

Fondamenti di intercultura ispano-americana

MODULO 1: LA QUESTIONE DI IDENTITÀ

Etimologia: il termine “identità” viene dal latino tardo *identitas* che deriva dalla parola *idem* vale a dire “medesimo, uguale”.

Identità: è un concetto, un’idea che si può esprimere attraverso degli oggetti concreti. Noi ci riconosciamo in oggetti, in cose. Ha interessato la mente umana dalle origini e tutti i filosofi si sono interessati.

Ogni scuola di pensiero è tornata a pensare il problema dell’identità.

Tutto inizia dal **principio di identità**, che stabilisce $A = A$ ed $A \neq \text{non } A$. Definisce qualcosa che è uguale a sé stesso, cioè io sono e non c’è nessun altro come me. “Io sono identico a me stesso, ma diverso da tutti gli altri”. Questo principio non si applica solo alle cose, ma alle persone nella loro trasformazione temporale.

È stato poi introdotto il concetto di **identità culturale**. Il primo incontro che noi facciamo con l’identità è all’anagrafe. Tutti noi abbiamo una carta di identità, dove sono presenti i nostri dati:

- **Cognome:** lo riceviamo dalla nostra storia familiare, da nostro padre, non dipende da noi. In alcuni paesi c’è la tradizione di avere doppi cognomi. Originaria della Spagna e poi diffusa nell’America latina, è tradizione dare al primo genito il nome del padre e alla primo genita il nome della madre. Questo però può essere considerato un problema di identità, quindi si aggiunge il cognome della madre. Nel paese basco non aggiungono solo il nome della madre, ma entrambi. Anticamente si arrivava fino a otto cognomi e attraverso questo sistema si definiva quali erano i lignaggi. I nostri cognomi sono antichi soprannomi.
- **Nome:** non lo scegliamo e lo possiamo cambiare in alcune situazioni.

Quando c’è il passaggio da carta di identità cartacea a digitale vediamo che alcuni dati non sono più presenti quindi questa identità non è così solida.

Nella nostra tradizione l’istituzione del cognome si è reso utile per registrare le nascite, così lo Stato controlla i cittadini. Con gli spostamenti, la **migrazione di massa** da uno stato all’altro è diventato fondamentale possedere un documento di identità per il passaggio tra frontiere.

Nel 1923 con il Congresso Internazionale gli stati riconoscono la necessità di un documento di identità valido per il passaggio delle frontiere, cioè il **passaporto**. Nei primi passaporti italiani non c’era la foto. Mentre la carta di identità viene creata dopo la Seconda guerra mondiale.

Altri dati sono:

- **Nascita:** non dipende da noi e ha solo un valore anagrafico. In molte culture, la data di nascita ha un valore importantissimo, svela il destino di una persona. Per esempio, nelle culture ispaniche si faceva uno studio per capire quale fosse il destino di una persona.
- **Luogo di nascita:** non lo scegliamo, influisce sulla nostra identità, ma è legato puramente alla casualità.
- **Cittadinanza:** appare nella versione nuova perché nell’800 si crea l’idea di identità nazionale.

- **Residenza:** non definisce la nostra identità perché si può cambiare molte volte.
- **Sesso:** è stato aggiunto nella nuova carta di identità perché prima si dava per scontato guardando la foto, mentre adesso bisogna definirlo.
- **Codice a barre:** lo stato contemporaneo riduce la nostra identità ad un codice a barre.
- **Statura**

Dati non presenti nella versione nuova della carta di identità (digitale):

- **Stato civile e professione:** sono stati rimossi perché lo stato ha riconosciuto il matrimonio non più definitivo (prima non si riconosceva il divorzio) mentre la professione non descrive la mia identità. Sono fattori legati al cambiamento.
- **Capelli, occhi e segni particolari.**

Ma quale problema crea questa questione dell'identità culturale?

MODULO 1: IL CONCETTO DI CULTURA

La cultura è legata a questioni materiali, più che religiose. Edward Burnett Tylor è stato un antropologo britannico e definisce la cultura, intesa nel suo ampio senso etnografico, come quell'insieme complesso che include la conoscenza, l'arte, la morale, il diritto, il costume e qualsiasi altra capacità e abitudine acquisita dall'uomo come membro di una società.

Il termine cultura conosce due accezioni fondamentali, l'estesa e la ristretta.

- La prima designa ogni modo di vivere che una cerchia sociale esprime quando affronta specifici temi. Si utilizza nella comunicazione quotidiana e nelle discussioni pubbliche. Possiamo trovare etichettate come "cultura" un'area geografica accumulata dalla sua storia, preferenze estetiche e scelte di vita, valori e così via.
- La seconda accezione, ristretta, indica invece una realtà ideale condivisa da un gruppo, e perciò capace di dare significato all'intero suo modo di agire.

La cultura non è mai una questione individuale, è sempre frutto dell'interazione con gli altri.

MODULO 2 COMUNICAZIONE E COMPETENZE INTERCULTURALI

Eventi comunicativi: una persona comunica e gli altri ascoltano.

Essi rispondono a una teoria, “**l’Inevitabile**” di Jakobson, che ha creato uno schema di evento comunicativo. Qualsiasi tipo di evento comunicativo ha questa struttura:

- il comunicato (testo),
- il contesto e il codice contatto,
- il mittente e il destinatario.

Con **comunicazione interculturale** definiamo qualsiasi tipo di evento in cui uno di questi tre elementi, mittente, comunicato e destinatario, non è omogeneo culturalmente, cioè quando il mittente non ha la stessa cultura del destinatario = culturalmente eterogenei.

Un **modello di comunicazione comunicativa interculturale** prevede un momento di competenze (preliminari) e un momento di performance. C’è un software mentale in cui i fattori culturali influenzano la comunicazione. Il software di comunicazione riguarda tutti i codici, i linguaggi sia verbali che non verbali. Il software di contesto regola lo svolgimento di un evento comunicativo.

I ruoli di diverse funzioni all’interno di questo tipo di modello:

Interprete: fa un lavoro che passa da un **codice verbale** ad un altro codice verbale (comunicazione verbale) ed il **contesto** in cui si può muovere è culturale e situazionale.

Traduttore: utilizza il **codice verbale scritto**, di tipo testuale. Si muove in un **contesto** diacronico e diattonico, culturale e letterario.

- Il testo è la comunicazione trasmessa
- Il contesto è la quantità di informazione che si suppone l’altra persona possieda sull’argomento.

Possiamo individuare due stili di comunicazione:

- **Contesto sottinteso (high context culture):** ci sono gruppi o comunità che usano uno stile comunicativo in cui il contesto è sottinteso, cioè attraverso il semplice stare insieme viene soddisfatto il lato emozionale. Gran parte dell’informazione del contesto è interiorizzata nella persona o contenuta nell’ambiente circostante. In questo contesto è possibile parlare o scrivere poco.
- **Contesto da definire (low context culture):** in cui c’è bisogno di parlare, comunicare verbalmente; per cui la maggior parte dell’informazione è legata a un codice esplicito. Infatti, il silenzio è avvertito come anormale, un’interruzione di comunicazione.

Nei contesti sottointesi l’accento viene posto sul contesto, relazioni e sentimenti, grado di mediazione, flessibilità, apparenza (sociale e personale), circostanze e tempo multilineare. Mentre nei contesti da definire l’accento viene posto sul testo (orale o scritto), i fatti, immediatezza, consistenza, sostanza, regole e tempo monolineare.

Importanza della comunicazione non verbale: Noi siamo prima visti e poi ascoltati. L'80% delle informazioni che raggiungono la corteccia cerebrale passa dall'occhio. Sulla base di quello che si vede si decide se comunicare o no. L'informazione visiva prevale su quella linguistica.

Codici non verbali:

- **Cinesica:** è un codice vocale non verbale (pianto, strillo, tono della voce e gestualità). Si parla di gesti, cioè movimenti di qualsiasi parte del corpo, che possiedono un significato e trasmettono un significato. I gesti si suddividono in:
 - Emblemi, gesti dotati di un significato preciso e sostanzialmente condiviso.
 - Gesti illustratori, gesti che hanno il compito di illustrare ciò che si sta dicendo.
 - Indicatori emozionali che sono gesti legati a stati motivati.
 - Gesti regolatori, che sono gesti che regolano un discorso e indicano un cambiamento nelle strategie di un discorso. Possono essere:
 - punti, ovvero segni della punteggiatura e segni che indicano l'alternarsi delle persone che parlano
 - diversa posizione, cioè atteggiamento e attenzione di una persona durante un discorso
 - presentazione, che è il grado di coinvolgimento di una persona durante un discorso
 - Gesti adattatori, cioè movimenti che manifestano con il corpo uno stato emotivo e riequilibrano uno stato di tensione
- **Prosemica:** è la disciplina che studia l'aspetto fisico e le distanze tra i corpi all'interno di una comunicazione, sia verbale che non verbale. A seconda della distanza si può definire una comunicazione pubblica (3,5m), sociale (1-2 m), personale (45-120 cm) o intima (0-45 cm). È molto legata alla differenza di genere, ci sono culture in cui maschio e femmina non possono toccarsi. Queste distanze fanno parte degli stili comunicativi.
- **Vestemica:** studia l'ambiente comunicativo. L'abbigliamento ha un significato culturale (kilt), nazionale, religioso (kimono o tunica dei monaci), ideologico (abito con decorazioni che indicano un'appartenenza ideologica) e sociale. C'è la distinzione classica tra formale e informale (dress code) che dobbiamo conoscere molto bene per evitare di commettere errori.
- **Oggettistica:** riguarda il significato degli oggetti. Gli status symbols come la ricchezza, raffinatezza, status sociale e aziendale e rispetto per l'interlocutore.
- **Cronemica:** si riferisce all'uso e percezione del tempo come sistema di comunicazione. Durante un'interazione, caratteristiche come il tempo di attesa, la puntualità e la scansione ritmica della conversazione sono possibili messaggi cronemici, spesso intenzionali. Riguarda anche la scansione della conversazione, del dialogo, cioè, decidere quando è il momento dell'altro di parlare. La sincronizzazione di questi due principi è un segnale di interazione positiva tra i parlanti.

MODULO 2: LE COMPETENZE INTERCULTURALI

L'interesse verso la **competenza interculturale** nasce in America del Nord a partire dagli anni Cinquanta del secolo scorso, sviluppando le dinamiche dello **shock culturale** e le dimensioni considerate meno esplicite nella **comunicazione interpersonale**, come la comunicazione non verbale e la prossemica. Il primo ambito in cui ci si interessa è quello militare, si cerca nei confronti degli ufficiali di fornire loro una prima formazione interculturale per insegnarli come agire in questi ambiti così diversi.

All'inizio si tratta di una categoria principalmente di tipo **descrittivo**: si riferisce in modo generico al campo delle "relazioni tra persone culturalmente diverse" che possono assumere segni differenti. Descrivono le differenze culturali.

Questa descrizione arriva in un momento in cui le relazioni interculturali avvenivano solo a livello individuale (persone che si trasferivano). Ancora non si assisteva a fenomeni di migrazioni di massa.

Le società contemporanee vengono considerate come "interculturali" di fatto, ma questa "**interculturalità di fatto**" può rivestire contorni negativi, che sfortunatamente possono includere forme di razzismo e svalutazione di differenze culturali significative.

Cosa intendiamo per competenza?

- In termini pedagogici è l'acquisizione di un'abilità, però questa competenza (linguistica ad esempio) possiamo non avere occasione di usarla.
- Mentre nel campo delle competenze interculturali, la competenza è descritta come "sapere in azione", cioè queste competenze devono darci gli strumenti per trasformare le situazioni in cui ci troviamo.

Quali sono queste competenze?

Nel 1989 il giornale scientifico inglese *international journal of intercultural Relations* dedicò un numero della rivista al tema. L'unione di tutti questi contributi porta alla formazione di un primo modello articolato su sei elementi, che rappresentano le basi su cui costruire la formazione interculturale:

- Elementi in relazione con la **conoscenza della cultura di arrivo**.
- **Qualità personali**: apertura, flessibilità, tolleranza verso l'ambiguità (cioè, sapere che non sempre ci sono regole valide per tutti, bisogna adattare la propria visione alla situazione nelle relazioni interculturali), senso dell'umorismo.
- Le **abilità comportamentali** (la capacità di comunicare e le attitudini adeguate ai ruoli e alle posizioni relazionali).
- **Coscienza di sé** (conoscere i miei valori e convinzioni e spiegarne le origini senza darle per scontate).
- **Abilità tecniche** (capacità di portare a termine progetti in nuovi contesti culturali).
- **Fattori relativi ai nuovi contesti (saper trovare somiglianze tra la cultura di origine e quella con cui ci si confronta, l'accoglienza dello straniero, avere cognizione delle condizioni socioeconomiche e politiche della cultura delle altre persone, e saper resistere a una certa pressione psicologica).**

Il modello di Byram

Nel decennio degli anni 90, l'Unione europea si interroga su questa questione e forma una commissione di esperti a cui affida il progetto Intercultural Competence Assesment (INCA) che viene affidato a un esperto britannico Byram, che fino a quel momento si è occupato di competenze linguistiche.

La competenza interculturale viene articolata in tre ambiti:

- Le conoscenze
- Le abilità
- Le attitudini

La commissione propone questo modello, che si sviluppa in modo parallelo, ma gradualmente. Si parte dalla **conoscenza** (di sé e dell'altro, di interazione individuale e della società). Questo è il sapere. A partire da questa conoscenza si sviluppa un'**attitudine educativa** (una sorta di educazione politica e consapevolezza culturale critica, noi siamo consapevoli di essere in una relazione interculturale). Questo viene indicato con sapersi coinvolgere perché non studiamo la formazione interculturale dall'esterno, ma dobbiamo essere coinvolti. Le attitudini (relativizzare sé e valorizzare l'altro) cioè il saper essere. Contemporaneamente questo genera due abilità: il **saper comprendere** e il **saper apprendere** (o fare). Il primo è saper interpretare cosa sta succedendo, mentre l'abilità nel saper fare è dedicata all'azione che poi mettiamo in campo (imparare ad agire). Questo genera un cambiamento nell'essere, perché si capisce che la formazione interculturale deve essere un saper in azione che cambia il soggetto.

Il modello di Bennett

Tutto ciò viene ripreso e ampliato da Milton Bennett che, prima nel '93 e poi nel 2015, sviluppa un progetto chiamato Development Model of Intercultural Sensitivity (DMIS). Quest'ultimo è considerato un **modello evolutivo**, cioè, descrive il cambiamento delle persone che si trovano a confrontarsi con una cultura diversa, presupponendo un continuo miglioramento nel raffronto con le differenze culturali. Propone infatti una **linea continua** che inizia nella condizione di etnocentrismo e si sviluppa attraverso varie tappe per poi arrivare a una piena coscienza e competenza interculturale, in altre parole il riconoscimento e l'accettazione delle differenze che Bennett chiama "etnorelativismo".

Etnocentrismo (3 fasi/tappe):

- Negazione delle differenze culturali.
- Difesa (ammettere l'esistenza di differenze culturali ma considerarle pericolose, una minaccia per la propria identità e cultura).
- Minimizzazione (minimizzare l'importanza delle differenze, sempre con l'obiettivo di difesa).

Etnorelativismo (secondo Bennett l'atteggiamento etnorelativo significa considerare che le culture si possono capire nella loro relazione reciproca e che ciascun atteggiamento si può capire solo all'interno del suo contesto culturale):

- Accettazione (si accettano altre culture, si studiano ma rimanendo neutrale, senza dare giudizi).
- Adattamento (ricerca di possibili punti di incontro).
- Integrazione (o meglio, interazione), il momento in cui le culture diverse interagiscono tra loro anche a livello di vita quotidiana, le persone sono in grado di sapersi muovere nella cultura dell'altro, si collabora a livello sociale.

Egli nota però che questo punto di arrivo non si realizza mai, sembra un'utopia e cioè può creare frustrazioni. La chiave che Bennett individua per il passaggio dall'etnocentrismo all'etnorelativismo è il concetto di **empatia**, cioè la capacità di riconoscere e fare propri riferimenti culturali diversi, l'abilità di fare esperienza di aspetti della realtà in modo diverso rispetto a come avverrebbe nella propria cultura.

In che modo si misurano le competenze interculturali? Risulta cruciale nelle professioni che hanno compiti istituzionale negli ambiti della salute, dell'educazione, nei servizi sociali e amministrativi, riflettere sui criteri e gli indicatori di competenza e sui modelli di riferimento. Una particolare attenzione viene rivolta alla capacità di adattamento, in cui si mettono in evidenza i comportamenti verbali e non verbali, un'adeguata flessibilità cognitiva, affettiva e comportamentale, capace di generare atteggiamenti trasformativi in situazioni interpersonali di conflitto.

Il modello di Edward Taylor: si basa sulle capacità di adattamento della persona e sulla sua integrazione in contesti sociali sentiti come diversi. Si compone di 5 fasi:

- Bagaglio delle esperienze di partenza.
- Far fronte all'esperienza dello shock culturale.
- Saper utilizzare diversi approcci cognitivi verso la differenza culturale.
- Sviluppo delle strategie di apprendimento comportamentale.
- Modifica dell'identità culturale.

Il modello di Darla Deardoff: è progressivo e interattivo che non ha una direzionalità lineare (come quello di Bennett), ma circolare. Darla individua 2 livelli:

- **LIVELLO INDIVIDUALE**, che parte dagli atteggiamenti:
 - Rispetto (valutazione delle altre culture)
 - Apertura (con astensione dal giudizio)
 - Curiosità
 - Scoperta (tollerare l'ambiguità)

E poi bisogna sviluppare le conoscenze e la comprensione:

- Consapevolezza di sé culturale
- Profonda conoscenza culturale
- Consapevolezza sociolinguistica
- Abilità di ascoltare
- Osservare e interpretare
- Valutare e relazionare

Questo momento formativo deve portare a 2 risultati

- LIVELLO INTERAZIONALE, con esiti interni (spostamento del quadro di riferimento)
 - Adattamento
 - Flessibilità
 - Visione etnorelativa
 - Empatia
- Esiti esterni;
 - Comunicazione e comportamento efficace e appropriato in una situazione interculturale

Questo processo porta all'aumento della nostra curiosità e del nostro rispetto, quindi ciò fa sì che quando ci troviamo in una situazione diversa ricominciamo il percorso (circolarità).

L'intelligenza culturale

Negli ultimi anni, alcuni studiosi hanno sostituito il concetto di competenza con quello di intelligenza naturale, cioè la capacità di adattamento di una persona in nuovi contesti culturali perché, se la cosa importante è la capacità di adattarsi, allora devo strutturare la mia formazione in funzione di questa realtà. Non devo concentrarmi sulla quantità di nozioni ma sulla capacità di mettere insieme quindi relazionare le capacità di adattamento e le soluzioni relative dei problemi attraverso la definizione di priorità e di giudizi sulle norme prestabilite. Questo modello ci permette di pensare l'intelligenza interculturale senza vincolarla a "vantaggi" in aree specifiche come, ad esempio, quella delle competenze linguistiche.

Verso l'elaborazione di nuovi modelli

Negli ultimi decenni inoltre sono state mosse critiche e proposti nuovi modelli che non provengono dal mondo europeo e nordamericano, ma che fanno riferimento ad esperienze soprattutto africane e latinoamericane.

Importanza dei contesti sociali rispetto alle esperienze individuali.

Differenza nelle situazioni interculturali: mondi originari ed esperienze migratorie.

Intercultura e ridefinizione degli spazi di potere.

MODULO 3 INTERCULTURA E MIGRAZIONI: TRA I SAPERI E LE PRATICHE

Il pregiudizio è una forma distorta di ragionamento che spesso nasce da un qualcosa legato alle immagini. Dalla percezione delle immagini alla loro elaborazione da parte del cervello passa circa un decimo di secondo. Il cervello riempie questo lasso di tempo anticipando e cercando di prevedere l'immagine in arrivo. Quando gli stimoli visivi sono incerti, come nel caso delle immagini "paradossali" e ingannevoli, si possono verificare interpretazioni sbagliate.

Pregiudizio: appartiene a una dimensione individuale, mentre lo stereotipo appartiene ad una sociale. È un esito del processo che porta a giudicare un individuo in modo negativo semplicemente sulla base della sua appartenenza a un gruppo sociale. Si divide in tre dimensioni:

- Dimensione cognitiva: stereotipi e credenze
- Dimensione affettiva: emozioni e sentimenti
- Dimensione comportamentale: intenzioni e azioni ostili, causata dalle prime due sulla base del pregiudizio che noi assumiamo.

Noi attiviamo uno stereotipo cognitivo, si genera una reazione emotiva e ci comporteremo in un certo modo rispetto a quella immagine vista.

Il processo di **categorizzazione** è fondamentale e procediamo secondo questo per risparmiare energia cognitiva. Si attua attraverso la collocazione degli stimoli in categorie sulla base delle somiglianze e delle differenze.

- Esso è sicuramente necessario ma comporta una perdita delle sfumature di significato all'interno di una classe di oggetti (perché all'interno di una categoria, es. albero, includo tutto quello che può essere un albero ma perdo le differenze che ci sono tra sequoia, pino e quercia), compensata ampiamente dall'utilità pratica del processo: la **generalizzazione**.
- È anche necessario perché l'uomo non dispone di una capacità cognitiva tale da rispondere selettivamente a ogni stimolo ambientale.

Le categorie:

- Sono rappresentazioni astratte che comprendono gli attributi del concetto e le relazioni esistenti tra di essi.
- Rappresentano, dunque, le conoscenze relative a un concetto.
- Si traducono in aspettative nei confronti di persone, entità, gruppi sociali.

Le **conseguenze cognitive della categorizzazione** sono:

- Imposizione di una categoria a una serie di stimoli in modo che alcuni di essi ricadano nella classe A e i restanti nella classe B produrrà come effetto una crescita di qualunque differenza preesistente tra esse.
- Si verificherà una **riduzione delle differenze** all'interno delle categorie.
- Offre le condizioni sufficienti perché le persone comincino a sviluppare una percezione più favorevole del proprio gruppo rispetto ad altri, dove questa percezione più favorevole può **assumere** la forma di giudizi valutativi viziati o di qualche tipo di discriminazione comportamentale concreta.

Se avviamo processo di categorizzazione alle persone? Si passa allo stereotipo.

Quando attribuisco a una persona i valori di una data categoria. Valutare qualcuno attraverso uno stereotipo significa attribuirgli certe caratteristiche considerate proprie di tutti i membri del gruppo cui questi appartiene.

Gli stereotipi sono immagini mentali rigide e fortemente semplificate in base alle quali vengono attribuite determinate caratteristiche a un gruppo e all'interno di essa a ogni singolo membro. Questa immagine mentale ha due effetti sui comportamenti:

- Persona che si comporta secondo quello stereotipo. Se si comporta in maniera diversa, comporta a sua volta una reazione.
- Io mi comporto in un certo modo nei confronti della persona stereotipata.

Quando un individuo è percepito in maniera stereotipata, l'aspettativa è che questi presenti gli attributi, le caratteristiche ed assuma i comportamenti che a priori sono associati alla sua categoria sociale. Il profilo che ne emerge è chiaro e preciso, permette rapide inferenze ed è economico dal punto di vista cognitivo.

Stereotipo: il termine da, greco "stereos" (duro, rigido) e "typos" (impronta) quindi "immagine rigida" nasce in ambito tipografico, era un processo di stampa che permetteva di riprodurre un'immagine in stampe uguali. Il giornalista Walter Lippmann in "Public Opinion" usa questo termine e parla degli stereotipi come di piccole immagini che portiamo nella nostra mente e le definisce come generalizzazioni nei confronti sociali. Considera gli stereotipi come una forma distorta del pensiero.

A partire da questa prima definizione, si giunge negli anni 50-60 alla categorizzazione con gli stereotipi a partire dalla concezione che noi viviamo in un mondo complesso e possiamo sopravvivere in questo mondo solo se troviamo delle strategie preliminari per semplificarlo e ordinarlo.

Gli stereotipi e i pregiudizi devono avere una base di realtà, che viene considerata l'unica caratteristica della persona.

Stereotipo: è il **nucleo cognitivo** del pregiudizio, ha un **nocciolo di verità**. È pericoloso quando associato a un **giudizio di valore** e quando diventa un **ostacolo** alla interazione sociale. È tanto più pericoloso quanto più è **rigido**. Si può misurare il livello di condivisione sociale, di generalizzazione e l'intensità.

Esempio: "carattere" di una nazione = comune matrice culturale + larga diffusione di determinati tratti psicologici.

Quando la corrispondenza tra le caratteristiche percepite e quelle del modello sociale interiorizzato viene meno, la dissonanza cognitiva viene aggirata dal soggetto.

PERCEZIONE SELETTIVA: si tende a ignorare gli elementi che metterebbero in discussione lo stereotipo e si tende ad applicare un'attenzione selettiva verso gli attributi che confermano l'idea stereotipata.

- Esposizione selettiva: ricerca di informazioni coerenti non ancora presenti.
- Attenzione selettiva: attenzione alle informazioni coerenti una volta che sono state individuate.
- Interpretazione selettiva: trasformazione delle informazioni ambigue affinché siano coerenti.

Alcuni fattori che possono incoraggiare o inibire l'attivazione degli stereotipi:

- "Traffico cognitivo": più il soggetto è distratto da altri compiti cognitivi, più ha bisogno di fare affidamento a qualche scorciatoia stereotipata nelle sue valutazioni sociali.
- Attivazione emotiva: può alterare il processo di formazione dello stereotipo interferendo con la percezione di una correlazione illusoria. La tensione e l'ansia ci fanno ricadere nell'utilizzo di stereotipi familiari.
- Grado di interdipendenza positiva tra i soggetti valutatori e l'oggetto di valutazione: se una persona dipende da un'altra per l'acquisizione di un obiettivo tenderà ad essere più incline a cercare informazioni specifiche su di essa e sarà meno propensa ad affidarsi a uno stereotipo di gruppo.

Come si riduce il pregiudizio? Il contatto influenza variabili affettivi (ansia intergruppi, empatia, fiducia) che influenzano (riducendolo) il pregiudizio.

VANTAGGI: influenza forme esplicite di pregiudizio, migliora atteggiamenti impliciti (IAT), ha un effetto di trasferimento secondario (rivalutazione dell'ingroup porta a migliorare atteggiamento verso tutti i gruppi sociali).

LIMITI: ha effetti deboli sui gruppi di minoranza (nessuno quando il gruppo minoritario si sente discriminato), problemi etici: l'enfasi sul miglioramento dell'armonia intergruppi va a vantaggio esclusivo dei gruppi maggioritari che non affrontano i problemi strutturali che affliggono le minoranze.

L'empatia:

- Agisce su distinzione intergroup/outgroup. (identità comune)
- È legata al cambiamento della percezione del contesto sociale e dei gruppi. (categorizzazione incrociata)
- Si basa sulla dimensione cognitiva del pregiudizio. (complessità dell'identità)

DIMENSIONE COGNITIVA educa al metodo sperimentale (categorizzazione e atteggiamento scientifico):

- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Problema • Ipotesi • Osservazione • Ragionamento • Verifica | } | <ul style="list-style-type: none"> • Accesso ai propri stereotipi e pregiudizi. • Capacità di osservare e raccogliere dati. |
|---|---|---|

DIMENSIONE AFFETTIVA/EMOTIVA:

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Empatia emotiva
(emozioni in coerenza con le emozioni dell'altro) • Empatia cognitiva
(assunzione di prospettiva, centrata sul sé o sull'altro) | } | <ul style="list-style-type: none"> • Diminuzione dell'accessibilità e dell'applicazione degli stereotipi. • Attuazione di comportamenti di aiuto a beneficio del gruppo. |
|--|---|--|

Genera la capacità di cambiare punto di vista.

MODULO 3: STEREOTIPI E LINGUAGGIO PUBBLICITARIO**Sbiancare un etiope**

“Perché, stolto, cerchi di lavare un etiope? Resisti, nella notte non sorge mai la luce del sole”. Cit. dell'omonimo libro.

Con “etiope” nell'antichità si indicavano le persone provenienti dall'Africa. Tale detto esprime l'impossibilità.

Erasmus da Rotterdam, importante umanista europeo, commenta alcuni testi in latino di quel libro. Ci sono dei riferimenti alle favole di Esopo.

Emblematum liber – Andrea Alciati (1531)

Impossibile: una parola, un concetto, un'illustrazione, una frase che lo spiega. Questo perché gran parte delle persone era analfabeta. Per spiegare il concetto dell'impossibile, illustra lo sbiancamento di un etiope. Il colore nero viene associato alla notte, “notte nere” perché non c'era corrente elettrica.

Il tòpos nella cultura inglese

Dopo aver sconfitto la Spagna di Federico II, inizia ad espandersi l'Inghilterra, soprattutto nei paesi con popolazione nera. Gli inglesi ottengono il monopolio, costruiscono il commercio triangolare, un commercio molto fiorente (anche di schiavi). Hanno uno stretto rapporto con l'Africa, si diffonde la parola “moon” (dallo spagnolo = arabi), ma questa parola viene clonata da “maus” (abitante del Marocco). Il tema dei neri si diffonde anche nel Teatro Rinascimentale, alcuni esempi sono:

- Thomas Dekker – Thomas Middleton, “The Honest Whore” (1604)
- The Roaring Girl (1611)
- John Fletcher, “The Woman's Prize” (1611)
- John Webster – “White Devil” (1612)
- Ben Jonson – “Masque of Blackness” (1605)
- Richard Brome – “The English Moor, or the Mock marriage” (1637)

Il personaggio del nero diventa la trama. Il tema si diffonde anche nei pub, rinominati “Labour in Vain”.

Si sviluppa, nel 1800, “la civiltà di sapone” perché prima ci si lavava poco, poi si diffonde l'usanza del profumo. Per gli americani, lavarsi molto era buon costume, al contrario degli europei.

Durante la rivoluzione industriale, si scopre che, se non ci si lava, si diffondono le epidemie. Con una maggiore disponibilità d'acqua, nasce la civiltà del sapone in Inghilterra alla fine del 700.

Il sapone diventa un prodotto industriale, si diffonde la "Peer's soap" (poi "Pears' and Company). in 40 anni, valeva 10 volte il suo valore. Ottiene questo successo grazie alle campagne pubblicitarie. Barrat, uno dei fondatori della pubblicità, sceglie un setting in cui un bambino nero sbianca grazie al sapone, al contrario dell'essere impossibile come era stato detto. Solo la faccia rimane nera, il corpo sbianca, ma l'essenza rimane uguale.

Nell'850 l'impegno coloniale inglese si stabilisce e si diffonde all'interno dell'Africa. Pensano che quei paesi non fossero in grado di governarsi da soli per mancanza di civiltà. Nell'altra pubblicità si vede un naufrago nero che trova il sapone della Pear's Soap.

In un'altra pubblicità, un vescovo "marrone" prende i fedeli al vescovo "nero", che gli chiede il suo segreto. Lui gli dice di provare a lavarsi con il sapone della Pears' and Soap e riesce a riconquistare i suoi fedeli.

Queste campagne pubblicitarie verranno copiate per il troppo successo. In un'altra pubblicità c'è un bambino bianco che dice al bambino nero: "perché non ti lavi con il sapone della Fairy Company?" e il bambino viene sbiancato mentre altri bambini neri lo guardano.

Altre immagini, dove l'unica cosa che cambia è che sono i neri stessi che vogliono sbiancarsi, come se volessero diventare come i bianchi.

Nel 1906 ad Algéiras, in Spagna, c'è una conferenza sul destino del Marocco. Si riuniscono le potenze coloniali. I personaggi della vignetta rappresentano le potenze, che decidono cosa fare del Marocco = sbiancarlo (è anche raffigurato lo Zar di Russia su un seggiolone perché troppo piccolo e l'Italia con Vittorio Emanuele III, che gli porta il sapone ma non partecipa). È un'ideologia politica.

Più tardi, la discriminazione razziale riguarderà anche i gialli, provenienti dall'Oriente.

Si diffonde questo tipo di pubblicità con altri prodotti (cioccolato, vernice). Il sapone inizia a usare anche prodotti chimici e si diffonderanno saponi sbiancanti. Ancora oggi si usano in India, ma provocano problemi di salute.

Pubblicità di creme legate alla cura del corpo, "before" = neri, "after" = bianchi.

Il razzismo c'è ancora, anche nelle pubblicità. "Dolce e Gabbana": traduzione e analisi delle pubblicità razziste.

MODULO 4: IMAGOLOGIA

Studio dell'imagologia grafico: La "Tavola dei Popoli" rappresenta in orizzontale i popoli europei del 700 mentre nella linea verticale sono indicate le qualità che per l'epoca erano considerate fondamentali per definire un popolo. Sono vestiti con gli abiti tipici dell'epoca. Si suppone che dalla combinazione del nome con le qualità, si aveva idea di come fosse il popolo. Si prendono in considerazione 17 caratteristiche.

Definizione dell'italiano nel 700 dal punto di vista austriaco:

- Comportamento subdolo

- Carattere geloso
- Intelletto perspicace
- Qualità migliore: opportunisti
- Scienza: nel diritto canonico
- Abbigliamento rispettoso
- Vizi: lascivia
- Preferenze: oro
- Malattie: brutte epidemie
- Le loro terre: notevoli e belle
- Virtù guerriere: prudenti
- Religiosità: un po' meglio
- Rispetto per i capi: per un patriarca
- Abbondanza di vino
- Divertimenti: chiacchierare
- Animale corrispondente: lince
- Come muoiono: in convento

L'imagologia è un campo di studi derivato da due ambiti: la comparatistica (critica letteraria) e la psicologia sociale o storia della cultura. È un campo di studi dedicati alla ricerca sulle immagini collettive delle nazioni, dei gruppi etnici o sociali.

Ha conosciuto uno sviluppo molto ampio negli ultimi anni perché l'immagine è sempre più importante nella comunicazione; infatti, secondo molti studiosi siamo entrati nella fase dell'"Iconic Turn", cioè tutta la vita sociale si è orientata verso le immagini e la cultura ha iniziato a produrre immagini sempre più numerose e invadenti. Le immagini sono strumento fondamentale per la comprensione del mondo. Secondo gli studiosi la parola scritta e l'immagine vanno in competizione, ma in realtà è sempre esistita una convivenza tra queste due e ciò ha dato vita a regimi di conoscenza diverse, che si appoggiavano mutuamente. In epoca più recente, l'imporsi dell'immagine sembra voler modificare la stessa natura della conoscenza, tanto che alcuni autori parlano di un passaggio da un'esigenza di conoscere la verità a partire dal testo a una ricerca del vero simile a partire dalla conoscenza visuale.

Definizione di immagine: legata a quella di figura, rappresentazione, apparenza. Si avvicina all'opinione, più che alla verità. Esse possono cambiare, interpretate in maniera diversa. L'intelligenza verbale ha come obiettivo la verità, mentre l'intelligenza visuale vuole convincere utilizzando l'arte della retorica attraverso le immagini.

Rappresentazione di una realtà culturale tramite la quale un gruppo che l'ha creata o diffusa, rivelano e traducono lo spazio culturale e ideologico in cui si situano. **Un'immagine va studiata per capire come si è prodotta, chi l'ha prodotta e per quale ragione.**

A cosa si dedica lo studio dell'imagologia? Come si creano queste immagini? Processo a traverso cui ci creiamo un'immagine che colleghiamo a un popolo. Gli studiosi hanno individuato il cerchio imagotipico (creazione dell'immagine):

1. Realtà empirica: esistono popolazione diverse e le popolazioni si riconoscono appartenenti a realtà diverse. Nel 700 si pensava che questo fosse dovuto essenzialmente al clima, che condizionava fortemente il modo di vivere.

2. La cristallizzazione dell'immagine: questa realtà empirica (differenza dei modi di vivere) non viene solo osservata, ma cristallizzata, cioè si cerca di definire l'essenza di ogni popolazione. Si crea dunque un'immagine fissa, sintetica, spesso discriminatoria che segnano le differenze tra il gruppo che produce queste immagini e quelle che viene rappresentato. Alcune diventeranno propaganda. Resistono nel tempo.
3. La creazione dello stereotipo: c'è poi l'ultima fase che avviene in contemporanea alla cristallizzazione, in cui l'immagine diventa uno stereotipo. Si selezionano alcune caratteristiche e si assegnano dei valori a quelle caratteristiche (cibo mangiano questo, abbigliamento vanno vestiti così).

Da qui si crea lo stereotipo, che conferma quell'immagine e poi questo stereotipo viene applicato alla realtà. La realtà deve rispondere allo stereotipo. L'immagine e lo stereotipo non ci dicono tanto su quella realtà, ma su chi l'ha prodotto. Ci dicono molto su chi ha prodotto la Tavola dei Popoli.

Sono state individuate tre maniere principali per rappresentare l'Altro (l'uomo del 700 considerava il turco "l'altro", il nemico), sono state definite:

- La mania: la visione dell'Altro in modo estremamente/eccessivamente positivo, esaltando un popolo prendendolo come modello, cercando di riprodurre il loro stile di vita. si può dare in due modi: quando si idealizza una forma di vita (luogo come paradiso o passato in cui vivevano persone meglio di come viviamo noi adesso) ISPANOMANIA.
 - la "Ispanomania" nelle culture inglese e francese tra XIX e XX secolo: on questa fase si crea una visione della penisola spagnola come ultima riserva europea di una vita romantica, diversa. Soprattutto la ANDALUSIA
 - la riscoperta dell'Andalusia araba: geografia immaginaria, il luogo in cui gli intellettuali o borghesi troveranno una maniera di vita non più legata ai loro paesi di provenienza. In questo spazio si creeranno:
 - il mito del gitano e della gitana
 - Un'altra forma di mania è quella in cui si esalta un modello contemporaneo, da imitare: la mania per gli Stati Uniti dopo la Seconda guerra mondiale. Il modo di vita degli Stati Uniti diventa lo stile da riprodurre in tutti i modi.
- La fobia: al lato estremo della mania, appunto opposta alla mania. È la paura con cui il nemico viene demonizzato. Atteggiamento estremamente negativo verso tutto quello che si percepisce come "diverso". Abbiamo due forme di fobia principali:
 - Si produce una Paura dell'altro che viene situato in uno spazio di frontiera da dove si pensa ci possa attaccare, valori che rappresentano minacce. Al nostro tempo è uello dell'Islamofobia. Sviluppo dopo il 2001.
 - Minimizzazione che si trasforma in disprezzo
 - Ragioni politiche e nascita dello stereotipo del radicale islamico
- La filia: è la terza forma. Viene da filio "amico", si riferisce all'amicizia e indica un legame corretto che si stabilisce con un altro gruppo. Uno degli strumenti per instaurare un rapporto giusto è quello dell'ironia, cioè, osservare sé stessi e l'altro con ironia, sapendo che quelle sono immagini stereotipate.

La imagen de America: entre el infierno y el paraiso

MODULO 4: LA DEUMANIZZAZIONE

È la negazione del carattere di umanità che si assegna a certi gruppi e certe persone. È una pratica che noi a volte attuiamo nel nostro linguaggio, quando attribuiamo a delle persone caratteristiche animali (Sei un asino). Questo processo di deumanizzazione può avere conseguenze gravi. Le figure della deumanizzazione sono numerose, in particolare:

- **Animalizzazione:** attribuisce a delle persone umane caratteristiche che sono proprie ad animali. È una di quelle figure dal carattere ambiguo, infatti può anche essere intesa positivamente (coraggiosa come un leone, furbo come una volpe).
- **Demonizzazione:** metafore legate al mondo soprannaturale che riguardano i diavoli, streghe, forme di diverso tipo che rappresentano il male. In questo senso, colui a cui viene attribuito questo carattere, esce dalla comunità degli umani per assumere caratteristiche appartenenti a un altro livello di realtà considerato negativo che però può influenzare gli altri e quindi deve essere allontanato. **MOSTRUOSO.**
- **Biologizzazione:** legata alla differenza in base a caratteri biologici. Per esempio, quando a una popolazione viene assegnato una caratteristica (essere un virus, un germe).
- **Meccanizzazione:** figlia della modernità è quando si considera l'altro come una macchina, robot, qualcosa che non ha caratteristiche umane. Le persone sono fredde, rigide, prive di curiosità, empatia, funzionano come macchine, ad esempio si può osservare nel mondo dell'industria.
- **Oggettivazione:** quando l'individuo è considerato un oggetto, una merce. Si osserva nella figura dello schiavo che appartiene solo al passato, ma anche nei tempi più recenti della figura femminile. (merce di scambio addirittura). La dimensione più pericolosa è la strumentalità, cioè quando un individuo è considerato strumento, quando ci serve per un fine, uno scopo e poi viene considerato inutile e quindi può essere eliminato.

Tutte queste figure della deumanizzazione ci fanno capire che nella storia questa strategia viene utilizzata per ottenere degli obiettivi, in questo senso facilita, aiuta dei processi di violenza. Il processo precede quasi sempre un atto di violenza verso il gruppo deumanizzato. Perché, se non sono umani, si può agire verso di loro come si agisce verso oggetti, germi, animali...

Colore che si sentono superiore ad altri e li deumanizzano (non considerandoli più umani) non si sentiranno colpevoli nel momento in cui agiscono contro questi gruppi.

Sono state identificate diverse modalità che portano verso una giustificazione dell'azione della violenza nel momento in cui l'oggetto della violenza non è più considerato un uomo.

In particolare sono da sottolineare gli studi che hanno interessato le vittime di questi processi perché si è potuto osservare in questi studi che colui che viene deumanizzato entra in un processo e nel momento in cui questo processo viene esteso e ripetuto nel tempo, la vittima non si sente più uomo e la vittima entra nell'ottica di essere lui stesso inferiore e soprattutto perde le sue caratteristiche di umanità, anche nei confronti degli altri.

Quali funzioni ha la deumanizzazione?

- Giustificazione della violenza

- Legittimazione dell'ordine sociale: deumanizzare gruppi significa assicurare che il gruppo dominante continua ad avere una ragione per esserlo. Continua a non dover discutere l'ordine sociale all'interno del quale questi processi avvengono.
- Proteggere coloro che attuano delle politiche attraverso questi processi: se si approva una legge che è apertamente contro quei gruppi, lo si potrà fare in maniera più agevole se quel gruppo è deumanizzato.
- Deumanizzazione sottile: si realizza in forme meno evidenti, ma che possono poi avere effetti più devastanti. Passa attraverso un processo in cui il gruppo viene considerato meno umano, perde alcune caratteristiche dell'umanità. A livello di emozioni e sentimenti. Viene fatta una distinzione tra emozioni primarie (legata alla fame, riproduzione, piacere) e secondarie (elaborazione delle primarie in forme più raffinate, come l'amore, il gusto per certi piatti ecc.). attribuire solo la possibilità di provare emozioni primarie, non essere in grado elaborare quelle secondarie. Hanno quindi uno sviluppo umano e sociale limitato. Si usa "infraumanizzazione" = abbassamento livello umanità.
- Deumanizzazione per invisibilità, cioè quando delle persone vengono caratterizzate dal fatto che di loro non si parla. Vengono cancellate dalla nostra possibilità di percepirli. È una deumanizzazione che fa lavorare insieme aspetti espliciti e sottili. A volte viene generato dalle istituzioni che cancellano comunità intere dalla geografia di un paese e inglobandole in unità diverse da quelle a cui loro sono legate. Sottili: certi gruppi della società di cui non si parla e di cui si nega l'esistenza a livello di discorso, come si potrebbe pensare di eliminare tutti quelli con uno status basso, deumanizzandoli come "poveri, miseri".