

MAMMA, FATTI IN LÀ

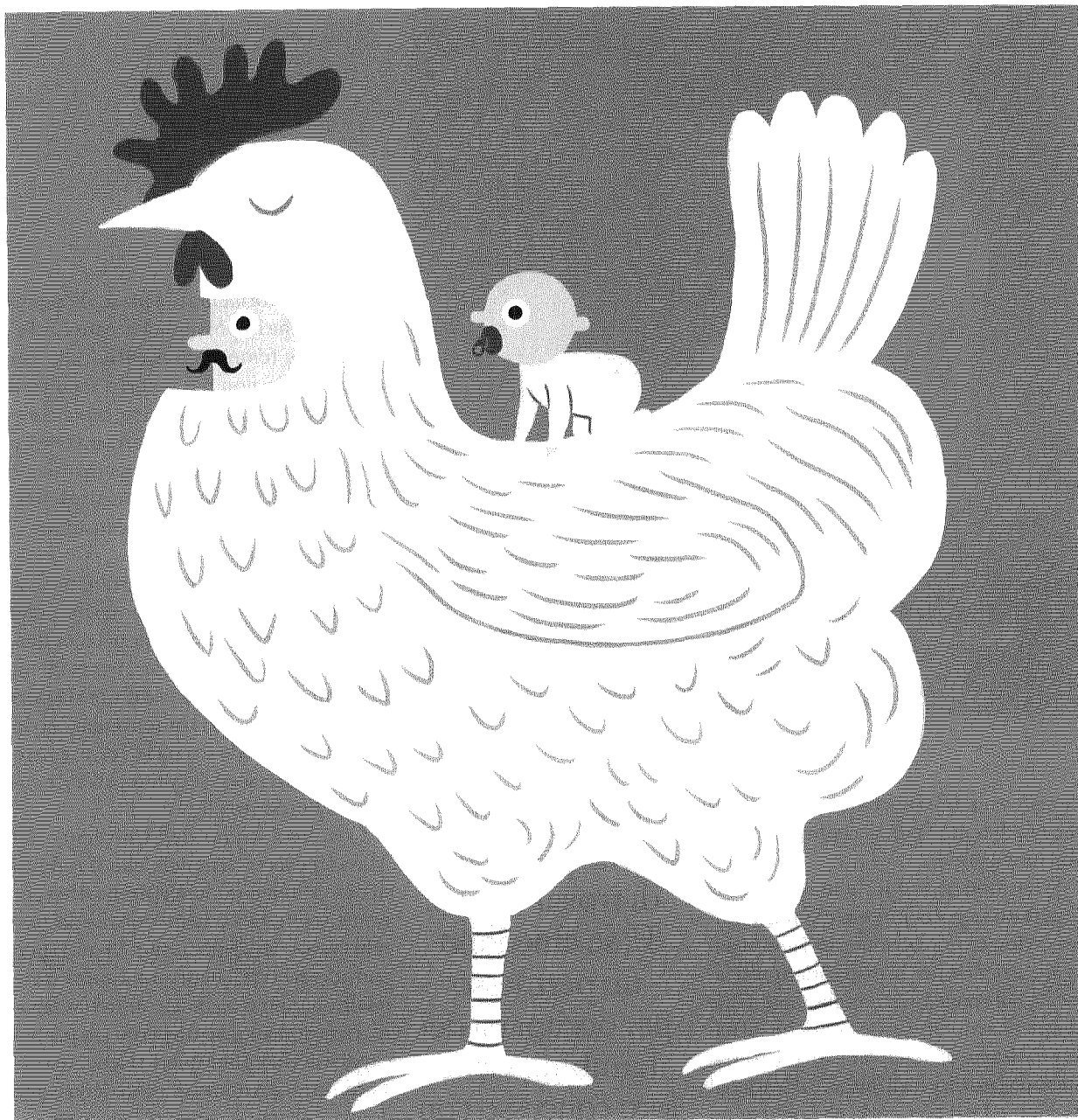
L'ORGOGGIO DI ESSERE PADRI SI SCATENA SUL WEB

Pretendono pannolini nei bagni maschili, postano foto, discutono di ruttini e criticano le mamme. I nuovi papà si aggirano armati di hashtag tra le community web in cerca di un riconoscimento. Ma intanto fanno nascere un dubbio: non staranno esagerando?

*di Costanza Rizzacasa d'Orsogna,
illustrazioni di Valeria Petrone*

COME SE IL PUPO l'avesse sfornato il Padreterno. È la prevalenza del papà. L'I Ching, l'Alfa e l'Omega, nuova categoria di santità. È on line, dove i babbi rivendicano uno spazio tutto loro. Come Daddit, community del social network Reddit, che ha il doppio di utenti di Mommit. Ma ci sono anche Nuevo Dads, How to Be a Dad, The Daddy Doctrines, Busy Dad Blog. E se per la maggior parte sono innocue e anzi tenerissime, con i papà che postano le foto dei lattanti, che si disperano fra rigurgiti e ruttini, altre sono a porte chiuse: per ironizzare sulle mamme, al riparo dalle critiche, denunciare le mancanze, in una rivalità paradossale. Il *New York Times* ci ha fatto un'inchiesta e ha scoperto un mondo. «Cerchiamo un posto dove non sentirci soli, per condividere il nostro fardello». Eroi.

COSÌ, MENTRE SU BUZZFEED impazzano le gallery di sexy papà, la "fratellanza dei papà", come la chiamano, va forte anche su Twitter, con 112 milioni di tweet dedicati nel 2014. Si mobilitano le star. Ashton Kutcher condanna la mancanza di fasciatoi nei bagni pubblici maschili? Infuria l'hashtag #pottyparity: parità del vasino. La letteratura fiorisce anche da noi. Come *Il bambino indaco*, di Marco Franzoso (Einaudi), storia di maternità malata da cui il



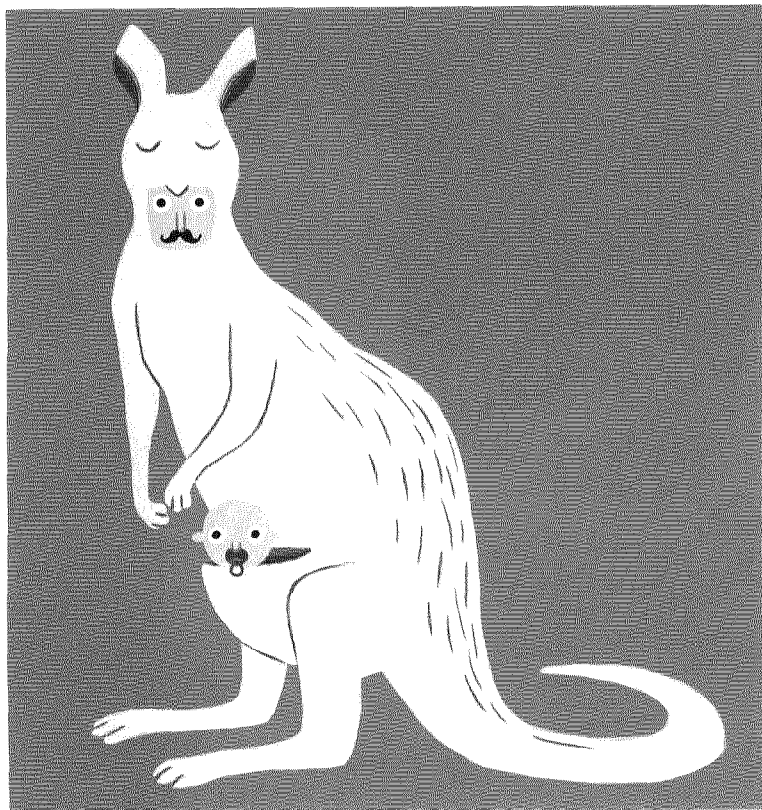
film *Hungry Hearts* con Alba Rohrwacher. E, pochi mesi fa, sempre Marco Franzoso ha pubblicato *Gli invincibili* (Einaudi), dove la madre se n'è andata.

«Blogger? No, attivista». I gruppi di orgoglio paterno rifiutano l'etichetta di mammo, chiedono un marketing personalizzato. Come al Dad 2.0 Summit che si è tenuto a Houston, dove una multinazionale del beauty distribuiva campioncini di whisky. Nel 2012, una nota azienda di pannolini aveva lanciato un nuovo spot. «Per dimostrare che i nostri pannolini resistono a tutto, li abbiamo sottoposti al

**Rifutano
di essere
etichettati come
“mammi”
e chiedono
un marketing
personalizzato**

test più estremo: padri soli in casa, con i bebè, per cinque giorni». Apriti cielo. La raccolta firme promossa da un papà per chiedere all'azienda di rimuoverlo, ne ha scatenate migliaia. «Ci fanno sentire incompetenti. Come se avessimo bisogno di un prodotto speciale per compensare la nostra inettitudine». Non hanno mai fatto caso, chiaramente, alle pubblicità che da sempre bollano le mamme come inadeguate, sfruttandone la fragilità post parto, facendo leva sui sensi di colpa. Incredibilmente, l'azienda ha ceduto. Modificando quello spot in uno papà-friendly.

MAMMA, FATTI IN LÀ



L'avessero mai fatto per le mamme - o sarà che noi di tempo per raccogliere le firme non ne abbiamo?

Si battono perché il ruolo del papà sia rispettato - e poco importa che fino all'altro ieri fossero loro a rifiutarlo. Fanno causa alle aziende per la disparità di trattamento sul congedo parentale. Così Time Warner ha modificato le politiche sul paternity leave, offrendo ai padri sei settimane pagate invece di due. C'è il National At-Home Dad Network, che ogni anno riunisce in Colorado papà a tempo pieno di tutta l'America per una due giorni di ricette e supporto psicologico. Addirittura, sempre più maschi soffrono di depressione post parto. Disturbo vero, che secondo il sito PostpartumMen affligge ogni giorno negli States mille nuovi papà. «Secondo altri sono 2.700: un papà su quattro».

L'apoteosi è il *dadbod*. Il "corpo da papà", nuovo ideale di bellezza maschile: pancetta, seno cadente e rotolini. «Era ora che la società accettasse che il corpo di un uomo, quando ha figli, si trasforma» ironizzava al *Daily Show* l'attrice Kristen Schaal. Ma sì, rassicuriamo i poveri

I genitori maschi hanno più chance di trovar lavoro. E, se chiedono un permesso per occuparsi dei bambini, viene loro concesso con ammirazione



maschiotti, tormentati, loro sì, da aspettative fisiche impossibili. Peccato che l'equivalente femminile *mombod*, che per conquistarlo non basta certo incollarsi alla tv e trangugiare patatine, sia celebrato solo per quanto più in fretta una riesca a liberarsene. Il corpo di una mamma è tanto sexy che se posta sui social una foto mentre allatta questa viene censurata.

PERCHÉ DICIAMOCELO, non staremo esagerando? I padri trascorreranno pure con i figli tre volte più tempo che nel 1965 (sette ore a settimana nel 2011, contro le 14 di mamma, che dedica poi 18 ore ai lavori di casa), ma le madri i bimbi li tengono in braccio da quando è nata la Terra, e però per loro non ci sono sexy fotogallery, figurarsi definirle eroiche.

Così uno studio dell'Università del Massachusetts denuncia che il reddito di una donna diminuisce del quattro per cento a ogni figlio, mentre quello dei maschi cresce del sei per cento. I padri sono considerati dipendenti più capaci delle madri, hanno più chance di trovar lavoro. E, se domandano un permesso per occuparsi dei bambini, questo viene concesso con ammirazione; se a chiederlo è una donna, è sistematicamente biasimata.

Per fare il verso a tutto questo è nato *Dad Magazine*. Esilarante finto giornale per papà creato dal sito The Toast. L'ultima copertina recita così: «La festa della mamma? Perché non la festa del papà? Ah, no: quella c'è già». Ancora: «Di che cosa parliamo quando parliamo di pidocchi», «Dritte per ricordarti che classe fa tuo figlio», «Dieci insulti da urlare ai bambini le prossime vacanze di Natale», «Guida alle pomate da mettere sotto il naso per non sentire le puzlette». Sperando che una delle decine di verissime nuove riviste per papà non titoli «Come attaccare il pupo al seno». ●