



COMUNICARE LA VIOLENZA

Federica Turco

**PhD in Scienze e Progetto della Comunicazione |
Semiotica**

INDICE

Come strappare questa violenza alla penombra e alla familiarità che la rendono pressoché invisibile? Come farla riemergere attraverso la grisaglia dei meccanismi generali che le danno l'aria d'essere inevitabile, dunque, in fin dei conti, tollerabile?

[Michel Foucault, Dits et écrits]

- La violenza contro le donne nei media
- Le donne violente nei media
- La pubblicità sociale e la prevenzione della violenza



ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI I/4

I media ci hanno abituati/e ad un massiccio uso della violenza: film, spot, fiction televisive, libri di narrativa riempiono le loro storie di una violenza spettacolare, ostentata, esibita.

Spesso i soggetti di questa violenza sono uomini, che rappresentando se stessi come esseri virili e impavidi, “hanno il coraggio” di sconfiggere il Male grazie alla forza di cui sono dotati e che usano a profusione.

VIOLENZA → Uomini forti vs Male



ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI 2/4

Questa declinazione della violenza suggerisce una controparte altrettanto carica dal punto di vista simbolico → il soggetto debole da difendere è spesso la donna: è contro di lei che agisce il Male ed è lei che deve essere *salvata* dall'Uomo virile.



ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI 3/4

La reiterazione di questo *cliché* ha alcune conseguenze:

- Noi, come spettatori e lettori, ci abituiamo alla visione della violenza che diventa quindi parte della nostra vita quotidiana. Se anche ci scandalizza, non ci stupisce.
- Lo stereotipo della donna debole, da salvare, vittima predestinata della violenza di qualche essere malvagio esterno si sedimenta nell'opinione pubblica.
- Impariamo a giustificare l'uso della violenza come risposta scontata (o inevitabile?) alla violenza.
- La nostra lettura degli episodi reali di violenza contro le donne sono condizionati da questa sedimentazione di stereotipi.



ALCUNE CONSIDERAZIONI PRELIMINARI 4/4

D'altro canto il proliferare di questo tipo di *sceneggiature* ha prodotto un altro tipo di rappresentazione della violenza di *senso contrario*.



Le donne si fanno *soggetti* di violenza, iniziano a difendersi da sole e a vendicarsi autonomamente del male subito. E insieme, ovviamente, proliferano anche gli studi su questa alternativa (ma, poi, non così nuova) forma di violenza.



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE PRIMA)

UN ESEMPIO MOLTO NOTO

Il 14 febbraio 2009, in un parco romano chiamato Caffarella, due giovani fidanzati di 16 (lui) e 14 (lei) anni sono stati assaliti, aggrediti e picchiati da due uomini, identificati come due stranieri e più precisamente come due rumeni, i quali hanno violentato la giovane ragazza. Il caso poi ha avuto un suo sviluppo penale e dalla accusa di colpevolezza i due rumeni inizialmente incolpati si sono rivelati estranei al caso.



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE PRIMA)

CORPUS

TV: Selezione della programmazione televisiva sulle 3 reti Rai, 3 reti Mediaset, La7, e satellitare (Sky Tg 24) che ha trattato l'argomento:

- Rai 1: Tg1 e Porta a Porta
- Rai 2: Tg2, Tg2 Punto di vista, AnnoZero
- Rai 3: Tg3, Ballarò
- Rete 4: Tg 4
- Canale 5: Tg5, Matrix
- Italia 1: Studio Aperto
- La 7: Tg, L'Infedele, 8 e mezzo
- Sky: Sky Tg 24



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE I)

STAMPA: Selezione dalle testate La Repubblica, La Stampa, L'Unità, Il Giornale, (periodo di riferimento 15 febbraio 2009 - 30 aprile 2009, sia nelle pagine nazionali, sia in quelle delle relative edizioni romane)

INTERNET: Selezione dei principali Blog (attraverso l'estrazione con blog Pulse, Google Blog) e dei principali gruppi di discussione di Facebook che hanno avuto rilevanza in base ai post inseriti e commenti sviluppati nel periodo 15 febbraio 2009 – 20 ottobre 2009



L'ANALISI SEMIOTICA DELLE NOTIZIE I/4

DIMENSIONE ENUNCIATIVA

Nel momento in cui ci si approccia all'analisi di un testo giornalistico non si può esimersi dal valutare la “voce” del giornale nel suo complesso. Non si può, cioè non partire dal considerare la distinzione tra discorso prodotto (i contenuti comunicati e cioè il piano dell'enunciato) dall'atto che produce quel discorso, che viene chiamato piano dell'enunciazione.

Evidentemente l'identità di una testata è una necessità fondamentale di qualunque quotidiano che deve presentarsi come un prodotto riconoscibile dal proprio pubblico di riferimento, mantenere una specificità di stile e differenziarsi possibilmente dalle altre testate.

→ Marche enunciazionali (deittici di persona, tempo e spazio)



L'ANALISI SEMIOTICA DELLE NOTIZIE 2/4

CONTRATTO DI LETTURA

- **INFORMATIVI**: l'informatore si pone nella posizione di chi sa e deve informare, senza fornire una chiave di lettura esplicita;
- **POLEMICI**: l'enunciatore si manifesta chiaramente come un enunciatore di parte;
- **PEDAGOGICI**: l'enunciatore si assume il compito non solo di informare, ma anche di spiegare il senso delle notizie;
- **PARITETICI**: l'enunciatore e l'enunciatario sono dotati dello stesso voler-sapere e poter-comprendere e insieme vanno a caccia di notizie.



L'ANALISI SEMIOTICA DELLE NOTIZIE 3/4

DIMENSIONE NARRATIVA

Ogni trasformazione viene letta come l'azione di un soggetto che ha un programma e deve realizzarlo e per fare questo organizza un determinato (e strategico) concatenamento di azioni. Da qui lo schema narrativo canonico Greimasiano con le sue quattro fasi: manipolazione, competenza, performance, sanzione

- NOTIZIE COMPLETE: sono presenti tutte le fasi dello schema canonico di un'azione
- NOTIZIE PREPARATORIE: incentrate sull'azione di manipolazione e di destinazione del soggetto sulla sua acquisizione di competenze
- NOTIZIE PERFORMATIVE: rivolte soprattutto all'azione vera e propria
- NOTIZIE SANZIONATORIE: enfatizzano il momento e la modalità della sanzione



L'ANALISI SEMIOTICA DELLE NOTIZIE 4/4

COMPONENTE PASSIONALE

Anche la componente affettiva è fondamentale all'interno del discorso giornalistico, sia perché ci sono passioni che diventano notiziabili, sia perché le notizie vengono spesso raccontate con passione nel senso di essere comunicate sotto il segno di un'euforia o di una disforia, di una tensione, di un giudizio morale allo scopo di attirare i lettori, creare spettacolarità, emulare in qualche modo anche i meccanismi (appassionanti) della televisione.



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE 2)

- Continuo passaggio tra i diversi livelli della narrazione in cui l'oggetto di valore finale reclamato dai vari attori coinvolti è la giustizia: una giustizia personale per la ragazza vittima della violenza, una giustizia collettiva per gli abitanti del quartiere, una giustizia globale per gli italiani.
- Se, dunque, vittime e italiani sono i mandanti, le istituzioni politiche finiscono per diventare i soggetti di questa storia, coloro che possono garantire l'ottenimento del valore della sicurezza.
- Le ronde e i decreti legge sulla sicurezza e sull'immigrazione sono gli strumenti di questa performance e trovano, nell'attualizzazione di passioni come la paura, la rabbia, la vendetta, la loro più ampia giustificazione.



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE 2)

E la dimensione *gender*?

Quale considerazione rimane per la vittima?

In che modo la narrazione dei fatti rende giustizia alla donna (bambina) che è stata violata in maniera così brutale?

Tutto si concentra intorno alla figura dello straniero (è questo il topic realmente fondamentale nella narrazione): non è tanto importante che una donna sia stata violentata, quanto il fatto che a farlo sia stato un extracomunitario.



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE 2)

Non è un caso se, ogni volta che una comunità comincia a coltivare l'angoscia della propria integrità socio-culturale nei confronti del diverso tale angoscia si coagula mediaticamente intorno al corpo della donna (insider) violata da un uomo (outsider), così che altri uomini (insider) possano riconquistare (simbolicamente) il corpo della donna (insieme a ciò che esso rappresenta) e punire lo stupratore outsider.

La violenza contro la donna diventa strumentale!



LA VIOLENZA CONTRO LE DONNE NELLA CRONACA: IL CASO CAFFARELLA (PARTE 2)

Cosa manca?

- Informazioni sulle strutture di aiuto per le donne vittime di violenza: centri anti-violenza, strutture di supporto psicologico e legale, strutture ospedaliere, ecc..
- Attenzione all'uso di un linguaggio che non sia lesivo dei soggetti e della loro sofferenza (fisica e psicologica).
- Condanna della violenza in sé.



CONCLUDENDO

Il fenomeno della violenza contro le donne è oggetto di una “notiziabilità” scorretta. Viene usato strumentalmente per trasmettere altri messaggi (ovvero fa notizia solo quando c’è bisogno di mettere in luce altre questioni), ma quasi mai è rilevante in sé.

È per questo che le notizie di violenza finiscono per sfuggire ai mezzi tradizionali di informazione (televisione e stampa) e diventano oggetto di nuovi mezzi e nuove pratiche (blog, forum on line, comunità virtuali, ecc.).



CONCLUDENDO

Ma esiste un comportamento virtuoso?

2008 → La Federazione Internazionale dei Giornalisti (IFJ) lancia un decalogo con lo scopo di chiedere attenzione, professionalità e rispetto per informare senza pregiudizi e distorsioni su un fenomeno ancora trattato poco e male dai media in tutto il mondo.



CONCLUDENDO

- Identificare la violenza inflitta alle donne con **precisione**.
- Utilizzare un **linguaggio esatto e libero da pregiudizi**.
- Utilizzare il massimo del rispetto.
- **Difendere la riservatezza** della protagonista.
- **Collocare la violenza nel proprio contesto, con statistiche e informazioni** anche utili sul come difendersi in casi analoghi.
- Dar conto di questo problema diffusamente e con la dovuta **sensibilità**.
- **Eliminazione di ogni forma di vessazione e sopruso** o qualsiasi discriminazione.



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

Il proliferare, oggi, di immagini di donne violente (reali e immaginarie) costituisce un sintomo significativo della svolta epocale in cui siamo immerse ormai da molti anni.

Esempi di film e fiction:

- Kill Bill (Quentin Tarantino. Eroina: Uma Thurman)
- Basic Instinct (Paul Verhoeven. Eroina: Sharon Stone)
- Lara Croft (prima Simon West e poi Jan de Bont. Eroina: Angelina Jolie)
- Charlie's Angels (la serie e poi il film)
- Donne assassine (la serie andata in onda nel 2008 su sky)
- Uomini che odiano le donne (tratto dall'omonimo libro di Stieg Larsson)



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

DWF

I giorni dell'ira. Donne e figure della violenza

2009, 2 (82) – aprile-giugno

“la sfida sta nel distillare la forza della violenza, nel chiederci quanto la rappresentazione di corpi di donne che esercitano forza e violenza risponde a una più diffusa consapevolezza di sé, e quanto invece è all’opposto esercizio di censura. Non si tratta di un compito semplice perché è evidente che forza e violenza, liberazione del corpo e suo asservimento a un livello superiore del mercato dell’immaginario sono strettamente intrecciati in questo genere di rappresentazioni”



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

- Le donne violente nella storia
- Le donne violente nei film di cappa e spada
- Le donne violente nella fiction televisiva
- Le donne violente nel melodramma
- Le donne violente nelle culture del passato



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

IL TOPIC DELLA VENDETTA

La “vendetta” funge da “equilibratore passionale” e si sviluppa attraverso un’inversione. In un tempo X c’è la felicità, la completezza. Poi qualcosa succede e viene provocata una mancanza. La vendetta viene messa in atto per colmare la mancanza. Nel caso della violenza femminile, dunque, è la mancanza a capovolgere gli assunti culturali cui siamo abituati, secondo cui il femminile è debole, domato, sottomesso.

→ Un **non avere** che produce un **fare**.



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

IL TOPIC DELLA GIUSTIZIA

La violenza femminile viene spesso rappresentata come forma estrema di giustizia, di nemesi.

l'azione violenta non è mai gratuita, ma sempre dettata da un'impronta superiore (al limite del divino) che deve ristabilire gli equilibri. In questo senso la violenza femminile non è istinto omicida, ma mano razionale che agisce con lucida intenzione.



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

L'ESSERE MASCHILE DELLA DONNA VIOLENTE

La violenza femminile è la trasgressione estrema e ultima del confine tra sessi, espressione di una natura che torna animale e dunque di un tipo di soggettività che si deumanizza.

Ogni volta che una donna è violenta lo può essere solo in quanto uomo, solo quando il suo cuore diventa razionale come quello di un uomo.

Eroe → colui che combatte

Eroina → colei che si sacrifica.



QUANDO SONO LE DONNE A DIVENTARE VIOLENTE

LA LIBERAZIONE DALLA SOFFERENZA

Un filone interessante di studi è quello che prende in esame le figure di donne la cui violenza è strumentale alla eliminazione di una sofferenza: si veda la figura della *s'accabadora*.

La violenza è in questo caso giustificata dalla necessità. La donna che la esercita è dunque una martire, che sacrifica la propria coscienza al benessere del prossimo.



CONCLUDENDO

Quale figura di donne esce da queste rappresentazioni?

L'immagine che si impone è quella di un sé instabile, frammentario, cangiante, prodotto dalla sovrapposizione (o scontro?) tra le molteplici identità che circolano nel sistema sociale e simbolico. È un io scisso, in continua ridefinizione. Un soggetto che è ora madre tenera e affettuosa, ora spietata eroina vendicatrice; una donna a tratti sessualmente disinibita ed economicamente emancipata, che poi torna sui suoi passi e si richiude in una sorridente sottomissione. La violenza altro non è che la sporadica ribellione a questo asservimento.



CONCLUDENDO

C'è una fondamentale differenza tra i casi di rappresentazione di violenza maschile “a fin di bene” e questi casi.

Mentre prima avevamo la costruzione di un immaginario che vedeva la presenza di un soggetto debole da salvare normalmente raffigurato da una donna, qui tale soggetto debole cessa di esistere.

→ Ribaltamento dello stereotipo.



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

Che cos'è la comunicazione sociale?

“scopo della comunicazione sociale è quello di aumentare il livello di consapevolezza e conoscenza dei cittadini relativamente a problemi di interesse generale, anche nella prospettiva di modificare comportamenti o atteggiamenti”

[Gadotti G.,2001, *La comunicazione sociale, Soggetti, strumenti, linguaggi*, Arcipelago Edizioni, Milano]



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

con "comunicazione sociale" si identifica l'attività realizzata dai settori di pubblica utilità, dunque comprende tutte le attività comunicative legate:

- Al settore istituzionale e volte a promuovere un avvicinamento dei cittadini a norme e servizi;
- Al settore sociale come espressione di valori e diritti;
- Al settore delle rappresentanze socio-economiche e della stessa impresa che comunica in area extra-commerciale.



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



possono fare comunicazione sociale ministeri, regioni, comuni, associazioni non profit ma anche imprese private che attuano iniziative di carattere sociale e non direttamente orientate ad un profitto economico



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

Questo tipo di comunicazione **si caratterizza:**

- Da un lato, per la sua vocazione civile e sociale, per il fatto di collegarsi alle tematiche vicine al benessere collettivo, quali la prevenzione di malattie, la difesa dell'ambiente etc. In questo caso, le campagne di comunicazione sociale hanno la finalità di sensibilizzare l'opinione pubblica nell'affrontare problemi di carattere e interesse collettivo partendo dalla modifica e dal cambiamento di atteggiamenti e comportamenti degli individui e dei gruppi sociali.



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

- Da un altro punto di vista, per comunicazione sociale si intende anche tutta l'attività promossa e portata avanti dal terzo settore: in questo caso si può parlare anche di marketing sociale. Per questo tipo di realtà, la comunicazione è volta soprattutto ad attività di **fund raising**, finalizzata al reperimento di risorse finanziarie, e **people raising**, cioè al reperimento di nuovi volontari, un maggior coinvolgimento di quelli già presenti e il consolidamento delle motivazioni nei fondatori e negli associati.



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

SOCIALE

- Qualcosa che riguarda tutti, che evoca la presenza di un “noi”, l’esistenza e la gestione di beni collettivi, che pone un richiamo alla solidarietà nei confronti dei soggetti più deboli che compongono il “noi”;
- Esercizio del controllo da parte della società nei confronti degli individui che la compongono: la comunicazione sociale in questa accezione si propone di favorire l’apprendimento delle modalità più idonee per garantire la stabilità e la riproducibilità della società nel suo insieme;
- Matrice associativa, sfera pubblica, definizione delle priorità attraverso il confronto tra le esperienze e le preferenze dei soggetti pubblici presenti sulla scena.



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

PUBBLICITÀ PROGRESSO

Nasce negli anni '70 con la scommessa di riuscire a mostrare come anche la pubblicità possa contribuire a veicolare valori collettivi che si ritengono tali e, nonostante le trasformazioni e ridefinizioni subite negli anni, può essere considerata come una riuscita campagna di marketing del settore pubblicitario:



FARE PUBBLICITÀ ALLA PUBBLICITÀ



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

COMUNICAZIONE PUBBLICA



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

<http://www.youtube.com/watch?v=55PnGHgJkNo>

<http://www.youtube.com/watch?v=jSyN7E0bUIE&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=xISb7YX-X3s>

<http://www.youtube.com/watch?v=MaT8XySrhTs>

<http://www.youtube.com/watch?v=drO8m-WTVGQ&feature=related>

<http://www.youtube.com/watch?v=VyfpQ2ljGzw&NR=1>

<http://www.youtube.com/watch?v=KsAHV6bg7n4>

<http://www.youtube.com/watch?v=RY6uVPR4Tko>

<http://www.youtube.com/watch?v=VIXru2QPFDk>



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



È STATO IL TAPPO DELLO SPUMANTE.

 **Presidente del Consiglio dei Ministri**
Dipartimento per i Diritti e le Pari Opportunità

Fermare la violenza sulle donne è più facile che nascondersela.

Chi maltratta, violenta o sfrutta una donna, ha una possibilità di farlo finita, soprattutto della sua famiglia e della sua patria. Se ne ritiene e denuncia in un atto di civiltà chiamando il numero verde **Antiviolanza Donna 1122**. Troverà ascolto e immediata difesa.

La violenza sulle donne non ha scuse.



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

**STOP
VIOLENCE
AGAINST
WOMEN**



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA DOMESTICA

La violenza domestica è il comportamento abusante di uno o entrambi i compagni in una relazione intima di coppia, quali il matrimonio e la coabitazione. Si estrinseca in molte forme, quali l'aggressione fisica, minacce di aggressione, intimidazione, controllo, stalking, abusi sessuali o emozionali, trascuratezza, deprivazione economica. Tali comportamenti possono costituire reato a seconda della locale legislazione e della loro gravità.

Le donne, sempre le donne.

TP
pubblicitari professionisti
CONTRO LA VIOLENZA DOMESTICA SULLE DONNE

   <http://www.associazione-tp.it>



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



Women and girls are most at risk of violence from men they know, particularly in the family.

Rape and sexual torture are used as weapons of war.

Violence against women has serious mental, physical and sexual health consequences.

**Violence against women
is a public health problem.
It can be prevented.**



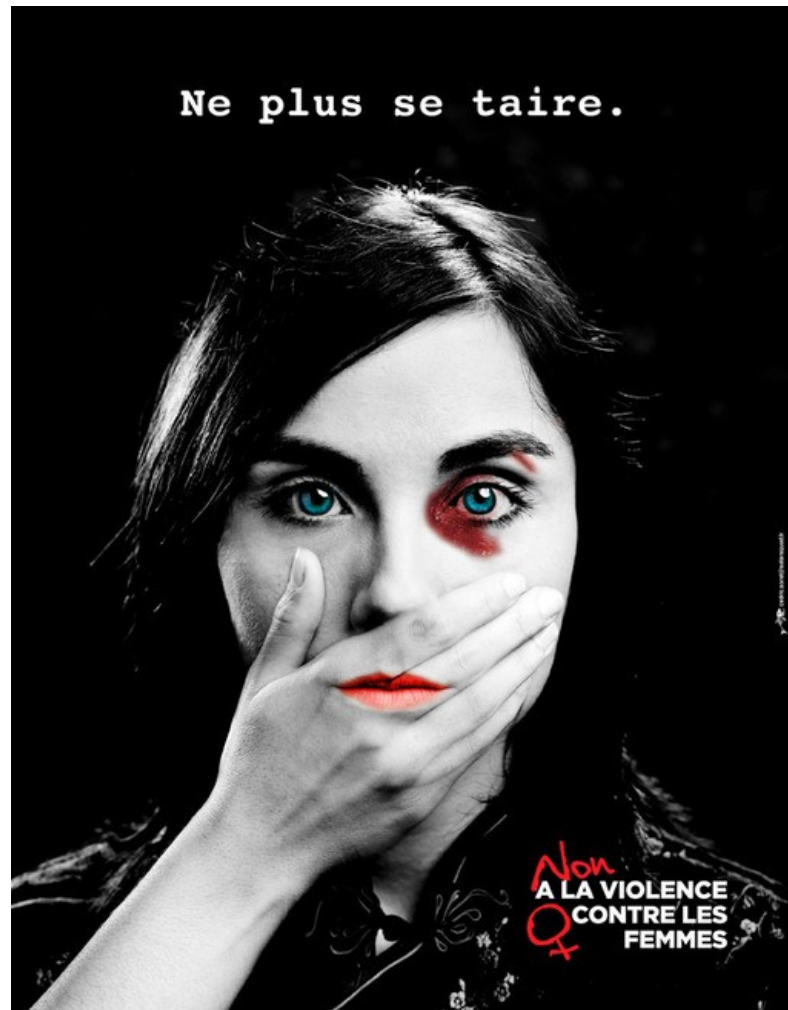
World Health
Organization



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE



VIOLENZA E COMUNICAZIONE SOCIALE

