto sottolineato da Limone (2007): «dai cinque-sei anni in poi i fanciulli iniziano a essere considerati “consumatori competenti” dalle industrie e con il crescere dell'età acquisiscono *status* differenti

a seconda del genere, delle risorse economiche a disposizione e della provenienza geografica» (p. 204). Gli oggetti ludici riservati al genere maschile possono essere suddivisi in due grandi sottocategorie: giocattoli meccanici (10%) e bellici (7%), quest'ultimi in «forte associazione con l'aggressività dei giocattoli estremamente maschili» (Monaci & Sarteur, 2012, p. 473).

I primi erano tradizionalmente associati ai bambini poiché si riteneva che, mediante il loro utilizzo, avrebbero familiarizzato con le attività lavorative industriali. L'iconografia allegata al marchio registrato dalla FAI per registrare «giocattoli ed in particolare elementi combinabili, in scatole, per la costruzione di organi meccanici in genere» (1947) mostra, infatti, un duplice soggetto: da un lato un bambino, intento a costruire uno scivolo grazie all'ausilio di pezzi di legno, e dall'altro un uomo adulto impegnato alla catena di montaggio di una fabbrica (Fig. 1).



Fig. n. 1. Soc. An. Fabbrica Addizionale Italiana, 25 febbraio 1947

Il giocattolo, alla stessa stregua della letteratura per l'infanzia, si rivolge a entrambi: «il bambino, destinatario esplicito, che deve essere interessato e divertito, e l'adulto, non meno presente seppure in modo latente, che dovrà approvare e acquistare il libro o il giocattolo» (Orestano, 2016, p. 134). Il ruolo dell'adulto di riferimento, dunque, non è affatto trascurabile:

come acquirente di giocattoli egli ha un “potere” sul gioco dei bambini, ne può determinare la soddisfazione o meno di un desiderio, influire

sui suoi giochi proponendogli determinati oggetti anziché altri, assumere un atteggiamento restrittivo o permissivo a seconda dei “criteri educativi” che si è dato (Farnè, 2007, p. 2).

La posizione minoritaria raggiunta dalla categoria dei giochi che simulavano attività belliche, invece, può spiegarsi, almeno parzialmente, alla luce della campagna per il disarmo del giocattolo (1946-1956), sostenuta da «organizzazioni pacifiste e da associazioni femminili di diverso orientamento politico, le quali si impegnarono a boicottare le armi-giocattolo e più in generale i cosiddetti “giocattoli di guerra”, ritenuti diseducativi e fomentatori di aggressività» (Meda, 2014, p. 63). Questi timori non erano ingiustificati: già nel primo dopoguerra, infatti, mediante la «trasposizione della guerra totale nel quotidiano della popolazione civile, per mezzo di oggetti di consumo (cartoline, periodici, giocattoli) a tema bellico» (Mazzini, 2012, p. 674) si era giunti a una «brutalizzazione della vita politica postbellica» (Mosse, 1990, p. 172), derivata proprio dai meccanismi di «banalizzazione della violenza e dalla ricerca di surrogati alla stessa» (Albanese, 2006, p. 551).

In merito alla rappresentazione dei giochi di guerra risulta di grande interesse l'iconografia allegata al marchio intitolato *La Battaglia del Far West*: questo presentava un gioco da tavolo basato sui conflitti tra cowboy e amerindi (Raggi, 1954). Esso incoraggiava i bambini a considerare lo scontro tra i due popoli come l'esito naturale della sopraffazione dell'“uomo bianco” nei confronti degli “Indiani d'America”, ritenuti primitivi e destinati alla sconfitta (Fig. 2).



Fig. n. 2. Liliana Raggi, 19 giugno 1954

La guerra appare così, secondo la classica definizione fornita da von Clausewitz (2001), «un atto di forza che ha per scopo di costringere l'avversario a sottomettersi alla nostra volontà» (p. 19). Non a caso, infatti, la ditta di Astori per contraddistinguere «giocattoli, specialmente pistole» (1947) sceglieva come marchio *Marte*, il nome del dio della guerra nella mitologia romana. Altre imprese privilegiavano un'onomastica capace di evocare la potenza delle armi: la ditta Pincione, ad esempio, registrava il marchio *Millecolpi* per contraddistinguere «pistole giocattolo ad aria compressa per ragazzi e giocattoli analoghi» (1949), mentre, dieci anni più tardi, la Edison Giocattoli riproponeva un soggetto analogo, costituito da un'illustrazione nella quale erano rappresentate «capsule per pistole giocattolo» (1960) chiamate *Super Bum*. Altri marchi, prodotti ancora dalla Edison, si richiamavano ai suoni onomatopeici provocati dall'esplosione dei proiettili: *Ta-Pum* (1961a); *Tum-Tum* (1961b), ovvero alla pericolosità di alcuni animali (*Cobra*, 1961c) o, ancora, alle professioni alle quali era attribuito legalmente il possesso e l'uso di armi da fuoco (*Detective*, 1961d). Il marchio *Vittoria*, registrato per contraddistinguere «giuocattoli rappresentanti carabine, fucili da caccia ed altri fac-simili di armi in genere sempre costituenti giuocattoli» (Becheri, 1956), evocava l'obiettivo ambito dagli Stati che si impegnavano nelle campagne belliche. I giocattoli imitativi diventavano in questo modo mediatori «tra il gioco e la realtà, tra il presente ludico del bambino e l'anticipazione mimetica del mondo adulto, tra l'esperienza del piacere e ciò che appare il suo vero fine, una pedagogia applicata» (Mecacci, 2020, p. 23). Del resto, come ricorda Meda (2014), «“il gioco della guerra” è stato da sempre uno dei giochi preferiti dall'infanzia, in quanto ha sempre mantenuto inalterato nel tempo il carattere formativo (addestramento alla lotta) e iniziatico (rito di passaggio all'età adulta) ad esso assegnato fin dalle società primitive» (p. 64).

#### 4. Modelli di giocattoli ispirati alla guerra



L'analisi dei modelli registrati nello stesso arco temporale mostra la presenza di 123 occorrenze relative ai giocattoli e ad altre attività ludiche ispirate alla guerra. In termini assoluti, non si tratta di cifre particolarmente elevate, considerando che la sola parola chiave "giocattolo" permette al motore di ricerca di selezionare 969 occorrenze, in prevalenza registrate da aziende italiane (93%), confermando così la preponderanza della produzione di origine nazionale già descritta nel secondo paragrafo. La distribuzione di questi dati si mantiene costante nell'arco temporale esaminato (1945-1965), registrando il picco più alto nel 1956 (15 occorrenze). Nei mesi successivi alla conclusione della Seconda guerra mondiale si osserva la presenza di modelli ispirati direttamente alle armi e ai veicoli che contrassegnarono l'evoluzione del conflitto. La ditta Maccagnolo, ad esempio, registrava un modello di un «giocattolo costituito da un cannone a molla montato spostabile angolarmente su un carrello e ruote e da un proiettile avente la forma di una bocca volante» (1945). L'anno successivo, invece, le aziende di Capalbi e di Coloretti producevano, rispettivamente, un «giocattolo scorrevole su ruote riprodotte la camionetta Jeep» (1946) e «un'automotrice giocattolo in legno, raffigurante la Jeep americana» (1946). Nello stesso anno, infine, Vacca registrava il modello di un «carro armato-giocattolo, semovente, con meccanismo percussore per capsule e dispositivo per effetti luminosi» (1946). Negli anni successivi non mancarono modelli che si ispiravano ad altri mezzi bellici emersi durante il conflitto<sup>2</sup>, come ad esempio un «sommersibile giocattolo ad immersione automatica» (Buratti – Meo, 1950) e nuove figure di militari che si erano imposte sui campi di battaglia negli anni compresi tra il 1939 e il 1945: a questo proposito la ditta Benedetti – Campani registrava un «giocattolo costituito di un bambolotto raffigurante un paracadutista da lancio munito di paracadute ad apertura automatica» (1951). Il modello registrato da Neoplast nel 1954, invece, simulava una vera azione di guerra: si trattava, infatti, di un «giocattolo riprodotto un ordigno bellico

<sup>2</sup> In questo contributo non sono stati considerati elicotteri e aeroplani, perché nei modelli non era specificato se il loro uso fosse da considerare in ambito civile ovvero militare.

semovente, con testa detonante atta a produrre un'esplosione in seguito ad urto del giocattolo contro un ostacolo» (Neoplast, 1954). Quest'ultimo non costituiva, tuttavia, un'occorrenza solitaria: nel 1961, infatti, fu prodotto un «giocattolo costituito da una bomba con spoletta a percussione» (Mondolo, 1961), seguito, ad alcuni anni di distanza, da una «penna stilografica atta ad esplodere cartucce nell'apertura da usarsi quale giocattolo» (Pontare, 1965). Accanto ai giocattoli appaiono degni di menzione i prodotti ludici da tavola che simulavano attività belliche, come il «gioco della battaglia navale» (Rossano, 1962). Secondo le statistiche elaborate al termine della ricerca è emersa la preponderanza della categoria di giocattoli imitanti le armi da fuoco, che rappresentavano quasi i due terzi del totale di ambito bellico (67%). In questa categoria erano inclusi non solo i fucili e le pistole, ma anche le capsule da sparo che avevano lo scopo di rendere "realistico" il giocattolo, senza nuocere alla sicurezza dei bambini (FIGE, 1947). Valga a titolo d'esempio per delineare questa ampia categoria la descrizione del modello presentato dalla ditta di Pedon per registrare una «rivoltella-giocattolo con capsule a salve e cane interno imitante il tipo Smith-Wesson a cerniera» (Pedon, 1952).

L'associazione tra giocattoli bellici e uso legale della forza, già evidente nei marchi, era ripresa nel modello raffigurante un «giocattolo formato dalla combinazione di un oggetto riprodotto una pistola e di un oggetto complementare riprodotto una tesserina di autorizzazione all'impiego dell'arma» (Co-Ma, 1953).

Nettamente inferiore era la categoria rappresentata dalla riproduzione di armi bianche/contendenti (6%) probabilmente perché ormai escluse dalle panoplie degli eserciti dell'epoca. Minoritaria da un punto di vista statistico (3%), ma interessante nell'ambito della creazione dell'immaginario giovanile imperniato sul modello statunitense in voga nel secondo dopoguerra, appare la categoria dei modelli ludici che riprendevano l'ambientazione della Frontiera americana, riproducendo, ad esempio, «un carriaggio del Far West» (Torgano, 1958a; Torgano, 1958b). I soggetti ispirati all'immaginario americano non contemplavano esclusivamente la riproduzione

di oggetti: si ritrovano menzionati, infatti, anche giocattoli che raffiguravano bambini (The Mettoy Company, 1960a) e bambine (The Mettoy Company, 1960b) vestiti da cow-boy. Questi ultimi evocavano bene «l'epopea western che in breve tempo l'industria culturale americana era riuscita a rendere estremamente popolare in Italia, soprattutto tra le giovani generazioni» (Meda, 2014, p. 71). L'iconografia allegata al marchio *Susanna* mostrava infatti un «original revolver Susanna», adagiato su una cartolina sulla quale si potevano leggere le seguenti parole: «Per tutti gli amici del West – Italia». (Edison, 1958) (Fig. 3).

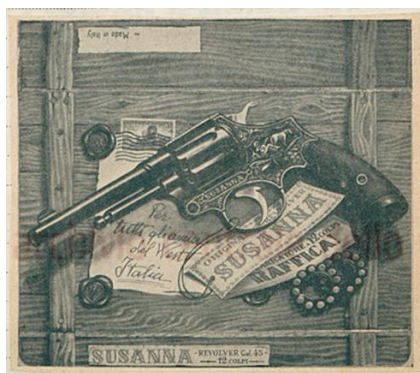


Fig. n. 3. Edison Giocattoli, 25 novembre 1958

I caricatori per quest'arma giocattolo, prodotti dalla stessa ditta, erano registrati da un marchio illustrato nel quale un cowboy a cavallo sfidava un uomo appiedato (Edison, 1964) (Fig. 4).



Fig. n. 4. Edison Giocattoli, 17 aprile 1964

### 5. Conclusioni: un immaginario inter-generazionale segnato dalla guerra

I giocattoli, in un'ottica euristica storico-educativa, non devono essere indagati lasciandosi sedurre dalla nostalgia legata all'età infantile nella quale erano utilizzati, che «talvolta rischia di confondere la sostanza con l'apparenza», ma privilegiando, al contrario, «i comportamenti, le strategie e le finalità di una società rispetto all'infanzia» (Chiosso & Tomamichel, 2018, p. 630). L'Italia nel secondo dopoguerra, come è stato accennato nel terzo paragrafo, era interessata da una campagna stampa ostile alla proliferazione delle armi giocattolo, «accusate a buon diritto di condizionare in senso aggressivo lo sviluppo dei bambini» (Morandi, 2021, p. 41). Queste ostilità, tuttavia, non impedirono la creazione di un immaginario collettivo statunitense diffuso, tra gli altri mezzi vettori, anche dalla distribuzione di giocattoli ispirati alla guerra (Regan, 1994, pp. 45-58). Le aziende italiane furono così in grado di ottemperare a un duplice obiettivo, di natura politica e commerciale: da un lato, radicavano nell'immaginario collettivo la grande potenza militare degli Stati Uniti; dall'altro, invece, le imprese che si erano specializzate nella produzione di balocchi bellici durante il fascismo – che utilizzava anche la “Giornata del giocattolo” per rafforzare l'adesione all'ideologia del Ventennio (Gabrielli, 2021) – evitarono così la riconversione della propria produzione. In questo modo fu possibile facilitare

l'affermazione nella nuova società democratica di questo immaginario neomilitarista di provenienza transoceanica senza porsi troppi interrogativi etici, rispondendo a una domanda commerciale in costante aumento e alimentando così un mercato estremamente redditizio (Meda, 2014, p. 70).

La ricerca condotta in questa sede ha offerto così il proprio apporto a una storia culturale dell'educazione, intesa come una ricostruzione «delle mentalità, dei comportamenti, dei costumi, dei

simboli, dei modelli, dei miti, che hanno avuto, nei rapporti intergenerazionali, una dimensione formativa» (Julia, Pazzaglia, Betti, & Tognon, p. 263). In modo analogo ai testi della letteratura per l'infanzia e per l'adolescenza, infatti, anche i giocattoli prodotti e commercializzati negli anni della rivoluzione commerciale (1947-1971) (Scarpellini, 2001) concorsero alla creazione di un immaginario nel quale sopravvivevano larvamente modelli educativi e formativi risalenti al Ventennio fascista. Il Regime, infatti, aveva offerto all'infanzia

un precoce richiamo alle armi, una divisa, il gioco della guerra più vero che mai bambino abbia potuto sognare, perché è un gioco autorizzato, anzi organizzato dallo Stato – che della guerra è il titolare – e dallo Stato corredato dell'attrezzatura necessaria, in particolare di fucili semi-autentici (Gibelli, 2005, p. 319).

Questi giochi, tuttavia, lungi dal riproporre le coreografie che contraddistinsero l'educazione fascista della gioventù, erano espressione dell'individualismo tipico dell'*American way of live*, favorito, nel dopoguerra, dalla circolazione libera delle pellicole cinematografiche statunitensi (di Chio, 2022, p. 187).

Al principio degli anni Settanta Manfredo Danzig (1907-1978) propose la creazione di un *Centro di uomini di buona volontà* a Gerusalemme, che avrebbe avuto, tra gli altri obiettivi, quello di «far propaganda contro giocattoli sotto forma di armi o contro tipi di giochi, che coltivano nei ragazzi sentimenti aggressivi anche se in forma subcosciente» (Danzig, 1972, p. 36). I tentativi in tal senso, anche se infruttuosi, testimoniavano tuttavia nel contesto italiano la volontà di «promuovere la diffusione d'un nuovo modello di genere maschile, antitetico a quello virilista del fascismo» (Meda, 2014, p. 82), espressione, invece, dei valori della nuova Costituzione repubblicana (Losano, 2020). Le campagne ostili nei confronti delle armi-giocattolo, dunque, erano destinate a fallire sostanzialmente nei loro intenti: i bambini, infatti, erano attratti «dall'elevato valore simbolico che gli adulti attribuivano ad esse, pur senza arrivare a comprenderne fino in fondo tutte le implicazioni sociali, culturali e politiche, sublimare a livello immaginativo»

(Meda, 2014, p. 84). Furono le generazioni nate durante il Ventennio, dunque, che, tentarono senza successo di disciplinare «una violenza infantile – potenziale, rappresentata o, in altre parole, giocata – [...] in nome di logiche adulte politiche, ideologiche e/o di mercato». (Bernini & Malena, 2014, p. 13). Emblematica, sotto questo aspetto, è la risposta fornita da Dina Rinaldi (1921-1997) (Meda, 2013, p. 414) nella rubrica *Ufficio postale* de *Il pioniere*, organo settimanale dell'Associazione pionieri d'Italia, a un bambino che le chiedeva se fosse giusto o meno giocare con un carro armato ricevuto per Natale:

un giocattolo di guerra – rispondeva la direttrice – non è, di per sé, cosa che educi alla guerra. [...] Tua madre ha certo ragione quando dice che è preferibile regalare altri tipi di giocattoli, ma esagera quando pensa che il tuo carro armato ti farà “venir la voglia di adoperare le armi” (Franchini, 2006, pp. 148-149).

Il saggio ha evidenziato, dunque, la necessità di proseguire nello studio dei giocattoli e delle attività ludiche: essi, infatti, si presentano «come fonti ormai indispensabili per la ricerca storico-pedagogica, che, allo stato attuale, si propone di riformulare l'indagine sui processi educativi e culturali e di avviare una rinnovata analisi critica degli immaginari adulti» (Montecchiani, 2021, pp. 728-729).

### Bibliografia

- Abbatecola E., & Stagi L. (2017). *Pink is the new black. Stereotipi di genere nella scuola dell'infanzia*. Torino: Rosenberg & Sellier.
- Agamben G. (2001). *Infanzia e storia. Distruzione dell'esperienza e origine della storia*. Torino: Einaudi. (I edizione 1978)
- Albanese G. (2006). La brutalizzazione della politica tra guerra e dopoguerra. *Contemporanea*, IX, 3, 551-557.
- Barthes R. (1993). *Miti d'oggi; con uno scritto di Umberto Eco*. Torino: Einaudi
- Bernini S., & Malena A. (2014). Introduzione. *Genesis*, XIII, 2, 5-18.
- Bortolotti A., & Cecilian A. (2007). Giocare con cura. *Ricerche di Pedagogia e Didattica*, 2, 479-525.
- Caillois R. (1989). *I giochi e gli uomini*. Milano: Bompiani. (I edizione 1958)

- CastroNovo V. (2008). *1960. Il miracolo economico*. Roma-Bari: Laterza.
- Chiosso G. (2009). Stampatori ed editori per l'Università e la scuola tra Otto e primo Novecento. In G. P. Brizzi & M. G. Tavoni (a cura di), *Dalla pecia all'e-book. Libri per l'università: stampa, editoria, circolazione e lettura. Atti del Convegno internazionale di studi, Bologna, 21-25 ottobre 2008* (pp. 645-653). Bologna: CLUEB.
- Chiosso G., & Tomamichel S. (2018). Il Novecento: il secolo del bambino? Riflessioni storiografiche. *History of Education & Children's Literature*, XIII, 1, 627-638.
- Cives G. (2005). Presentazione. In M. P. Musso, *Il gioco e il fascismo: il ruolo dell'ideologia nelle esperienze del ludico durante il Ventennio* (pp. 17-20). Roma: Aracne Editrice.
- Crainz G. (2005). *Storia del miracolo italiano: culture, identità, trasformazioni fra anni Cinquanta e Sessanta*. Roma: Donzelli Editore.
- di Chio F. (2022). Più che un pugno di dollari. Denari americani e cinema nell'Italia del dopoguerra (1945-1950). *L'avventura. International Journal of Italian Film and Media Landscapes*, 2, 187-210.
- Danzig M. (1972). Creare a Gerusalemme un Centro di uomini di buona volontà. *La Rassegna Mensile di Israel*, 3°s., 38, 1, 35-38.
- Drasigh S. (2008). I giocattoli dei bambini. In M. D'Amato (a cura di), *Per un'idea di bambini* (pp. 165-180). Roma: Armando Editore.
- Farnè R. (2007). I "buoni" giocattoli. Modelli e orientamenti educativi di un gruppo di genitori nella scelta dei giocattoli. *Pedagogia e Didattica dei Servizi Educativi*, 2, 1-28.
- Fink E. (2008). *Oasi del gioco*. Milano: Raffaello Cortina. (I edizione 1957).
- Franchini S. (2006). *Diventare grandi con il Pioniere (1950-1962): politica, progetti di vita e identità di genere nella piccola posta di un giornalino di sinistra*. Firenze: Firenze University Press.
- Gabrielli P. (2021). *Se verrà la guerra chi ci salverà? Lo sguardo dei bambini sulla guerra totale*. Bologna: il Mulino.
- Gibelli A. (2005). *Il popolo bambino. Infanzia e nazione dalla Grande Guerra a Salò*. Torino: Einaudi.
- Hamilton D. (2009). Patents: a neglected source in the history of education. *History of Education: Journal of the History of Education Society*, 38, 2, 303-310.
- Julia D., Pazzaglia L., Betti C., & Tognon G. (2004). La storia dell'educazione come storia culturale. Interventi a cura di Fulvio De Giorgi. *Contemporanea*, 2, 263-286.
- Limone P. (2007). Racconti e discorsi, giochi e giocattoli. In P. Limone (a cura di), *L'accoglienza del bambino nella città globale* (pp. 197-210). Roma: Armando.

- Losano M. G. (2020). *Le tre costituzioni pacifiste. Il rifiuto della guerra nelle costituzioni di Giappone, Italia e Germania*. Frankfurt am Main: Max Planck Institute for European Legal History.
- Mattioni I. (2017). Bambole e bambine nel Novecento fra tradizione e modernità. In M. Gecchele, S. Polenghi & P. Dal Toso (a cura di), *Il Novecento: il secolo del bambino?* (pp. 17-30). Bergamo: Edizioni Junior.
- Mazzini F. (2012). «Popular Science Monthly». Divulgazione scientifica e banalizzazione del primo conflitto mondiale. *Contemporanea*, XV, 4, 673-690.
- Mecacci A. (2020). Ontologia del giocattolo. Il *Bauspiel* di Alma Siedhoff-Buscher. *Aisthesis*, 13, 1, 17-30.
- Meda J. (2013). 1909. Rinaldi Dina. In G. Chiosso & R. Sani (a cura di), *Dizionario Biografico dell'Educazione 1800-2000, Vol. II (L-Z)* (p. 414). Milano: Editrice Bibliografica.
- Meda J. (2014). «Non giocate col fuoco!». L'infanzia italiana, la ridefinizione dell'identità di genere maschile e la campagna per il disarmo del giocattolo (1946-1956). *Genesis: rivista della Società Italiana delle Storie*, XIII, 2, 63-84.
- Meda J. (2016). *Mezzi di educazione di massa. Saggi di storia della cultura materiale della scuola tra XIX e XX secolo*. Milano: FrancoAngeli.
- Monaci M. G., & Sarteur M. (2012). Alle bambine piacciono le bambole, ai bambini le macchine...o no? Il ruolo dei giocattoli nella differenziazione di genere. *Psicologia dello sviluppo*, XVI, 3, 453-480.
- Montecchiani S. (2021). La «scoperta» dell'infanzia e la valorizzazione delle pratiche educative: riflessioni sullo sviluppo epistemologico della ricerca storico-educativa sulla prima infanzia. *History of Education & Children's Literature*, XVI, 1, 713-731.
- Morandi M. (2021). «Santa Lucia, via del Paradiso. Cielo». Una storia inattuale di rieducazione ai sentimenti. In M. Lucenti (a cura di). *Ripensare gli anni Ottanta e Novanta. Infanzie e adolescenze in divenire* (pp. 39-50). Genova: Genova University Press.
- Mosse G. (1990). *Le guerre mondiali. Dalla tragedia al mito dei caduti*. Roma-Bari: Laterza.
- Musso M. P. (2005). *Il gioco e il fascismo: il ruolo dell'ideologia nelle esperienze del ludico durante il Ventennio*. Roma: Aracne Editrice.
- Oliviero S. (2017). I consumi e la storia dell'educazione. *Rivista di storia dell'educazione*, 2, 13-32.
- Oliviero S. (2022). Educare al consumo a scuola. In S. Oliviero (a cura di), *Consumo, identità e educazione. Dialoghi per un approccio interdisciplinare* (pp. 153-167). Milano: FrancoAngeli.



- Orestano F. (2016). Gian Burrasca piccolo chimico. Ovvero, l'esplosivo laboratorio della scienza per ragazzi. In E. Marazzi (a cura di), *Miei piccoli lettori... Letteratura e scienza nel libro per ragazzi tra XIX e XX secolo* (pp. 125-144). Milano: Guerini e Associati.
- Pinon R. (1997). I giocattoli. In P. De Sanctis Ricciardone (a cura di), *Il potere del debole. Dal gioco al sapere* (pp. 155-189). Roma: Meltemi.
- Regan P. M. (1994). War toys, war movies, and the militarization of the United States, 1900-1985. *Journal of Peace Research*, XXX, 1, 45-58.
- Scaglia E. (2020). *La scoperta della prima infanzia. Per una storia della pedagogia 0-3. Vol. 2 – Da Locke alla contemporaneità*. Roma: Studium edizioni.
- Scarpellini E. (2001). *Comprare all'americana: le origini della rivoluzione commerciale in Italia, 1945-1971*. Bologna: il Mulino.
- Sessa M. (2003). *Pinocchio balocco. Cent'anni del burattino fra artigianato e industria del giocattolo*. Pisa: Edizioni ETS.
- von Clausewitz K. (2001). *Della guerra*. Milano: Mondadori.

### Marchi

- Astori P. (1947). [ACS\\_001/P000019\\_82202-82400/WEB/82202-82400\\_0017.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_001.P000019_82202-82400.WEB.82202-82400_0017.jpg) (http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\_001.P000019\_82202-82400.WEB.82202-82400\_0017.jpg) [20/03/2023].
- Becheri C. (1956). [ACS\\_010/P000263\\_131402-131600/WEB/131402-131600\\_0070.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_010.P000263_131402-131600.WEB.131402-131600_0070.jpg) (http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\_010.P000263\_131402-131600.WEB.131402-131600\_0070.jpg) [20/03/2023].
- Edison (1958). [ACS\\_013/P003008\\_146201-146400/WEB/146201-146400\\_0074.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_013.P003008_146201-146400.WEB.146201-146400_0074.jpg) (http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\_013.P003008\_146201-146400.WEB.146201-146400\_0074.jpg) [20/03/2023].
- Edison (1960). [ACS\\_016/P003104\\_163101-163200/WEB/163101-163200\\_0012.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_016.P003104_163101-163200.WEB.163101-163200_0012.jpg); (http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\_016.P003104\_163101-163200.WEB.163101-163200\_0012.jpg) [20/03/2023].
- Edison (1961a). [ACS\\_017/P003168\\_169501-169600/WEB/169501-169600\\_0011.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003168_169501-169600.WEB.169501-169600_0011.jpg) (http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\_017.P003168\_169501-169600.WEB.169501-169600\_0011.jpg) [20/03/2023].

- Edison (1961b). [ACS 017/P003168 169501-169600/WEB/169501-169600\\_0012.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003168_169501-169600.WEB.169501-169600_0012.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_017.P003168\\_169501-169600.WEB.169501-169600\\_0012.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003168_169501-169600.WEB.169501-169600_0012.jpg)) [20/03/2023].
- Edison (1961c). [ACS 017/P003173 170001-170100/WEB/170001-170100\\_0018.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003173_170001-170100.WEB.170001-170100_0018.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_017.P003173\\_170001-170100.WEB.170001-170100\\_0018.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003173_170001-170100.WEB.170001-170100_0018.jpg)) [20/03/2023].
- Edison (1961d). [ACS 017/P003173 170001-170100/WEB/170001-170100\\_0019.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003173_170001-170100.WEB.170001-170100_0019.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_017.P003173\\_170001-170100.WEB.170001-170100\\_0019.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_017.P003173_170001-170100.WEB.170001-170100_0019.jpg)) [20/03/2023].
- Edison (1964). [ACS 016/P003131 165801-165900/WEB/165801-165900\\_0087.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_016.P003131_165801-165900.WEB.165801-165900_0087.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_016.P003131\\_165801-165900.WEB.165801-165900\\_0087.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_016.P003131_165801-165900.WEB.165801-165900_0087.jpg)) [20/03/2023].
- FAI (1947). [ACS 003/P000075 93802-94001/WEB/93802-94001\\_0143.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_003.P000075_93802-94001.WEB.93802-94001_0143.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_003.P000075\\_93802-94001.WEB.93802-94001\\_0143.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_003.P000075_93802-94001.WEB.93802-94001_0143.jpg)) [20/03/2023].
- Pincione G. (1949). [ACS 003/P000072 93202-92401/WEB/93202-93401\\_0141.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_003.P000072_93202-92401.WEB.93202-93401_0141.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_003.P000072\\_93202-92401.WEB.93202-93401\\_0141.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_003.P000072_93202-92401.WEB.93202-93401_0141.jpg)) [20/03/2023].
- Raggi L. (1954). [ACS 008/P000203 119402-119600/WEB/119402-119600\\_0151.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_008.P000203_119402-119600.WEB.119402-119600_0151.jpg) ([http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS\\_008.P000203\\_119402-119600.WEB.119402-119600\\_0151.jpg](http://dati.acs.beniculturali.it/mm/local/detail.html?ACS_008.P000203_119402-119600.WEB.119402-119600_0151.jpg)) [20/03/2023].