

KidZania

8 Luglio 2015

Da Rassegna di Arianna del 7-7-2015 (N.d.d.) Immaginate un parco divertimenti per bambini dai quattro anni in su replicante l'ordine economico vigente. Un parco in cui non c'è un castello ma una Banca Centrale, non un tesoro nascosto ma dei banalissimi sportelli bancomat. In cui non si viaggia su carrozze incantate, ma sugli aerei targati British Airways o American Airlines. Un parco dove non si gioca a fare i principi e le principesse, le dame e i cavalieri, ma i cassieri, i dentisti, i banchieri, gli operai in catena di montaggio. La parola d'ordine non è virtù, ma produttività: il "ti auguro una buona giornata" cede il posto al "ti auguro una giornata produttiva" ("have a productive day"). Benvenuti a KidZania (ovvero "Terra dei bambini cool"), l'anti-Disneyland in cui, banditi il fantastico e il fiabesco, gli infanti imparano la gestione del capitale, iniziati al consumismo dei "grandi". Lanciato nel 1996 dall'imprenditore messicano Xavier López Ancona e recentemente inaugurato a Londra, ultima location di un business miliardario già diffuso sui cinque continenti, KidZania si propone di offrire ai bambini dai quattro ai dodici anni un'esperienza realistica della vita lavorativa che li aspetta. Il parco, infatti, è una replica in scala di una città dall'economia prospera, in cui i bambini possono lavorare dietro compenso monetario per diverse aziende, partner e sponsor del parco: Coca Cola, Wal-Mart, Dell, Nestlé, Sony e via dicendo. I salari vengono pagati in kidzos, moneta ufficiale di KidZania utilizzabile nei vari parchi sparsi per il mondo e spendibile per acquistare prodotti e servizi all'interno degli stessi. Per prendere parte alle varie attività, i bambini devono aprire un proprio conto bancario, in cui possono depositare i kidzos guadagnati per riattingervi nelle visite seguenti, ricorrendo ai vari bancomat presenti nei parchi. Nulla è gratuito, salvo il capitale iniziale di cinquanta kidzos dato in dotazione a ciascun bambino al momento della prima visita. Più i bambini lavorano, più guadagnano, più possono sperimentare la varietà di prodotti e servizi offerti da KidZania, in cui vige lo stesso imperativo morale dell'Occidente adulto: lavorare di più per avere di più. Così come vigono una pseudo assemblea parlamentare, costruita sulla falsariga del Congresso statunitense, una Lega dei Diritti, un inno ufficiale, un'entità religiosa non meglio identificata (lo "Spirito Eterno") e una lingua di ispirazione vagamente albionica, dove kal sta per friend e Z-U per see you. Il tutto condito dalla miglior retorica mondialista, fondata su una "visione utopica aspirante all'unità", contro la "divisività" della razza, della religione e della cultura. E il tutto ovviamente lontano dallo sguardo indiscreto dei genitori che, dopo aver pagato il biglietto d'entrata per i loro pargoli, sono invitati a restare fuori da KidZania, magari facendo shopping nei negozi piazzati strategicamente intorno ai parchi. Spiega López Ancona: "Mettiamo (i bambini) in condizione di essere indipendenti [...] Noi non diciamo niente se non: aprite il vostro conto, incassate i soldi e cominciate a spenderli". Sano realismo o iniziazione ideologica a meccanismi di consumo e di produzione disumanizzanti? Che sia educativo formare i bambini all'amore per il lavoro, alla gestione intelligente dei propri mezzi e alla creatività imprenditoriale è fuor di dubbio. Dubbiamente educativa è, invece, la normalizzazione della produttività e della logica del "sempre di più" quali paradigmi di vita, cui soggiace un funesto silenzio sul senso del limite. Per non parlare della monetizzazione dominante, figlia della rimozione sdegnosa del fiabesco: "KidZania" non è fantasia. Non stiamo a parlare di nani e di principesse. Contenti loro. Ma gli eventi più o meno recenti suggeriscono che forse nani e principesse possono essere meno fantasiosi e più concreti dei depositi bancari. Benedetta Scotti