



Network per lo Sviluppo della Comunicazione Sociale in Piemonte



Soggetto

“Superpoteri”

Descrizione/obiettivi

La volontà comunicativa che sottende a questa proposta è quella di identificare i più diffusi pregiudizi sulla disabilità visiva (“I ciechi hanno dei superpoteri”, “I ciechi vanno compatiti”, “I ciechi sono permalosi”, ecc.) e sottoporli a *reductio ad absurdum* sino a metterne in evidenza l'intrinseca infondatezza. Il pay off rivela l'obiettivo finale di tutta l'operazione: sostituire i 'luoghi comuni' con dei 'luoghi in comune', delle nuove e feconde occasioni di incontro.

Testo

“I ciechi hanno dei superpoteri.
Non è vero.

I mezzi di comunicazione tendono a descrivere i ciechi come individui dotati di 'superpoteri' sviluppati nel tempo per compensare la disabilità visiva. Udito supersonico, olfatto animalesco, tattilità sovrumana. Per non parlare del sesto senso...In confronto, Superman è un dilettante. Quanto viene scritto o detto sui ciechi e la loro indipendenza è frutto di nobili intenzioni ma può talvolta risultare fuorviante, se non addirittura controproducente. Alcune persone esitano a offrire il proprio aiuto per rispetto alla loro dignità e autosufficienza. È un eccesso di zelo. Non dobbiamo temere di dare una mano: ciechi e ipovedenti possono aver bisogno di un nostro semplice gesto.

Meno luoghi comuni, più luoghi in comune.

Agenzia

Studio Partners

