

Il design visivo della violenza all'infanzia

The visual design of childhood violence

Oppedisano, F.

UNICAM - Scuola di Architettura e Design "Eduardo Vittoria" dell'Università di Camerino

Retirado de: <http://convergencias.esart.ipcb.pt>

SOMMARIO: La violenza all'infanzia è un drammatico problema ancora sommerso nonostante sia un fenomeno diffuso in tutto il mondo, che investe trasversalmente vari modelli culturali e diverse classi sociali. Molte campagne di comunicazione sociale hanno restituito in forma visiva gli aspetti delle brutalità verso i minori, impiegando particolari lessici e sistemi comunicativi, che appaiono come un "vocabolario visivo" del precario stato emotivo e psicologico generato nei bambini da atti di violenza e abusi. Un vocabolario capace di stimolare, più di esortazioni orali o scritte, riflessioni profonde, attraverso apparati che diventano riflessi di drammi, richiamando, in molti casi, lo stato nel quale la vittima dell'abuso è costretta e le molteplici derive ed effetti connessi al fenomeno. Sono espressioni del design per la comunicazione sociale, che si realizzano attraverso delle metafore visive, connotate da registri narrativi, differenziati secondo le declinazioni che può assumere la violenza all'infanzia e condizionati dalla cultura nella quale questa viene praticata, che, oltre a denunciare il fenomeno, lo raccontano, offrendo all'osservatore l'occasione di ampliare gli spazi di riflessione.

PAROLE CHIAVE: Design Visivo; Design per la Comunicazione Sociale; Campagne di comunicazione non convenzionale.

ABSTRACT: Violence and abuses of childhood are a dramatic issue neglected even if widely diffused all over the world crossing all cultures and social status. Many social communication campaigns faced this issue and visually represented all the aspects of brutality toward children, through a specific visual lexicon of the altered emotional and psychological condition abused children feel. This lexicon stimulates a deep reflection, through its means and meanings, the condition the victim experiences and the consequences connected to the phenomenon. These forms of design for social communication are possible through visual metaphors featuring a narrative language properly declined after the violence to childhood in relation to the cultural context of the abuse/violence that reports the offense and gives the audience further elements to meditate on.

KEYWORDS: Social Design; Visual Design; Social Communication Design; Unconventional Campaigns.

Il fenomeno dell'abuso e della violenza sui bambini, nell'immaginario collettivo genera sdegno e riprovazione; ma se queste tipologie di violenza attivano un turbamento immediato e condiviso è necessario chiedersi perché ancora l'argomento non è opportunamente trattato e rimane avvolto da una sorta di omertà.

L'opinione pubblica appare, come afferma Alice Miller «[...] ancora ben lontana dall'aver consapevolezza che tutto ciò che capita al bambino nei suoi primi anni di vita si ripercuote inevitabilmente sull'intera società, che psicosi, droga e criminalità sono l'espressione cifrata delle primissime esperienze» (Miller, 2007, p. VIII). Anche se negli ultimi anni il fenomeno dell'abuso sessuale verso i bambini ha trovato alcuni canali di divulgazione, aperti dall'analisi di fatti di cronaca, le forme della comunicazione, sembrano ancora paralizzate in un timido stadio di denuncia e lontane dallo specificare e illustrare le diverse connotazioni degli abusi e soprattutto le circostanze che li determinano. Questa inibizione dei processi comunicativi appare come l'espressione di una chiara difficoltà a scardinare le resistenze di alcune dinamiche che governano vari organismi di carattere sociale, nei quali è rintracciabile il fenomeno.

Le forme di violenza sui bambini in larga misura si mimetizzano proprio nell'intimità degli impianti di quelle strutture primarie deputate a tutelare, proteggere ed educare, come la famiglia e la scuola e all'interno di organi di accoglienza e riformatori, contesti di lavoro minorile, comunità locali, così come è stato sottolineato dal rapporto dell'ONU rivolto al tema dell'abuso all'infanzia [1].

Negli ultimi anni è emerso che il fenomeno, in particolare quello legato alle molestie e alle violenze sessuali subite da bambini, ha coinvolto anche organismi religiosi [2]; la reticenza a incrinare l'immagine di tali impianti sociali ha contribuito ad ostacolare una corretta informazione sul problema, finalizzata a sollecitare in modo pregnante l'opinione pubblica per coinvolgerla attivamente.

È indubbiamente difficile operare a livello informativo, con campagne di comunicazione capaci di sollecitare l'attenzione verso il tema dell'abuso all'infanzia, senza innescare e diffondere una cultura del sospetto che risulterebbe altrettanto dannosa; ma è oltremodo importante che gli strumenti atti alla comunicazione concorrano a demolire le meccaniche omertose, presenti in diverse strutture sociali, in grado di occultare modalità, casi e luoghi delle violenze.

Com'è noto le forme della comunicazione sociale ricorrono a due estremi linguistici: l'eufemismo, quando intende sdrammatizzare il problema e il terrorismo quando vuole restituire la dimensione drammatica del fenomeno. Si possono considerare tra questi due estremi numerose modalità lessicali per stimolare il destinatario, in particolare otto diversi registri lessicali: "drammatico", "aggressivo", "rassicurante", "ironico", "responsabile", "provocatorio", "informativo" (Gadotti e Bernocchi, 2010, pp. 129-176). Ogni declinazione linguistica si predispone verso un target di riferimento e si articola secondo gli obiettivi specifici che la campagna di comunicazione sociale intende perseguire.

I limiti della comunicazione sociale sono rintracciabili proprio nei risultati non immediatamente visibili. Appare difficile segmentare il target di riferimento ed individuare un lessico idoneo teso a generalizzare la natura del messaggio per accogliere un più ampio interesse da parte dei destinatari, capace di coinvolgere sia target "caldi" cioè sensibili alle problematiche, sia target "freddi" cioè del tutto indifferenti ad esse (Gadotti e Bernocchi, 2010, p. 164).

Oggi i linguaggi della comunicazione sociale, in un ambiente nel quale il tasso d'inquinamento semiotico e il consumo delle forme visive sono sempre più elevati, possono dimostrarsi inefficaci quando costruiti per sollecitare direttamente l'emotività del destinatario attraverso formule che, visualizzando espressamente la problematica, in realtà ne provocano un allontanamento, generando un immediato sgomento che si trasforma spesso in indifferenza. Questo può confinare i lessici della comunicazione sociale in retaggi linguistici visivi e verbali la cui retorica appare scontata e priva degli effetti concreti che si prefigge di raggiungere. Alcune campagne, sviluppate per contrastare la violenza all'infanzia sembrano fuoriuscire da schemi stereotipati, detengono uno statuto espressivo che si determina attraverso particolari relazioni interne diversificate e complesse. Si caratterizzano in particolare per una forte adesione al senso della specifica problematica e si esprimono attraverso singolari racconti visivi che impiegano delle retoriche capaci di indirizzare «[...] verso una lettura emotiva e non razionale del messaggio» (Rullo, 2013, p. 92).

Le immagini delle campagne intendono generare nell'osservatore particolari circostanze immaginative e alimentare riflessioni profonde, innescando insolite condizioni di natura emotiva e cognitiva. Sono figurazioni che testimoniano la natura reale del dramma, risultando più efficaci di esortazioni verbali o scritte come frasi e slogan.

Queste forme visuali, che trovano origine nei lessici dei Paesi per le quali sono state ideate, mantengono un carattere largamente comprensibile, il loro significato raccoglie sia la componente referenziale legata alla realtà oggettiva, sia la mediazione che l'apparato culturale e la stessa cultura del fruitore comportano. Nel loro insieme appaiono come un "vocabolario visivo" del precario stato emotivo e psicologico generato nei bambini da atti di violenza e abusi. Presentano apparati che diventano riflessi di drammi, richiamando, in molti casi, lo stato nel quale la vittima dell'abuso è costretta e le molteplici derive ed effetti connessi al fenomeno.

Così le violenze e gli abusi praticati sui bambini, le loro ripercussioni, le modalità attraverso le quali vengono esercitate diventano figurazioni, che, oltre a denunciare il fenomeno, lo raccontano, offrendo all'osservatore l'occasione di ampliare gli spazi di riflessione soprattutto in relazione alle conseguenze drammatiche sullo sviluppo psicologico ed emotivo del bambino violato.

Molte campagne, attraverso singolari coniugazioni, associano oggetti e situazioni a specifici significati, generando delle metafore visive, in grado di innescare processi percettivi atipici che si realizzano in modo più o meno esplicito. In alcuni casi rimandano direttamente alla tipologia di violenza o di abuso; in altri, evocando circostanze apparentemente normali, spingono l'osservatore ad operare una ricerca visiva per rintracciare i segni identificativi della violenza, in larga misura mimetizzati all'interno della composizione.

Diventa difficile individuare delle tipologie visive rappresentative e operare una precisa classificazione linguistica, risulta piuttosto utile sottolineare come alcuni elementi caratterizzanti concorrono alla realizzazione di tali metafore. L'utilizzo di oggetti, figure, icone e situazioni connesse al mondo infantile, genera, secondo la predominanza nel campo visivo, diverse suggestioni emotive che si connettono alle cause e agli effetti di abusi e violenze.

I giocattoli sono gli oggetti attraverso i quali il bambino manifesta l'approccio con la realtà, sono gli "strumenti" che impiega per costruire «[...] il proprio mondo, un mondo di fantasia, [...] un mondo che per il fanciullo stesso è totale, pieno, esauriente di tutta la vita dello spirito almeno nell'atto che egli lo costruisce e ci vive dentro» (Gentile, 1924, p. 33). La rappresentazione del giocattolo rimanda direttamente all'infanzia, incarnandone lo stato emotivo e psicologico; i giocattoli sono quindi segni che sostituiscono il bambino, diventandone il simulacro, attraverso il loro statuto che si determina non «[...] nel rinvio ad un significato posto al di là, o al di qua, dell'immagine stessa, quanto nel riferimento a sé come ad una mancanza di realtà, di esemplarità. Non più realtà, dunque, ma simulazione, non più immagine ma simulacro» (Patella G., 2001).

Quindi le immagini dei giocattoli, i luoghi ad essi connessi possono riservare potenzialità evocative utili per raccontare la natura e i vari aspetti che contraddistinguono il fenomeno della violenza e dell'abuso all'infanzia.

Nelle immagini di *Prevent child abuse campaign* (U.S.A., 2010, fig 1) i giocattoli diventano i testimoni della violenza, che si rifiutano di osservare l'orrore dell'abuso sessuale, oppure, posizionati nei pressi di uno spiraglio di luce che filtra dalla porta di una "cameretta", come in *If you don't fight child abuse, who will? Please make a contribution at www.unicef.org/southafrica* (Sud Africa, 2010, fig 2), diventano i leali compagni del bambino pronti a respingere l'Orco, o elementi capaci di impedire la violenza imminente che si sta per compiere nel cuore della notte. In questi casi i giocattoli sono anche espressione della condizione d'isolamento in cui vive il bambino e della sua incapacità, indotta dall'abusatore, di chiedere aiuto. Questo silenzio è il tema di varie campagne attraverso formule che impiegano frasi composte dal lettering di alcuni giochi. Come in *Help me* (Brasile, 2006, fig 3) dove lettere impresse su grandi dadi di stoffa colorati, collocati in una "silenziosa cameretta", compongono la frase di richiesta di aiuto.

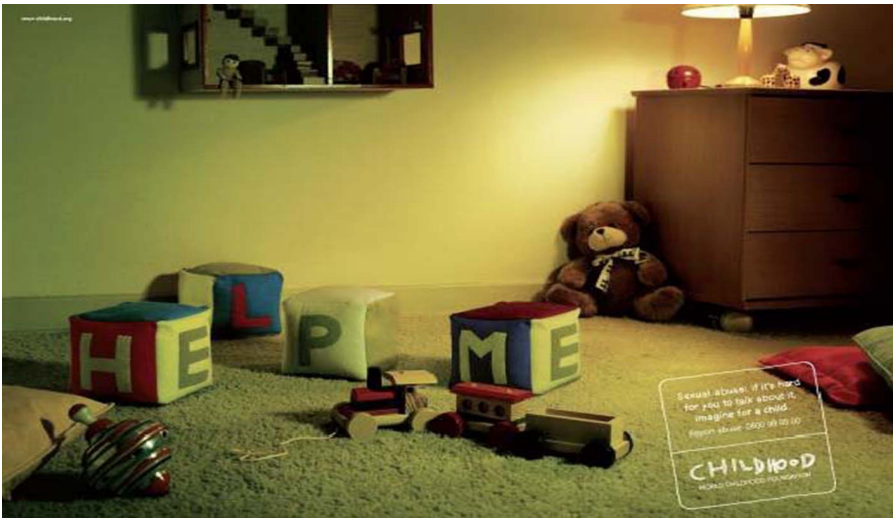
Fig. 1 - *Prevent child abuse campaign*, by Bowen Ross Photo for Chicago Children's Advocacy Center, U.S.A., 2010.



Fig. 2 - *If you don't fight child abuse, who will? Please make a contribution at www.unicef.org/southafrica*, by Y&R Johannesburg for Unicef, South Africa, 2010.



Fig. 3 - *Help me*, by Lew Lara Propaganda E Comunicacao for World Childhood Foundation, Brazil, 2006.



Un'altra modalità linguistica è quella di associare il corpo dei bambini ai giocattoli erotici, come in *Prevention of child sexual abuse. Classroom* (Nord Corea, 2007, fig 4), dove si può osservare una bambola-bambina gonfiabile intenta a giocare in una classe e in un parco giochi insieme ad altri bambini. Sono scene che restituiscono sia il senso di come il pedofilo intende il corpo infantile, alla stregua di un giocattolo erotico appunto, sia l'inconsapevolezza che pervade la vittima, nella sua duplice identità di giocattolo e di bambina.

Fig. 4 - *Prevention of child sexual abuse. Classroom*, by McCann Erickson for Sunflower Children's Centre, North Korea, 2007.



Altre forme visive operano una messa in scena del dramma della brutalità consumato nell'ambiente domestico utilizzando le stesse modalità che i bambini impiegano per inscenare le loro fantasie attraverso i giocattoli; come in *Speak for her. Call100 to report child sexual abuse* (Brasile, 2010, fig 5) dove una bambina in lacrime sostiene il peso della sua "particolare" casa delle bambole, diventata, da simulacro del calore domestico, il suo fardello, teatro nel quale sono rappresentate le oscenità consumate dal genitore.

Fig. 5 - *Speak for her. Call100 to report child sexual abuse*, by Prefeitura De Belo Horizonte, Brazil, 2010.



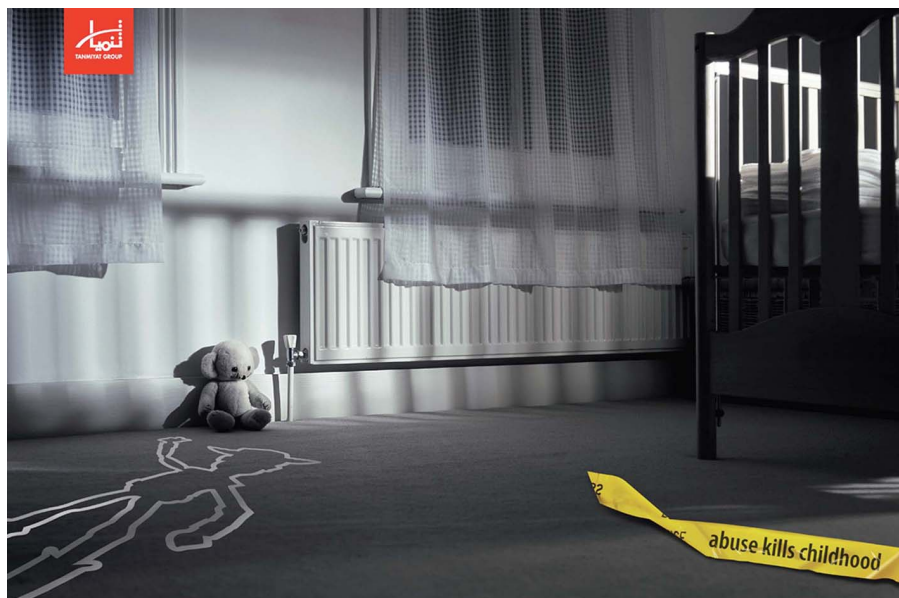
Le declinazioni delle metafore offerte dai giocattoli si estendono ulteriormente, come nelle immagini di *Stress Ball boy* (Arabia Saudita, 2008, fig 6) che rappresenta un "minore giocattolo" con la testa a guisa di pallina antistress, a rimarcare il modo in cui la pratica dell'abuso e la violenza inflitta ai bambini possa costituire una valvola di sfogo dell'aggressività genitoriale.

Fig. 6 - *Stress Ball boy*, by JWT Riyadh for Tanmiyat, Saudi Arabia, 2008.



Anche i luoghi frequentati generalmente dai bambini si prestano a definire varie metafore visive di abusi e violenze, come in *Abuse kills childhood. Toy Story* (Arabia Saudita, 2008, fig 7), dove la stanza di un bambino, trasformata in “scena del delitto”, rivela la brutalità che si è consumata, attraverso la sagoma disegnata di un giocattolo. In questo caso è addirittura l'assenza stessa del giocattolo, testimoniata solo dalla sua traccia, a rappresentare la dimensione interiore del bambino che ha subito violenza.

Fig. 7 - *Abuse kills childhood. Toy Story*, by JWT Riyadh for Tanmiyat, Saudi Arabia, 2008.



Come il gioco, anche le forme di travestimento infantile hanno la capacità di raccontare le declinazioni dei maltrattamenti. In *Parents, who beat their children, are trying to hide it* (Polonia, 2007, fig 8) dietro a simpatici costumi i volti dei bambini appaiono truccati, ma ad una più attenta osservazione la cosmesi esplicita la sua reale natura: il mascheramento dei segni delle percosse. Sono immagini che raccontano come la realtà della violenza consumata nell'ambiente familiare, in molti casi, è celata dietro eventi accidentali.

Fig. 8 - *Parents, who beat their children, are trying to hide it*, by DDB Warsaw for Fundacja Dzieci Niczyje, Polonia, 2007.



Particolarmente interessanti sono quelle metafore visive che richiamano alcune realtà ambientali nelle quali vive il bambino, senza operare evidenti variazioni o alterazioni della composizione. Queste immagini in genere richiedono un tempo di osservazione più dilatato. Lo sguardo è invitato ad una lettura attenta della configurazione per poter ricomporre tracce e frammenti dell'abuso, che emergono gradualmente all'interno della composizione. Proprio per la loro apparente semplicità, sono visioni capaci di ampliare progressivamente nell'osservatore la consapevolezza del grado di devastazione che la violenza, praticata sui bambini genera.

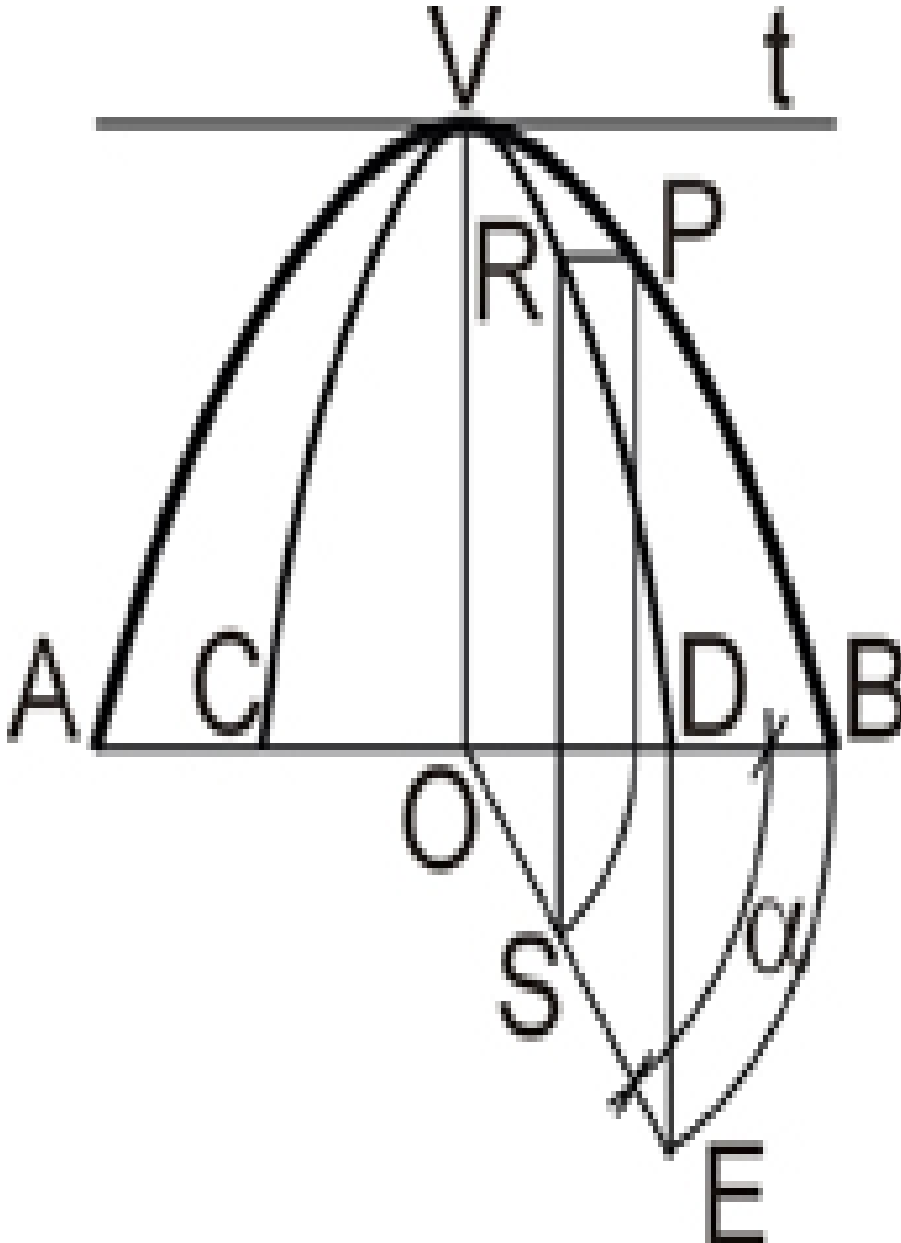
È il caso di *Sexual Abuse* (Austria, 2011, fig 9) che propone delle configurazioni più ermetiche di altre, ma dal risultato altrettanto pregnante. Le immagini a prima vista sembrano pubblicizzare dei giochi per l'infanzia o elementi di arredo; ma, già il livello d'illuminazione genera una sorta di disagio emotivo che stimola una osservazione più attenta. Infatti mimetizzate all'interno della cameretta del bambino, si scorgono le rappresentazioni miniaturizzate dei luoghi connessi alla violenza; si comprende così che la casina dei giochi è in realtà la riedizione ridotta di una "Casa di Tolleranza", nell'intento di rendere espliciti i drammatici eventi presenti nella vita del bambino.

Fig. 9 - *Sexual Abuse*, by PKP BBDO for Die Mowe Child Protection, Austria, 2011.



Anche il linguaggio visivo generalmente impiegato per rappresentazioni dedicate all'infanzia, viene trasposto per raccontare la natura della libido del pedofilo. È il caso della campagna *Paper Doll* (Corea del Nord, 2007, fig 10), che utilizzando i cartonati di silhouette da vestire restituisce l'oggetto delle fantasie sessuali dell'abusatore: osservando le particolari tipologie dei capi di abbigliamento è evidente il rimando a giochi di carattere erotico. Tale contrasto tra forma visiva e contenuto della comunicazione trova una più sostanziale applicazione in quelle campagne che impiegano proprio l'iconografia dedicata all'infanzia per raccontare i drammi degli abusi di natura sessuale.

Fig. 10 - *Paper Doll*, by McCann Erickson Korea for Sunflower Children's Centre, North Korea, 2007.



Così come il gioco, anche la fiaba o i racconti illustrati destinati ai bambini offrono molteplici spunti narrativi e iconografici per descrivere maltrattamenti, oppressioni e violenze, sfruttando il contrasto emotivo che si genera osservando azioni moleste in scenari fiabeschi, ideati, in genere, per stimolare l'immaginazione e la fantasia dei bambini.

I risvolti sono molteplici: da *Snow White* (Ecuador, 2007, fig 11) che mostra Biancaneve abusata dai nani, fino alle scene disegnate di *Abuse. Don't let it get into the child's world* (Brasile, 2007, fig 12) nelle quali "tenere" figure fiabesche praticano oscenità e violenze; per giungere a metafore più sottili come quella che evoca il racconto della "Fata dei dentini" presentata in *Fight against child abuse, tooth* (Sud Africa, 2004, fig 13), qui, in una atmosfera suggestiva, appare il dettaglio di un cuscino al di sotto del quale è celato un considerevole numero di denti, evidente frutto delle percosse subite da un bambino per mano di un adulto.

Fig. 11 - *Snow White*, by Drafftcb Ecuador for PMT, Ecuador, 2007.

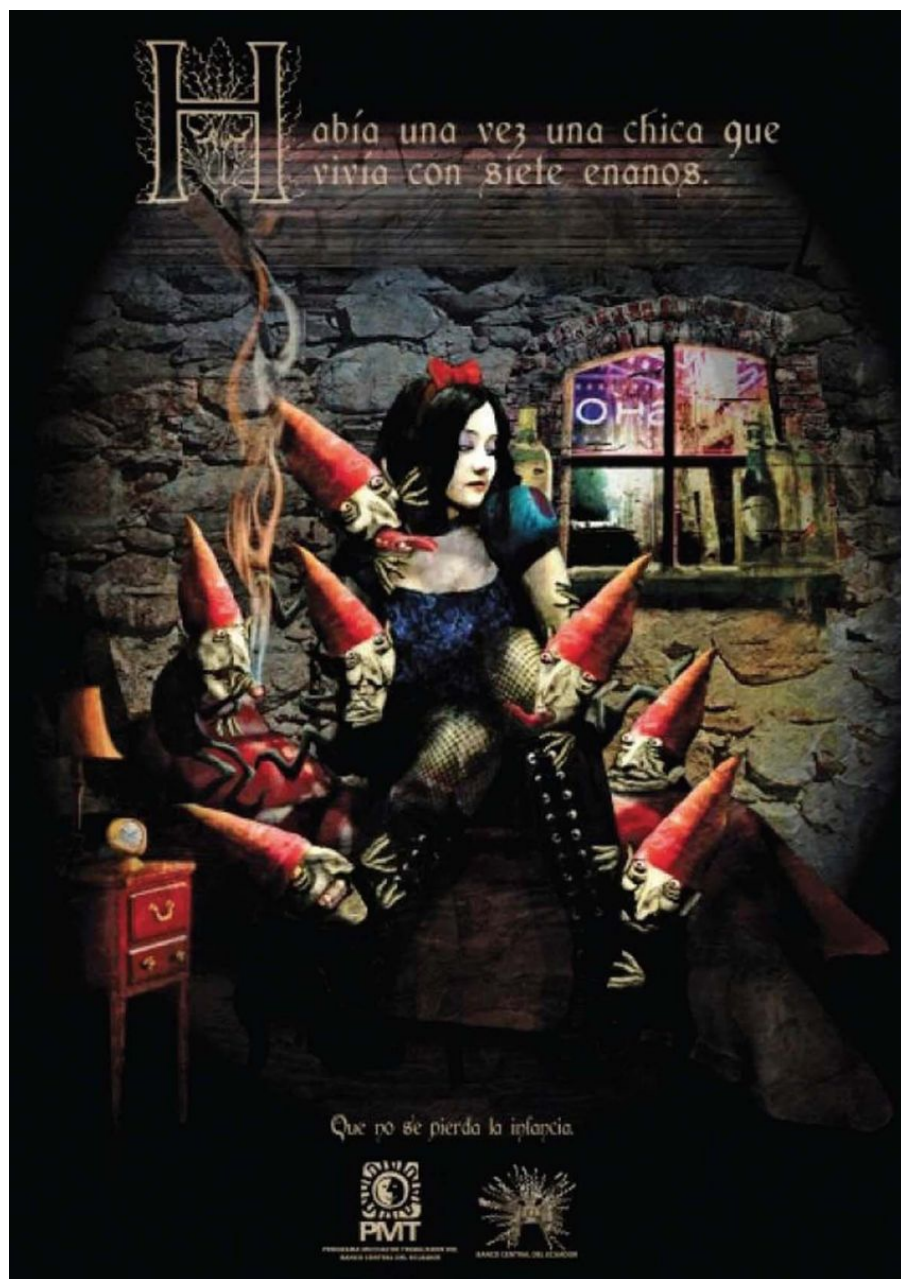


Fig. 12 - *Abuse. Don't let it get into the child's world*, Brazil, 2007.

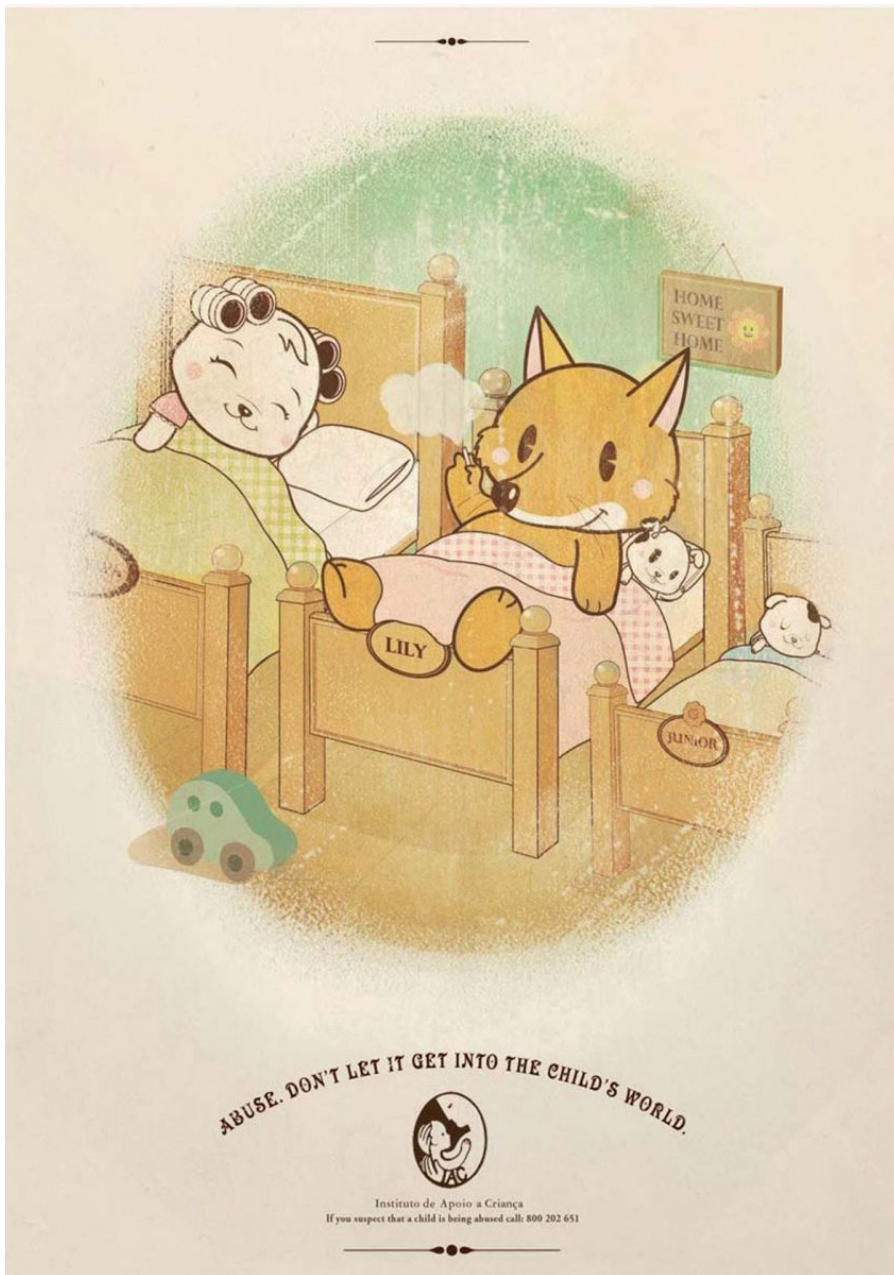
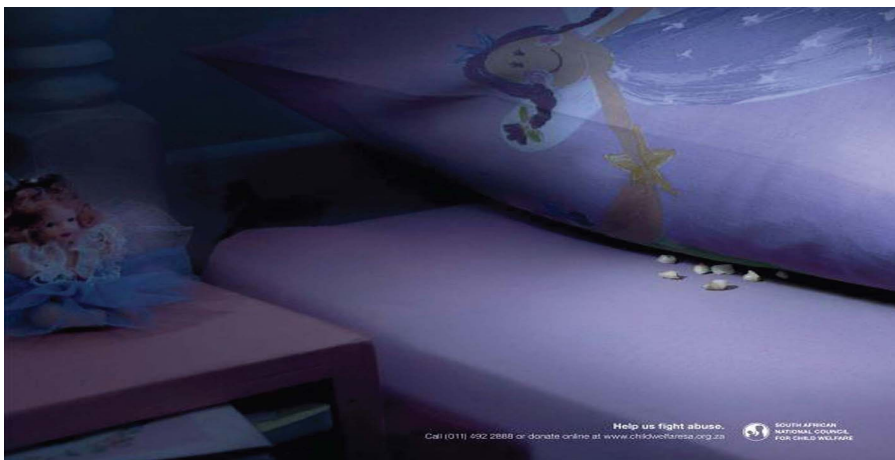


Fig. 13 - *Fight against child abuse, tooth* by Lowe Bull for CWSA, South Africa, 2004.



I corpi e volti di bambini maltrattati sono forme utilizzate in larga misura con l'intento di ottenere sdegno attraverso l'immediato collegamento tra vittime e violenza. In questi casi i corpi infantili diventano veri e propri simulacri di dolore e sofferenze. Ma le possibilità possono essere diverse in alcune vengono rappresentate le visioni alterate dell'abusatore, come in *You need help* (U.S.A., 2008, fig 14), dove il "corpo ibrido" di una "bambina-adulta" ostenta le proprie connotazioni sessuali con atteggiamenti provocanti, come quelli assunti dalle pin up delle riviste per adulti. In altre circostanze il corpo del bambino è usato per sottolineare fatti e conseguenze della violenza in modo cruento e diretto. Un inquietante esempio è rappresentato dalle immagini di *Anal sex* (Thailandia, 2008, fig 15) nelle quali il corpo di un bambino viene marchiato a fuoco con figure che descrivono esplicitamente gli atti sessuali subiti, per evidenziare come questi rimarranno per lui indelebili.

Fig. 14 - *You need help*, by Serve for Family Violence Partnership, U.S.A., 2008.



Fig. 15 - *Anal sex*, by Creative Juice\g1 for Child Protection Foundation of Thailand, Thailand, 2008.



Altrettanto dure e inquietanti sono le figurazioni della campagna *Porcelain boy* e *Porcelain girl* (Polonia, 2009, fig. 16) in cui i corpi delle piccole vittime sono frantumati come vasi di porcellana, per simboleggiare sia la fragilità fisica sia quella psicologica del bambino e le difficoltà connesse per ricostruirne l'identità e

l'equilibrio.

Fig. 16 - *Porcelain boy*, by DDB Warsaw for Fundacja Dzieci Niczyje, Poland, 2009.



Dai corpi dilaniati la metafora si estende per rimarcare come il bambino sia l'oggetto del desiderio di menti malate. In *Certain things hang on forever* (Spagna, 2010, fig 17) una bambina indossa un capo di vestiario particolare ed inquietante, realizzato dalla sovrapposizione di mani adulte, a rappresentare sia l'incoscienza della piccola vittima, rafforzata dallo sguardo che fissa l'obiettivo, sia l'elevato numero di abusatori pronti a violarla.

Fig. 17 - *Certain things hang on forever*, by McCann Erickson for Casa do Menor, Spain, 2010.

Mentre la campagna *Words Hurt Too. Any kind of violence against children is a crime* (Brasile, 2009, fig 18), esprime gli effetti di un'altra forma di violenza quella verbale attraverso l'addensarsi di una serie di insulti e ingiurie scritte, che figurano, sul volto cupo di un bambino, come ematomi e sanguinamenti, evidenti conseguenze di violente percosse, a testimoniare come la violenza verbale può assumere i medesimi connotati di quella fisica.

Fig. 18 - *Words Hurt Too. Any kind of violence against children is a crime* by Loducca, Brazil, 2009.



Un altro aspetto, trattato da diverse campagne, riguarda la condizione silenziosa nella quale è vissuto l'abuso. Il dramma del silenzio, condizionato dal senso di vergogna e di frustrazione che pervade il bambino e ne inibisce il delicato stato psicologico, consentendo all'abusatore di perpetuare nel tempo la sua azione devastante. Questo problema è sottolineato, in alcune delle campagne, attraverso l'utilizzo di metafore semplici, nelle quali sono ritratti volti di bambini e di adolescenti con la bocca cancellata come in *Abuse need a voice* (Canada, 2005, fig. 19) e da altre che presentano bambini dai tratti somatici assenti, come in *No Identity* (Regno Unito, 2008 fig. 20); qui l'intento è di denunciare anche l'elevato rischio di annullamento dell'identità del bambino dovuto dai maltrattamenti e gli abusi subiti.

Fig. 19 - *Abuse need a voice*, by Use Your Voice Campaign and The Purple Ribbon Campaign, U.S.A, 2005.



Fig. 20 - *No Identity*, by Saatchi & Saatchi for NSPCC, United Kingdom, 2008.



Al fenomeno del silenzio si connette quello dell'omertà, che si manifesta soprattutto quando l'abuso è consumato in ambito domestico. In molti casi a rendersi complici consapevoli della violenza e del suo perpetuarsi sono gli stessi membri del nucleo familiare.

Questo aspetto inquietante è raccontato nelle immagini *Pretend not to see it, then you are the conspirator*, (Thailandia, 2006, fig 21), che presentano scene in cui un padre è intento ad osservare e poi ad abusare della figlia mentre la madre, rifiutandosi di assistere alla violenza, si mimetizza tra gli oggetti d'arredo della casa.

Fig. 21 - *Pretend not to see it, then you are the conspirator* by Agency Tonga Workroom for Child Protection Foundation of Thailand, Thailand, 2006.



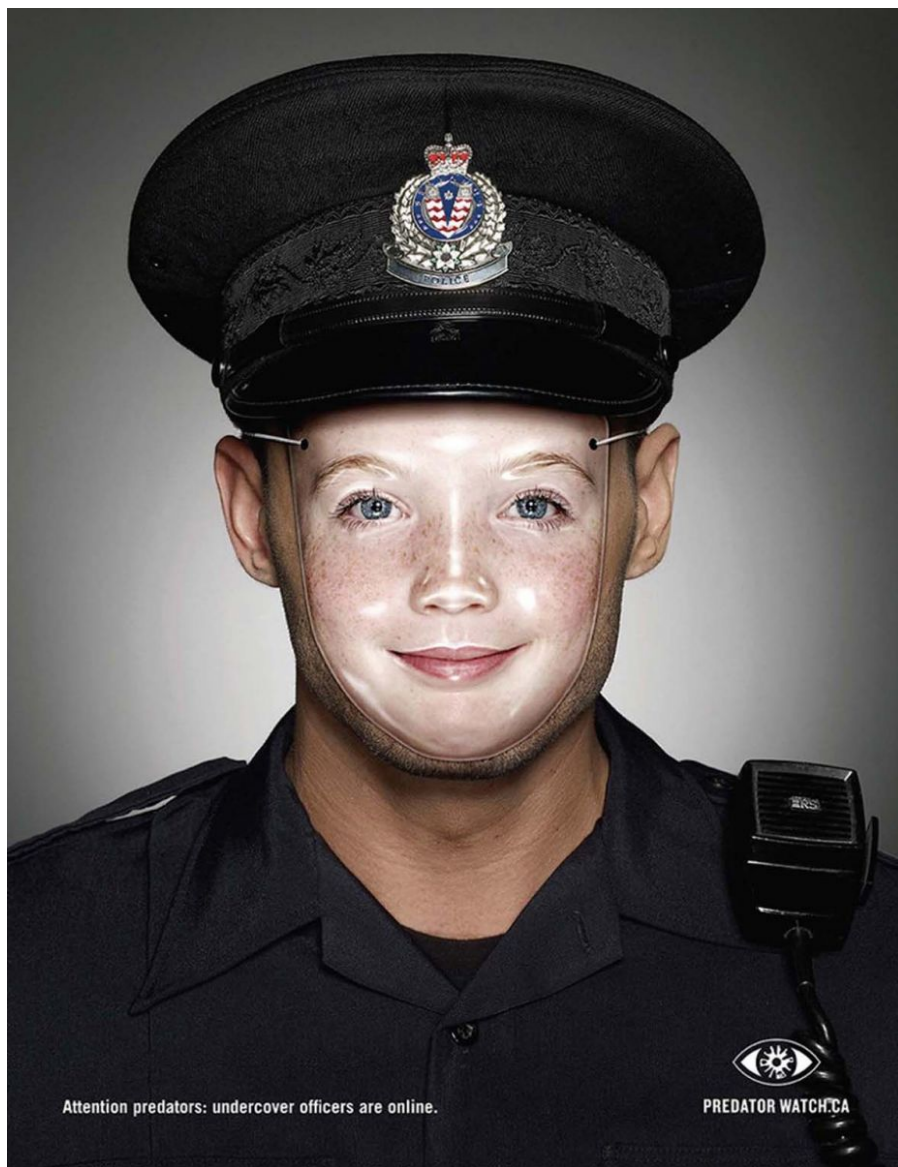
L'omertà che circonda l'abuso è anche un fenomeno sociale simile alla reticenza che accompagna il turismo sessuale praticato sfacciatamente da molti pedofili in Paesi che vivono un degrado economico, sociale e culturale.

La campagna *Keep your eyes on patrol. Stay vigilant when you're travelling and help stop the sexual exploitation of children* (Canada, 2011, fig 22) mostra un signore attempato che passeggia con disinvoltura su una spiaggia abbracciato ad una bambina, cammina tra gruppi di persone intente a divertirsi, tutte indossano i medesimi occhiali da sole. Il messaggio è esplicito: in alcuni luoghi del mondo il turismo sessuale è un fenomeno evidente sotto gli occhi di tutti, ma viene ampiamente ignorato.

Fig. 22 - *Keep your eyes on patrol. Stay vigilant when you're travelling and help stop the sexual exploitation of children*, by BCP for Children's Aid Society, Canada, 2011.



Fig. 23 - *If you've been sexually abused, you don't have to hide it any more*, by Saatchi & Saatchi for NSPCC Childline in United Kingdom, United Kingdom, 2006.



Tra i vari aspetti che caratterizzano la violenza sui minori quello dell'abuso online e dell'adescamento nel web presentano circostanze favorite dall'articolazione delle nuove entità mediali, in particolare dai social network, che, se da un lato hanno aperto diverse forme partecipate di comunicazione, dall'altro hanno ampliato e facilitato le modalità persuasive degli abusatori.

I nuovi media permettono spazi d'azione dove organizzare scambi di materiale pedopornografico o viaggi a sfondo sessuale e forme di prostituzione minorile, difficilmente controllabili. In questo modo la rete consente non solo l'ampliarsi di ambiti organizzativi, ma anche connessioni tra pedofili capaci di alimentarne l'ego, generalmente alienato, incrementando anche un certo senso rivendicazione pubblica delle propria personalità malata [3]

Il mimetismo, ad esempio, costituisce una forma largamente impiegata dagli adescatori, che in molti casi, in rete, assumono false identità per riuscire ad entrare in contatto con i minori ed irretirli, camuffandosi da loro coetaneo.

Nella campagna *Children of the street society* (Canada, 2010, fig 24) agenti di polizia indossano la maschera di un bambino, per sottolineare la preziosa attività di controllo che gli organi dello Stato compiono a prevenzione degli adescamenti nel web, ma al contempo costituisce, anche, un monito al fine di orientare l'attenzione dei genitori verso un più intelligente controllo delle attività svolte dai propri figli durante la navigazione in rete.

Anche la campagna *If you've been sexually abused, you don't have to hide it any more* (Regno Unito, 2006, fig 25), impiega maschere di volti di bambini, ma per denunciare lo stato d'isolamento interiore del minore. Le maschere collocate nei comuni luoghi della casa in cui solitamente si lasciano i capi di abbigliamento o gli accessori impiegati quotidianamente, testimoniano la solitudine dei ragazzi violati, celata dietro una apparente normalità.

Fig. 24 - *Children of the street society*, by Rethink for Predator Watch - Children of the street, Canada, 2010.



Fig. 25 - *Pedophiles hide the truth. Help us find it*, by Ogilvy & Mather for Unicef, Chile, 2009.



Il medesimo linguaggio visivo impiegato dai nuovi media nella configurazione delle interfacce detiene la potenzialità di assumere forme adatte a evidenziare comportamenti, sistemi e strategie impiegate dagli abusatori. *Pedophiles hide the truth. Help us find it* (Cile, 2009, fig. 25), muta completamente il significato del linguaggio delle interfacce grafiche presentando semplicemente l'estendersi delle articolazioni di un insieme di cartelle di un sistema operativo, descrivendo così i procedimenti attraverso i quali il pedofilo nasconde e organizza il materiale osceno.

Nella formulazione di lessici visivi, oltre ai linguaggi iconici dell'interazione uomo macchina, risultano particolarmente validi quelli che impiegano il tratto grafico infantile o conettono i disegni di bambini con i gli atti di violenza. In tutte le forme in cui è impiegato il disegno infantile questo diventa una metafora pregnante e adeguata a raccontare i risvolti degli abusi, soprattutto nei casi in cui sono utilizzati disegni originali di bambini violati, che rivelano l'innocenza delle piccole vittime e il loro stato d'inconsapevolezza della violenza subita.

Sono elaborati che provocano un turbamento profondo nell'osservatore come nel caso di *Sexual abuse of children is usually By someone they know* (India, 2007, fig 26) dove una passeggiata al parco sono espressi, come solito per un bambino, attraverso gli oggetti, le situazioni e la fisionomia dei protagonisti, ma in questo caso alcuni di questi soggetti sono caratterizzati, anche, per le loro connotazioni sessuali, generalmente omesse nei disegni infantili. Osservandone la configurazione è facile constatare come il dramma sia occultato dietro una apparente tranquillità. Sono immagini in grado di evocare, non solo gli aspetti più crudeli della violenza, ma soprattutto l'ingenuità nella quale è vissuta e l'opera di plagio che l'abusatore ha messo in atto e le drammatiche ripercussioni nella vita del bambino.

Il bambino abusato con molte probabilità da adulto si trasformerà, a sua volta, in abusatore reiterando i medesimi atti di violenza subiti. Il cosiddetto "Ciclo della violenza" è un ulteriore aspetto trattato da *Bedroom Circle. 70% of abused children turn into abusive adults* (Messico, 2012, fig 27). La campagna impiega una forma narrativa che sintetizza in un'unica immagine gli stati evolutivi della trasformazione del bambino violato in adulto carnefice intorno al luogo nel quale si consuma la violenza.

Fig. 26 - *Sexual abuse of children is usually by someone they know*, by Grey Worldwide for Stolen Childhood, India, 2007.



Fig. 27 - *Bedroom Circle. 70% of abused children turn into abusive adults*, by Y&R for Save the Children, Mexico, 2012.



Particolarmente pregnanti e dai singolari registri linguistici appaiono quelle campagne che impiegano forme di comunicazione di tipo non convenzionale. Sono espressioni nate per catalizzare l'attenzione del pubblico attraverso, prassi e linguaggi visivi inconsueti, fuori dagli schemi ordinari della comunicazione, attraverso un ridotto investimento economico. Non si differenziano da quelle della comunicazione convenzionale soltanto per le insolite connotazioni espressive, ma piuttosto per le azioni attraverso le quali si realizzano. Sono forme di comunicazione espresse generalmente in diversi contesti pubblici, che si estendono da metafore ironiche ad espressioni inquietanti e provocatorie.

Come ad esempio *If only every child could escape sexual abuse* (U.S.A., 2007, fig. 28) che utilizza un grande manifesto dal quale emerge una voluminosa fune, composta da lenzuola, legata al pomello di un letto, segno esplicito della fuga di un bambino dalla sua abitazione e dalle violenze subite in quel luogo.

Fig. 28 - *Stop child abuse now. Invisible*, by JWT for Australian Childhood Foundation, Australia, 2009.



Mentre la campagna *Stop child abuse now. Invisible* (Australia, 2009, fig 29), per denunciare l'invisibilità dei bambini violati, ha collocato, in un primo momento, su muri, impalcature e saracinesche del centro abitato corpi di manichini-bambini parzialmente celati al di sotto di manifesti bianchi, che ne lasciano visibili solo le gambe; nella fase successiva i corpi scompaiono, al loro posto, dietro le lacerazioni dei manifesti, appare la frase: «Thank you for seeing me». Altri registri linguistici della comunicazione non convenzionale impiegano installazioni nelle quali i bambini sono presentati in forme particolari come ad esempio in *Only cowards beat their child* (Cina, 2011, fig 30), che mostra l'immagine di un minore ritratta su un pungiball a disposizione del pubblico, per evocare la passività dell'infanzia davanti alla violenza dell'adulto. Mentre *The biggest victims of sexual abuse don't speak. Call 100 and do that for them* (Brasile, 2007, fig 31) ha ideato una forma semplice ma efficace per sottolineare il problema del silenzio del bambino abusato, mettendo in scena su pali di strutture urbane piccoli manifesti di volti di minori imbavagliati con del nastro adesivo.

Fig. 29 - *Only cowards beat their child*, by Linkus for Save The Children, China, 2011.



Fig. 30 - *The biggest victims of sexual abuse don't speak. Call 100 and do that for them* by D/Araújo for Sexual Abuse Awareness, Brazil, 2007.



没种的才回家打!

现有问题：每年，至少有30.5%的儿童遭受过家庭虐待，大部分虐待行为具有隐蔽性，真正引起重视的受虐儿童不足1%，想让我们对虐待习以为常。解决方案：我们将一款特别设计的人体沙袋设置在人流量较多的广场中，把施暴的儿童形象赤裸裸地曝光人前，修正不行之成才的错误观念，消除人们对儿童权利的认识误区，一声呐喊，让更多的人因此而警醒。



Fig. 31 - *If only it was this easy to get over child abuse. For more than two million Australians, it isn't*, by Whybin\TBWA for ASCA, Australia, 2009.

ACTION GAGGED CHILDREN ON STREET POSTS.

Challenge:
Silence is still the greatest threat to children who are victims of violence in Brazil. For this reason a telephone service was created through which anonymous complaints could be made.

Solution:
To convince people to make complaints, posters were created with striking photos of innocent children with their mouths gagged.

Result:
The action raised awareness in society, increasing the number of calls received by the hotline 80%. The campaign was reported on by the city's broadcast media and newspapers.

L'ironia è impiegata anche in *If only it was this easy to get over child abuse. For more than two million Australians, it isn't* (Australia, 2009, fig. 32), dove la rappresentazione della violenza fisica esercitata sui figli, è figurata da grandi sagome di cartone senza volto nelle quali si può inserire il proprio, ottenendo il risultato di una scenetta comica in cui l'adulto invade sul minore e sorride divertito; o da una speciale torta di compleanno nella quale le scritte decorative evidenziano quale agghiacciante considerazione il genitore ha di suo figlio. Sono espressioni amare che, elaborando il messaggio visivo attraverso un apparente sarcasmo, intendono denunciare il profondo stato di disagio dell'infanzia abusata e il suo perpetuarsi nell'età adulta.

Fig. 32



Le possibili espressioni della comunicazione non convenzionale riservano certamente nuove possibilità adeguate, oggi, a catturare l'attenzione del pubblico e utili alla diffusione dei molteplici aspetti che circondano il fenomeno dell'infanzia violata; ma appare importante non esaurire l'effetto catalizzatore, piuttosto impiegarlo per avviare la costruzione di sistemi in grado di fornire reali informazioni, valide per ampliare il consenso e soprattutto la partecipazione del pubblico. Evitando di far scadere l'attenzione raccolta, come spesso accade per alcune forme di comunicazione commerciale, che in genere tendono a dissolvere gli effetti catalizzatori delle campagne, per istaurarne costantemente dei nuovi.

In sostanza pur se l'impiego della comunicazione non convenzionale è capace di suscitare stupore e attenzione, successivi processi collaterali dovrebbero attivarsi per orientare l'interesse verso una più responsabile azione collettiva, in grado di instaurare concreti processi preventivi. Azioni da costruire in modo congiunto con le entità preposte a contrastare il fenomeno, in modo da definire obiettivi e strategie comunicative efficaci.

I linguaggi e le forme utilizzati dalle campagne di comunicazione per sensibilizzare l'opinione pubblica rispetto ai temi della violenza sull'infanzia, dimostrano come il design visivo sia capace, attraverso l'utilizzo di registri e di strategie visive, di veicolare efficacemente l'oggetto della comunicazione in luoghi idonei, fisici e mediatici. Ma appare necessario istituire un sistema informativo più organizzato, che non pregiudichi nessun luogo, in grado di contrastare sia sul piano educativo sia sul piano giudiziario l'estendersi del fenomeno e dove la comunicazione sociale, può trovare un terreno più favorevole nel quale compiersi.

Oggi molteplici declinazioni di linguaggi visivi nascono e muoiono rapidamente, pur invadendo ogni forma mediatica; i significati delle immagini sembrano essere sempre più vulnerabili e instabili, soggetti a repentini mutamenti, legati alle istanze contingenti e, perciò, destinati al declino e all'avvicendamento.

Una condizione che in qualche misura determina anche la percezione collettiva del design, che lo coniuga alla capacità di costruire e organizzare lessici visivi seduttivi, funzionali a valorizzare modelli di vita effimeri e superficiali, svincolati dalla realtà e dai suoi problemi, connessi prevalentemente alla logica del consumo, programmati indipendentemente dalla qualità stessa dei contenuti.

La situazione della dimensione collettiva, che oggi rischia di degradarsi e pregiudicare le sue prerogative fondamentali, richiede il prefigurarsi di nuovi orizzonti, nuove visioni capaci di riattivare una consapevolezza comune sull'importanza di una sana convivenza civile.

In questo quadro il design e il design per la comunicazione possono partecipare attivamente alla costruzione di una diversa dimensione sociale e culturale, determinando territori progettuali aperti a nuove avanguardie di pensiero, orientate alla soluzione di problematiche collettive, che si prefigurano l'obiettivo di «[...] disseminare messaggi socialmente utili – che – potrebbero allenare l'occhio, e quindi la mente, alla disciplina necessaria a vedere al di là della superficie delle cose visibili, a riconoscere i valori necessari per una vita integrata e a goderne» (Kepes, 1986, p. 239).

Note

[1]. Per un approfondimento il documento dell'ONU è rintracciabile al seguente indirizzo: <http://www.unicef.it/doc/2780/publicazioni/rapporto-onu-sulla-violenza-sui-bambini.htm>. [2] Oggi la Chiesa, con il nuovo pontificato, sta manifestando l'intenzione di provvedere, in modo più efficace, a contrastare il fenomeno della pedofilia presente al suo interno, con l'istituzione di una commissione per la protezione dei minori contro gli abusi sessuali dei preti pedofili. Un primo segnale contro i crimini a sfondo sessuale perpetuati da sacerdoti della Chiesa, in particolare di quella statunitense, è rappresentato dallo studio, del 2004, denominato Jay Report, attraverso il quale sono state convalidate 6700 accuse delle 10.667 presentate, di cui soltanto il 6% sono arrivate ad una condanna e il 2% definitiva, che corrisponde a circa 100 accusati. [3] Ad esempio La giornata dell'orgoglio pedofilo o Giornata di Alice, promossa e organizzata dalla NAMBLA (North American Man-Boy Amore Association).

Bibliografia

- Barthes R. (1998), *Scritti. Società, testo, comunicazione*, Einaudi, Torino.
- Baudrillard J. (1976), *La società dei consumi*, il Mulino, Bologna.
- Bettetini G. (2001), *L'audiovisivo. Dal cinema ai nuovi media*, Bompiani, Bergamo.
- Codeluppi V. (2002), *La pubblicità. Guida alla lettura dei messaggi*, Franco Angeli, Milano.
- Colombo F. (a cura di) (2005), *Atlante della comunicazione: cinema, design, editoria, internet, moda, musica, pubblicità, radio, teatro, telefonia, televisione*, Hoepli, Milano.
- Eco U. (1977), *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie delle cultura di massa*, Bompiani, Milano.
- Escher E. (2006), *Il quarto occhio. Sociologia, storia, ermeneutica del linguaggio della televisione*. Vol. 1-2, Franco Angeli, Milano.
- Faccioli P. (2001), *In altre parole: idee per una sociologia della comunicazione*, Franco Angeli, Milano.
- Fidler R. (2002), *Mediamorfosi, Comprendere i nuovi media*, Andò R., Marinelli A. (a cura di), Guerini, Milano.
- Gadotti G., Bernocchi R. (2010), *La pubblicità sociale. Maneggiare con cura*, Carocci, Roma.
- Gentile G. (1924), *Preliminari allo studio del fanciullo*, De Alberti Editore, Roma.
- Kepes G. (1986), *Il linguaggio della visione*, Dedalo, Bari.
- Manovich L. (2002), *Il linguaggio dei nuovi media*, Olivares, Milano.
- Bertola P., Manzini E. (a cura di) (2004), *Design Multiverso. Appunti di fenomenologia del design*, POLIdesign, Milano.
- Miller A. (2007), *La persecuzione del bambino. Le radici della violenza*, Boringhieri, Torino.
- Perniola M. (1983), *La società dei simulacri*, Cappelli, Bologna.
- Patella G. (2001), *Lo statuto dell'immagine tra icona e simulacro*, http://www.kainos.it/Pages/articolo%20rice03.html#_ftn38
- Piredda F., (2008), *Design della comunicazione audiovisiva, un approccio strategico per la "televisione debole"*, Franco Angeli, Milano.
- Puggelli F.R. Sorbero R. (2010), *La comunicazione sociale*, Carocci, Roma.
- Rullo M. (2013), *Superfici Narranti*, in *Progetto grafico* n. 23, Aiap, Milano.
- Volli U. (2007), *Il libro della comunicazione*, Il Saggiatore, Milano.

Sitografia

- www.adsoftheworld.com
- www.ads-ngo.com
- www.advertolog.com
- www.ahmed-nabil.com
- www.bowenross.blogspot.it
- www.briefblog.com
- www.chiamalasicilia.com
- www.coe.int
- www.coloribus.com
- www.comunicareblog.it
- www.comunicazione sociale.eu
- www.facswaterloo.org
- www.fdn.pl
- www.freshbump.com
- www.g-squared.ca
- www.holgerappel.com
- www.ibelieveinadv.com
- www.it.adforum.com
- www.joelapompe.net

www.ms.gov.pl

www.omavision.ro

www.osocio.org

www.patouch.ch

www.photobucket.com

www.scaryideas.com

www.sofii.org

www.stillad.com

www.stopitnow.org.uk

www.theinspirationroom.com

www.toriwilkinson.blogspot.it

www.tvads.ie

www.welovead.com

www.yucezerey.com

Reference According to APA Style, 5th edition:

Oppedisano, F. ; (2014) Il design visivo della violenza all'infanzia. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes* , VOL VII (13) Retrieved from journal URL: <http://convergencias.ipcb.pt>