

“Barbie autistica”: ne parlo con Enrico Valtellina

Category: Comunicazione & Media, Società
scritto da Massimo Giuliani | 10 Febbraio 2026



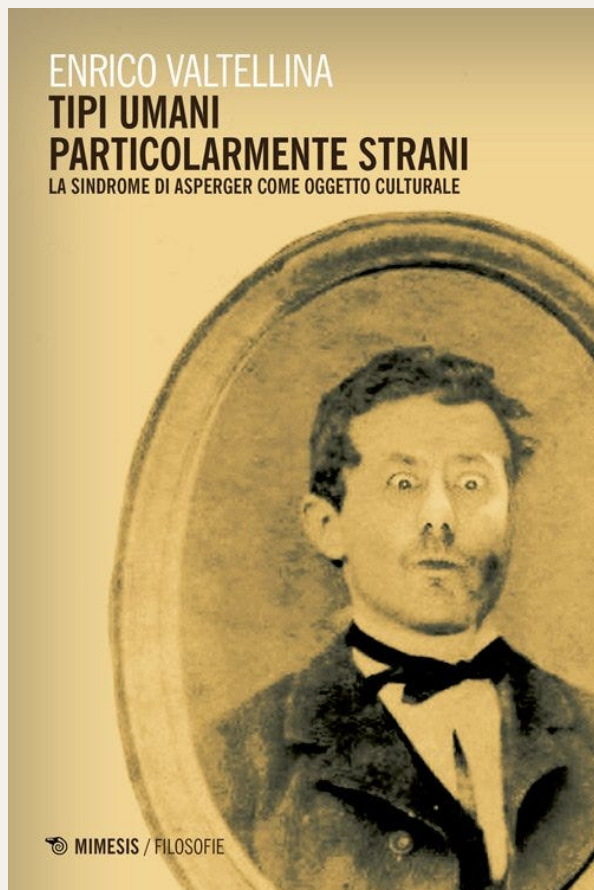
Questo articolo è stato inviato il 21 gennaio agli abbonati alla mia newsletter di Substack.

Puoi abbonarti per ricevere via e-mail in anteprima gli articoli del blog.

In questa settimana si è parlato molto sui social, con toni controversi, del nuovo prodotto della Mattel che vorrebbe aiutare i bambini a comprendere “i molti modi in cui ognuno di noi può sperimentare il mondo”. Osservatori esperti, gente comune e gente coinvolta nell’autismo, intervenivano con parole ora di encomio, ora di disapprovazione.

Cercando di farmi un’idea mi sono detto: quale occasione migliore del fatto che conosco da vicino Enrico Valtellina?

Enrico (laurea in filosofia a Milano e PhD alla Universidade do Estado do Rio de Janeiro), si occupa di *Disability Studies* e *Critical Autism Studies*. Talvolta lavora nel mondo editoriale e insieme ci occupiamo di questo. Ecco cosa ne è venuto fuori...



Massimo Giuliani: Enrico, avrai sentito anche tu. Che ne pensi della nuova bambola, con accessori e postura che vorrebbero rappresentare quelli della persona autistica?

Enrico Valtellina: L'hype dell'autismo è in crescita costante, come aumento delle diagnosi, ma anche come fenomeno culturale con una enorme esposizione mediatica. E con testimonial – si pensi in Italia agli Antonello, a Nico Acampora di Pizzaut, a Elio delle Storie Tese, a Nicoletti – con una forte presenza sui social di attiviste e gruppi di genitori. La Barbie autistica si inserisce in questa curiosa sovraesposizione delle condizioni di non conformità relazionale, sensoriale, cognitiva, esistenziale che il DSM chiama autismo.

Evidentemente la multinazionale dei giocattoli che la produce ha pensato che tale hype possa fare da traino alle vendite, oltre a connotare la bambolina come inclusiva. La Barbie storica è la sintesi di tutto ciò che è considerato desiderabile in una ragazza dalle società occidentali: bella, bionda, alta, cis, ricca. La Barbie autistica, con le cuffie contro la sovrastimolazione sonora, le mani che *stimmano* (per *stimming*, o *self-stimulatory behavior*, si intendono quei movimenti ripetitivi di autoregolazione per gestire stress, ansia, iperstimolazione sensoriale, associati alle persone autistiche: la nuova Barbie è dotata di fidget spinner e di articolazioni mobili che permettono di simulare quei movimenti, nota mia), il tablet per la CAA (comunicazione aumentativa alternativa), sembra darsi come controcanto rispetto al modello storico, legittimare il non conforme. In effetti è un'operazione commerciale: aggiungere alla bambolina tre stereotipi autistici fa parlare della Barbie, ne fa vendere, connota positivamente l'azienda. È un capitolo ulteriore di ciò che Alicia Broderick analizza in *The Autism Industrial Complex*, l'indotto generato dalla esposizione culturale della condizione.

MG: Se capisco, Broderick parla della costruzione di una narrazione che sostituisca la vecchia metafora dell'autismo come nemico e alieno; che però è una narrazione neoliberista, che vede una risposta alle persone autistiche solo in termini di "intervento" coerente con una aspettativa abilista e con le necessità della produzione di merci, mercati e consumatori...



Calze "sensoriali" per autistici

EV: Infatti. La Barbie autistica è parte del merchandising legato all'autismo, dai calzini agli *spinner*, da Pizzaut e Specialisterne, multinazionale nata per trovare lavoro agli autistici, assecondando l'ideologia della redenzione attraverso il lavoro – nel loro caso per lo più in lavoretti a margine dell'IT.

MG: Perché proprio l'*Information Technology*?

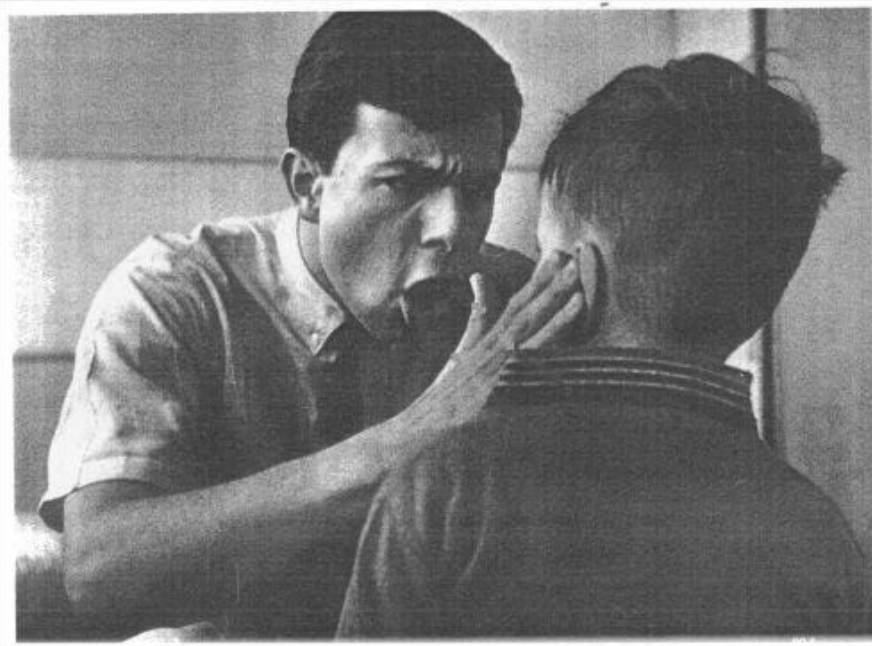
EV: Perché c'è questa idea che i nerd sono autistici, allora questa multinazionale prende contatto con aziende di IT e trova posti di lavoro per loro, dando consulenza all'azienda e organizzando corsi di formazione. Evidentemente è uno stereotipo, in realtà molti detestano i pc e non vogliono averci a che fare, ma gli tocca.

Ma il grosso dell'indotto sono le "cure", interventi miracolosi invocati dai genitori e prontamente inventati: chelazione per togliere dal corpo i metalli pesanti (talvolta considerati da sconsiderati come esito dei vaccini), camere iperbariche. Dopo una raccolta fondi per portare un bambino in USA, nonna e bambino sono andati a fuoco in una camera iperbarica. C'è poi lo sterminato mercato degli interventi e delle psicoterapie.

Seguendolo da più di vent'anni, ho visto le azioni dei diversi approcci salire e scendere secondo il *mood* del mercato.

Quando ho cominciato ad occuparmene erano egemoni le ginnastiche comportamentiste, tra queste principalmente ABA, inventata da Ivar Lovaas quando il progetto di cura comportamentista di conversione dell'omosessualità dovette essere dismessa perché questa era stata tolta dal DSM, le stesse metodiche bastone e carota vennero applicate alle scatole nere autistiche,

talvolta quella del bastone non era una metafora, gli avversativi violenti erano una pratica incoraggiata.



Ole Ivar Lovaas, fondatore dell'ABA (Analisi Comportamentale Applicata), al lavoro con un bambino.

MG: "Erano"...? Fino a quando?

EV: Nei primi anni duemila era comunque in auge. I suoi sostenitori dicevano che era cambiata, che ora non si usavano più gli avversativi, tranne quando necessari. I genitori erano disposti a svenarsi per pagare quaranta ore di intervento individuale la settimana, convinti dalla ricerca di Lovaas, che si concludeva sostenendo che dopo l'intervento, i bambini autistici erano "virtualmente indistinguibili" dai bambini "normali". Negli ultimi anni, a fronte dell'esiguità dei risultati e dell'implosione dell'affermazione pretesa che fosse l'unico metodo di intervento scientifico *evidence based*, e tanto più dopo che autistici adulti hanno raccontato le esperienze di violenza subita da bambini, ABA è in crisi profonda, e così la sua struttura piramidale: alla base operatori pagati una miseria, sopra i supervisori, che monitorano l'intervento, pagati secondo la loro notorietà, ai piani superiori i docenti dei master che formano i supervisori e i guru del comportamentismo radicale.

MG: Acanfora su "Domani" del 13 gennaio considera il giocattolo "una risposta cosmetica a un problema sistemico". Qual è il problema sistemico?

EV: Il problema sistemico è la marginalizzazione sociale delle persone non conformi, non performative. Sono usciti libri molto interessanti su questo tema di recente, *Politiche dell'autismo*, a cura di Alberto Bartocchini, Lorenzo Petrachi e Giulia Russo (Derive/Approdi) e *L'impero della normalità* di Robert Chapman (curato dal gruppo Ippolita e pubblicato da Mimesis). Entrambi, ma anche i libri di Fabrizio, cercano di analizzare le matrici sistemiche di tale marginalizzazione. La diagnosi di autismo, che Ian Hacking diceva essere una diagnosi "amministrativa", concessa per dare

supporto a chi sconta forme disparate di non conformità, relazionale, sensoriale, cognitiva, esistenziale, nasce per compensare questa marginalizzazione, che in ultima istanza procede dalla non corrispondenza alle aspettative di produttività e soggezione del sistema liberista.

MG: Sempre Acanfora in quell'articolo dice di non negare il valore simbolico della rappresentazione, né che possa incidere sull'immaginario di molte bambine e bambini, e sostiene che "proprio per questo è necessario chiamare le cose con il loro nome". Vuol dire che un certo genere di comunicazione può avere effetti culturali? Che la Barbie autistica è un'occasione sprecata?

EV: Non so quanto possa incidere sull'immaginario di bambine dell'età in cui si gioca con la Barbie, e non mi sembra che l'operazione commerciale sia mirata a loro, piuttosto a genitori, zie e in senso ampio a quanti siano sensibili ai temi della non marginalizzazione delle persone autistiche, è una strategia per fare surf sull'onda dell'hype dell'autismo. L'occasione non è sprecata, l'hanno colta e da quanto se ne parla, in bene o in male, è stata una promozione forte del *brand*, che immagino marcase il passo, col suo immaginario borghese anni Settanta. Non possiamo aspettarci che la promozione del discorso emancipativo su questi temi venga da una multinazionale, piuttosto dal lavoro serio di sensibilizzazione portato avanti da un soggetto collettivo che si sta costituendo a livello globale.

MG: Soggetto globale? A cosa ti riferisci?

EV: Agli attivisti autistici. Io non lo sono, ma ho contatti con Argentina, Brasile, Messico, USA, UK, Francia, Belgio. Stanno sviluppando un discorso condiviso. Venticinque anni fa ho preso un'onda che non ha mai smesso di crescere.



MG: Ma come vedi il fatto che la Mattel rivendichi la consulenza della comunità autistica "per rappresentare i modi comuni in cui le persone autistiche possono sperimentare, elaborare e comunicare il mondo che le circonda"? Sostiene che questa bambola inviti più bambini a vedersi rappresentati in Barbie. Un tentativo di legittimarsi tramite le

associazioni?

EV: Non mi è chiaro quali ritorni possa avere ASAN, Autistic Self Advocacy Network, dall'operazione. Certamente visibilità, forse risorse economiche. Altri gruppi non si sarebbero mai prestati all'operazione, anche perché sono tre stereotipi posticci. Conosco alcuni autistici che usano cuffie con compensazione dinamica del rumore in posti affollati, due o tre su centinaia. E lo *stimming* non è solo sfarfallare con le mani, ci sono infiniti modi, talvolta creativi, per compensare il sovraccarico o cercare una sintonia con se stessi. Quanto al tablet per la CAA, è uno strumento che usano pochissimi, in effetti l'ho visto più utilizzato da persone con forme particolari di tetraparesi spastica.

MG: Dicevi dei "tre stereotipi": *stimming*, cuffie e tablet. Ma la Barbie ha anche lo sguardo leggermente a lato e l'abito ampio non a contatto con la pelle...

EV: Ha tolto l'etichetta dal vestito? (Altra cosa ricorrente, per alcuni...). Stereotipi.

Il discorso sullo sguardo è enorme, cosa passa dallo sguardo? È una dinamica interattiva straordinariamente complessa, come il linguaggio posturale o le espressioni del viso, la bambola che guarda di lato è una parodia.

Quanto all'aiutare a sentirsi rappresentate da Barbie, mi sembra paradossale: la Barbie è una sintesi di stereotipi rispetto alla bellezza femminile, le bambine che ci giocano non lo fanno perché si sentano rappresentate, ma perché c'è un mandato culturale a riprodurre quegli stereotipi, così come a noi regalavano i soldatini. Rispetto a questo, la Barbie autistica non è un movimento verso l'inclusività sociale, ma un'operazione commerciale che a un insieme di stereotipi ne aggiunge altri. Ci si può vedere al contrario qualcosa di abbastanza orribile: sei autistica, per Natale ti regalo la Barbie autistica, ti metto nella tua casella. Al tuo fratellino senza una gamba, la stacciamo al Big Jim prima di regalarglielo...

Enrico Valtellina ha pubblicato:

- *Louis Wolfson. Cronache da un pianeta infernale* (curato con Pietro Barbetta, Manifestolibri, 2014),
- *Quale disabilità? Culture, modelli e processi d'inclusione* (con Roberto Medeghini, Franco Angeli, 2016),
- *Tipi umani particolarmente strani. La sindrome di Asperger come oggetto culturale* (Mimesis, 2016);
- *L'autismo oltre lo sguardo medico. Critical Autism Studies* (Erickson, 2020)
- "L'idiot de la famille, c'est moi". Movimento della "neurodiversità" e letteratura, in Elephant & Castle (2023);
- *Teorie critiche della disabilità. Uno sguardo politico sulle non conformità fisiche, relazionali, sensoriali, cognitive* (a cura, Mimesis, 2024);
- *Sulla disabilitazione. Introduzione ai disability studies* (a cura, UTET Università, 2025).