



L'immagine dell'infanzia di oggi e di ieri

Anna Maria Gianotti

Quaderni acp 2001; vol VIII, n° 1: 14-15

Cattedra di Antropologia Culturale, Facoltà di Scienze della Formazione, Università di Bologna

Diverse culture e diversi periodi storici hanno avuto diverse rappresentazioni culturali dell'infanzia; cioè hanno avuto dei bambini, non solo immagini ma opinioni e "rispetto" diverso.

Da sempre, ogni società dipinge un proprio ritratto dell'infanzia; lo fa attraverso le istituzioni preposte all'allevamento formale/informale dei propri membri o attraverso le caratteristiche che di volta in volta attribuiscono al bambino in quanto "essere" in rapporto di dipendenza con l'adulto.

Se l'immagine del bambino è molto spesso il risultato di compromessi tra differenti istanze culturali, è certamente difficile affrontarne una descrizione se si considera quest'immagine come una categoria universale. La prospettiva adottata in questa breve nota non intende negare l'esistenza di un'età biologica classificabile come infantile; l'intento è semplicemente quello di constatare come *diverse culture e diversi periodi storici* hanno visto *diverse infanzie*, o meglio *diverse rappresentazioni culturali dell'infanzia*, sovrapporsi le une alle altre. Se, infatti, nella cultura occidentale l'ingresso nell'età adulta viene testimoniato da una precisa scansione temporale, che rimanda l'assunzione di ogni responsabilità civica a dopo il compimento del diciottesimo anno di età, in altre realtà culturali l'ingresso nell'età adulta viene testimoniato dalla capacità, dal coraggio dimostrati nel superare una prova iniziatica, attraverso un momento di passaggio in cui l'intero corpo sociale è coinvolto (nota 1).

Per lungo tempo la stessa riflessione antropologica ha considerato l'infanzia un aspetto delle culture non suscettibile di studio. Questa, infatti, veniva per lo più ignorata nello studio delle diverse società. Tutto ciò che precedeva l'età adulta restava nel dominio dell'innocenza e della spontaneità, in una fase in cui la natura aveva ancora la meglio sulla cultura. Il fatto che l'uomo si trovasse ad affrontare durante la sua vita ruoli diversi e discontinui era ampiamente riscontrabile in tutte le culture e non rappresentava certo una novità per il materiale etnografico, ma, al contrario, il fatto che le caratteristiche del bambino, proprio come quelle dell'adulto, fossero il risultato di condizionamenti culturali, e pertanto variassero sensibilmente da una cultura all'altra, fu un elemento che venne alla luce solo negli anni trenta.

Fu proprio attraverso la comparazione tra culture che alcuni assunti educativi della cultura occidentale, fino ad allora considerati come dogmi, si mostrarono per la prima volta in tutta la loro limitatezza e contingenza: il bambino senza sesso, il bambino come essere incompleto, il bambino come non-adulto, tenuto ad apprendere atteggiamenti di sottomissione, di esclusione da ogni impegno sociale in prima persona, il bambino come essere le cui capacità non erano neppure da porre in relazione con quelle adulte. Tutte queste caratteristiche risultarono essere peculiari della società occidentale e pertanto decisamente prive di quell'attribuzione di "naturalità" che per lungo tempo gli era stata concessa.

È il grande antropologo Marcel Mousse, nel 1934 (nota 2), ad affermare che il corpo è il primo ed il più naturale strumento dell'uomo. Alla base di questa osservazione vi è, dunque, la consapevolezza che ogni cosa in noi è condizionata: ogni movimento, ogni postura, ogni atteggiamento, anche una semplice camminata, sono rinvenibili all'interno di una tipologia culturale che ci viene trasmessa ed in cui l'aspetto biologico o quello psicologico e individuale non sono che parte di una reazione ad una imposizione sociale. Il bambino porta dunque su di sé i "segni" della propria cultura e non soltanto quelli evidenti, quali scarificazioni, mutilazioni, ecc., ma anche quelli non percepibili, quali il modo di sedersi, la capacità a stare sui talloni, di dormire in posizione eretta e così via.

Se è corretto affermare che la cultura *segna* profondamente il corpo, lo stesso può dirsi circa le rappresentazioni, le proiezioni esterne che di questo corpo vengono date. Uno storico, come Philippe Ariès, attraverso una ben documentata analisi, evidenzia come il sentimento dell'infanzia, che ha animato la civiltà occidentale dal Medio Evo all'Età Moderna, abbia subito delle profonde modificazioni testimoniate da sorprendenti rappresentazioni iconografiche (nota 3). Ariès ci parla di un'arte medioevale che non conosceva l'infanzia; e questo, non è certo dovuto a goffaggine o ad incapacità espressiva, ma viene letto come effetto di un profondo

disinteresse per tutto ciò che veniva considerato al di fuori dell'età adulta. Dice Ariés: "una miniatura ottoniana dell'undicesimo secolo, ci dà un'idea impressionante della deformazione a cui l'artista sottoponeva il corpo infantile in un senso che pare allontanarsi dal nostro modo di sentire e di vedere. Il soggetto è la scena del vangelo in cui Gesù chiede che si lascino venire a lui i bambini piccoli (...) il miniaturista raggruppa attorno a Gesù otto uomini, senza nulla d'infantile, riprodotti semplicemente in formato ridotto. Solo la statura li distingue dagli adulti (nota 4)". Come si arriva, nel tempo, alle foto di bambini di tutte le età dei nostri album familiari? Con il sopraggiungere di un sentimento moderno dell'infanzia anche l'arte si avvia ad una rappresentazione più realistica e sentimentale.

Neil Postman, in una analisi dell'infanzia contemporanea assai illuminante, afferma che durante il corso dell'Ottocento, fino ad arrivare ai giorni nostri, l'infanzia, riconosciuta ormai come il perno centrale dell'istituto familiare, è stata, anche grazie a tecnologie quali la stampa, progressivamente isolata, protetta, relegata in una particolare sfera del sociale: libri per l'infanzia, abiti per l'infanzia, un'istituzione scolastica rigidamente impostata per classi di età. Ciò ha progressivamente posto il bambino in una situazione di estrema dipendenza/protezione nei confronti dell'adulto. Ebbene tutto questo, secondo Postman, sembra venire meno nella società contemporanea grazie all'influenza dei media elettronici. Il diaframma che separava il mondo adulto da quello infantile sembra infatti infrangersi contro le innumerevoli rappresentazioni elettroniche, con il risultato che il bambino, ancora una volta punto centrale di ogni rappresentazione familiare, è oggi più simile ad un adulto. Lo è nei suoi atteggiamenti, nei vestiti che indossa, nei prodotti che gli vengono proposti. La tecnologia elettronica ha ricreato, secondo Postman, quell'uomo in miniatura di cui parla Ariés nel suo saggio (nota 5).

Ma guardando alle rappresentazioni contemporanee, quale immagine del bambino ci possono suggerire le enormi quantità di materiale iconografico prodotte dai mezzi di comunicazione di massa e in che modo questo stesso materiale fruito, assorbito, elaborato da piccoli utenti contribuisce a formare stili di comportamento, ad evidenziare particolari caratteristiche corporee o di atteggiamento, a creare stereotipi o, ancora, a stigmatizzare le differenze? Ad una prima analisi il materiale immaginario e mediatico può cer-

tamente apparire come una realtà estremamente caotica e contraddittoria, ma originali lavori di tipo etnografico atti a ricostruire gli schemi ed i modelli culturali prodotti da questi "universi simbolici" hanno evidenziato la presenza di elementi e caratteristiche costanti nella rappresentazione. In particolare, un gruppo di antropologi coordinati da Matilde Callari Galli, in una ricerca condotta sull'immagine del bambino nella pubblicità dal 1982 al 1986, ha evidenziato come l'immagine del maschile e quella del femminile seguano dei canoni ben precisi, assumano ruoli ed evidenzino opposizioni. Nell'universo pubblicitario dedicato all'infanzia le bambine sono spesso rappresentate come caricature della donna che saranno: delle piccole mamme o delle piccole Lolita. Tutto, nella rappresentazione pubblicitaria al femminile, dai colori ai toni dei dialoghi fino alle musiche, sembra suggerire dolcezza, tenerezza, simpatia e bellezza. Ad essere messi in evidenza spesso atteggiamenti di grazia e leziosità. Di tutt'altro tenore sono le pubblicità per "maschiotti". Queste tendono ad esprimere coraggio ed ardore con musiche marziali, forti contrasti, dialoghi che inneggiano all'avventura e alla tecnologia, alla scoperta del mondo e alla conquista (nota 6).

Ancora una volta il mondo adulto disegna, delinea, forma le caratteristiche del bambino, del bambino ideale, del bambino che tutti vorremmo, di un bambino, che tutti desideriamo proteggere ed amare, e che sembra sempre più inarrivabile nella sua perfezione. Sono certo molte le prospettive mancanti in una produzione iconica spesso troppo ridondante, ripetitiva e stereotipata, ma soprattutto a mancare è, oggi come nel passato, la prospettiva infantile.

Ancora una volta possiamo immaginare loro, i bambini, come dei "precipitati" in una realtà culturale che li predefinisce, sposando quindi l'ottica che li vuole come una tabula rasa, o considerarli invece come dei "barbari invasori", venuti a turbare un ordine prestabilito in virtù del quale debbono essere, almeno in parte, "normalizzati". In entrambe queste prospettive possiamo soltanto immaginare, attraverso il nostro sguardo adulto, cosa pensano i bambini delle immagini di "se stessi" che il "nostro" universo, quello dei "grandi", costruisce. Ma queste immagini sono, da loro, subite passivamente o "elaborate" ed "utilizzate" per creare i propri "pezzi" di identità?

La prospettiva antropologica, proprio per il suo porsi in situazione di ascolto e di empatia con il proprio universo di studio, in que-

sto caso quello infantile, può rappresentare un utile strumento di mediazione tra queste due polarità. Naturalmente è necessario a questo proposito abbandonare ogni pretesa di semplificazione e di lettura unilineare, che veda da una parte il bambino e dall'altra le immagini proposte dal video, per abbracciare una prospettiva complessa al cui centro venga posto, finalmente, il bambino recettore, considerato, non certo come elemento isolato e privo di legami con il contesto, ma piuttosto come soggetto al centro di differenti dinamiche sociali, culturali, relazionali, rispetto alle quali ciò che egli vede rappresentato diviene, necessariamente, parte essenziale (nota 7). ■

Anna Maria Gianotti, dottoranda in Antropologia Culturale (Tutor prof. Gioia De Cristofaro Longo, Università "La Sapienza" di Roma) svolge attività di ricerca presso la cattedra di Antropologia Culturale della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Bologna (Prof. Matilde Callari Galli). Si è occupata e si occupa dei rapporti tra media e minori con particolare attenzione a quelli tra Tv e Libro, nonché dei rapporti tra media e modelli culturali.

Note

- (1) A questo proposito vedi Van Gennep A. I riti di passaggio. Torino, Boringhieri, 1981
- (2) Estratto dal "Journal de psychologie", XXXII, nn 3-4, 15 marzo - 15 aprile 1936. Comunicazione presentata alla Società di psicologia il 17 maggio 1934 In Marcel Mauss Teoria generale della magia. Torino, Einaudi, 1991
- (3) Ariés P. Padri e figli nell'Europa medioevale e moderna. Roma-Bari, Laterza, 1996
- (4) Ivi p. 33
- (5) Postman N. La scomparsa dell'infanzia. Ecologia delle età della vita. Roma, Armando, 1984
- (6) A questo proposito vedi Callari Galli M, Colliva C, Pazzagli I. Il rumore silenzioso. Firenze, La Nuova Italia, 1989. A questa ricerca hanno fatto seguito ulteriori studi su bambini e Tv che hanno portato: nel 1997 alla realizzazione di due video, per genitori ed insegnanti, Callari Galli M, Conversano F, Grignaffini N. Se i bambini stanno a guardare. Maestri e bambini davanti alla TV Regione Emilia Romagna, Assessorato alle Politiche Sociali e Familiari; nel 1999 alla pubblicazione del libro, Callari Galli M, Harrison G. (a cura di) Se i bambini stanno a guardare. Bologna, Clueb, 1999
- (7) Interessanti esperienze di ricerca a questo proposito sono quelle di David Buckingham e Dominique Pasquier - Buckingham, Seeing Trough TV: Children Talking about Television, In Willis J, Wollen T. (a cura di), The Neglected Audience London, BFI, 1990; Pasquier D. La culture des sentiments: l'expérience télévisuelle des adolescents. Paris, 1999 - caratterizzate proprio dal loro porsi in situazione di ascolto rispetto ad una lettura infantile delle immagini video.