

## TOOLKIT PER L'UGUAGLIANZA POLITICHE URBANE CONTRO IL RAZZISMO

COMBATTERE RAZZISMO E INCITAMENTO ALL'ODIO:  
COSTRUIRE UNA SOCIETÀ NON RAZZISTA



**21**  
**MARZO**  
dalle 9 alle 17  
Parco di Monte Claro

**ALZIAMO LA VOCE CONTRO IL**  
**RAZZISMO**



Giovani e Inclusione: "Il futuro delle Città Metropolitane"  
in occasione della  
**XXI Giornata Internazionale per l'eliminazione  
della discriminazione razziale**



  [cittametropolitanecontroilrazzismo](https://www.instagram.com/cittametropolitanecontroilrazzismo)

## Saluti del Sindaco

Iniziative come questa del 21 marzo, in occasione della Giornata internazionale contro il razzismo, al parco di Monte Claro, fanno bene a tutta la comunità. Per tutto il giorno iniziative di arte e cultura, sport e inclusione, grazie anche al coinvolgimento di artisti di livello, caratterizzeranno l'iniziativa, coinvolgendo tante e tanti giovani.

Sono le buone pratiche quotidiane di rispetto nei confronti degli altri a migliorare e arginare fenomeni di razzismo che non risparmiamo purtroppo le nostre città e paesi.

Gli eventi internazionali recenti ci preoccupano. L'idea di conquistare o di anettere Stati, con nuove e pericolose fiammate fasciste e neonaziste, determina preoccupazione. È per questo che iniziative di questo tipo, grazie alla collaborazione con l'Ufficio di presidenza del Consiglio dei ministri e il Cagliari calcio, sono svolte a sminare gli elementi di diffidenza e paura nei confronti della diversità, la quale non è altro che elemento di ricchezza e bellezza in questo grande e complicato mondo.

Il Sindaco Metropolitano  
Massimo Zedda

## Introduzione

In tutta Europa il confronto politico è sempre più polarizzato dal tema del riconoscimento identitario, esasperato da un'unica narrazione delle diversità, che viene spesso appiattita esclusivamente sul fenomeno delle migrazioni. Questo ha generato un rafforzamento dei partiti di estrema destra che cavalcano la paura dell'altro e del diverso, alimentando questa polarizzazione; anche il linguaggio e le dinamiche relazionali hanno fortemente risentito della crescita dell'intolleranza, del pregiudizio e della discriminazione nei confronti delle minoranze o di alcuni gruppi sociali.

Nel rapporto dell'Alto commissariato delle Nazioni Unite per i diritti umani si evidenzia l'insorgere di discorsi razzisti basati su stereotipi negativi contro i migranti, i musulmani, le persone di origine africana, le comunità rom, sinti e camminanti. Discorsi spesso incoraggiati sia dai politici che dai media.

E i giovani? Inevitabilmente anche loro si trovano costantemente circondati da discorsi d'odio, facendosi spesso portatori di rumours, stereotipi, pregiudizi e forme di intolleranza anche violenta, sia essa verbale o fisica. I dati indicano crescenti pulsioni razziste e antisemite specialmente all'interno delle scuole e durante le attività di tempo libero. La sovraesposizione dei giovani a questo tipo di linguaggio violento e pervasivo spesso avviene senza che sia messo in atto un sistema di contrappesi per interrompere e contrastare la spirale dei rumours.

In un contesto in cui il linguaggio d'odio è stato normalizzato e la manifestazione dell'odio è divenuta accettabile, "è

proprio sul piano culturale che occorre agire, restituendo significato alle parole, rimettendo al centro le persone, ognuna nella sua singolarità”, chiamando tutti a contribuire: le istituzioni, le organizzazioni della società civile, il mondo della cultura, i media e... la scuola.

Una delle questioni chiave che devono essere affrontate con maggiore urgenza è questa: in che modo le società europee, caratterizzate da una crescente diversità, possono promuovere la cittadinanza attiva e trarre vantaggio dalle risorse apportate dalla diversità, di cui sempre più si compongono?

Da quando la Strategia Antirumours è nata ed è stata applicata per la prima volta a Barcellona nel 2010, numerose città di diversi Paesi l'hanno promossa e adattata al loro contesto. Ad oggi, questa metodologia è uno degli approcci promossi dal Programma Internazionale ICC – Città Interculturali del Consiglio d'Europa, che conta oltre 130 città in Europa ma anche in Australia, Canada, Giappone, Israele, Messico, Marocco, Stati Uniti.

L'Antirumours è una strategia cittadina che mira a promuovere un cambiamento nelle percezioni, attitudini e comportamenti dei cittadini, in particolare lottando contro i rumours, ovvero i falsi miti, le dicerie, i pregiudizi e gli stereotipi di cui tutti, in un modo o nell'altro, siamo portatori e che sono alla base dell'intolleranza e della discriminazione.

La Convenzione Internazionale sull'eliminazione di ogni forma di Discriminazione Razziale (CERD) stabilisce che **«l'espressione discriminazione razziale sta ad indicare ogni distinzione, restrizione o preferenza basata sulla razza, il colore, l'ascendenza o l'origine nazionale o etnica [...]»**.

Per "**Distinzione**" si intende definire una persona diversa sulla base della "razza", del colore, dell'etnia, dell'ascendenza, della nascita, della religione, della lingua (ricorrendo a fattori biologici o culturali) giustificando la differenziazione dei diritti su un piano strutturale. L'opposto di distinzione è uguaglianza. L'uguaglianza è intesa sia come status che come processo.

Per "**Esclusione**" si intende la negazione dell'accesso e del godimento dei diritti umani. L'Unione Europea ha adottato il termine esclusione sociale definito dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro, ma ha ampliato la definizione sottolineando che l'esclusione sociale si verifica quando le persone non riescono a partecipare o a contribuire pienamente alla società a causa della *"negazione dei diritti civili, politici, sociali, economici e culturali"*. Le definizioni indicano che l'esclusione è il risultato di *"una combinazione di problemi collegati, come la disoccupazione, le scarse capacità, il reddito basso, gli alloggi precari, le cattive condizioni di salute e lo smembramento del nucleo familiare."* La partecipazione rappresenta un prerequisito e, allo stesso tempo, un obiettivo dei diritti umani. L'opposto di esclusione è inclusione.

Per “**Restrizione**” si intende la limitazione del godimento dei diritti umani nella pratica. La controparte positiva è avere “*pari opportunità*”.

La “Preferenza” favorisce una persona rispetto ad un’altra sulla base di “razza”, colore, etnia, ascendenza, nascita, religione o lingua. In modo corrispondente, la preferenza svantaggia una persona rispetto ad un’altra. La risposta positiva a questo modo di intendere formale è il “*trattamento egualitario*”.

Le politiche volte a contrastare con successo la discriminazione razziale devono quindi contribuire alle controparti positive delle quattro dimensioni della discriminazione.

**Contrastare la discriminazione significa dunque sviluppare l’uguaglianza, l’inclusione, le pari opportunità e/o il pari trattamento.**

Il consolidamento di un’ampia rete di realtà per **COMBATTERE IL RAZZISMO E L’INCITAMENTO ALL’ODIO** mira alla promozione dell’uguaglianza e dell’integrazione **bloccando ed eliminando la distinzione** promossa da ideologie antidemocratiche e razziste in seno alla società.



## Rumours

### Di cosa si tratta?

“voci e notizie infondate ed intolleranti”

che si diffondono da una persona all'altra

Risultano credibili non perché ci siano prove dirette a loro sostegno, ma perché molte persone ci credono.

Fattori che predispongono a crederci:

- IMPORTANZA E AMBIGUITÀ del contenuto;
- INFLUENZA DEGLI ALTRI e DEL GRUPPO A CUI APPARTENIAMO;
- STEREOTIPI E PREGIUDIZI INTERIORIZZATI.



## Strategia Anti Rumours

Cos'è e perché è necessaria?

METODOLOGIA per

- sfidare stereotipi e pregiudizi = prevenire le DISCRIMINAZIONI
- promuovere il «vivere insieme nella **DIVERSITÀ**» = costruire società eque, coese e dinamiche



interazione positiva & diversity advantage

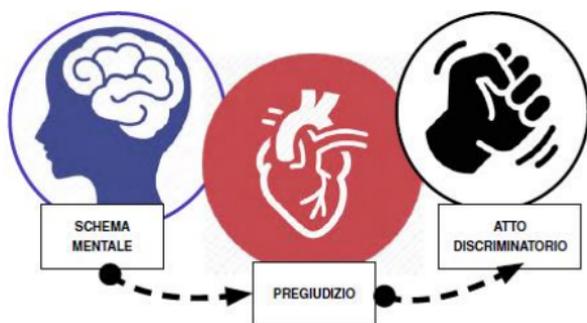


approccio educativo interculturale

La strategia Antirumours interviene laddove si rinforzano stereotipi, dicerie e false rappresentazioni, e che poi sfociano in un linguaggio ostile e, a livelli superiori, in discriminazioni e linguaggio d'odio, fino ad arrivare all'ultimo livello di questa piramide: i crimini d'odio.



Fare Antirumours non significa solo prevenire le discriminazioni, ma anche promuovere il valore positivo delle diversità, che può essere pienamente compreso attraverso la creazione di spazi di ascolto e di interazioni positive.



Adottando un atteggiamento non giudicante, si lavora quindi sulla capacità di interrompere la spirale dei rumours usando la creatività per promuovere il pensiero critico. Per farlo, si considerano tre dimensioni strettamente collegate tra di loro: la sfera cognitiva, emotiva e comportamentale, in una

prospettiva multidimensionale che tiene in considerazione anche la natura puramente emozionale dei rumours.

In un quadro più ampio, la Strategia Antirumours (AR) fa parte dell'approccio interculturale alla gestione della diversità, i cui tre principi sono l'uguaglianza, il riconoscimento della diversità e la promozione dell'interazione positiva. La strategia si pone come un processo di cambiamento sociale a lungo termine, il cui scopo è prevenire la discriminazione, migliorare la coesistenza e sfruttare il potenziale della diversità promuovendo un cambiamento nelle percezioni, negli atteggiamenti e nei comportamenti, sia della cittadinanza nel suo insieme che dei singoli gruppi di cui essa si compone.

Per trasferire e adattare al settore educativo gli elementi che caratterizzano questo approccio è utile ricordare quali sono i tre obiettivi specifici della strategia sui quali è importante focalizzare l'attenzione.

- Coinvolgere e formare una vasta gamma di attori (come insegnanti, studenti, dirigenti scolastici, genitori e altri attori del mondo della scuola) attraverso l'attuazione di una strategia educativa e la costruzione di una piattaforma cooperativa multilivello;
- Promuovere il pensiero critico e la consapevolezza degli effetti negativi di rumours, stereotipi e pregiudizi, contrastandoli e smantellandoli attraverso azioni innovative e partecipative e generando narrazioni alternative in grado di mettere in discussione storie negative sulla diversità;
- Influenzare l'agenda politica educativa a un livello superiore, in modo che la riduzione dei pregiudizi e la prevenzione della discriminazione sia riconosciuta come obiettivo collettivo fondamentale.



## La piramide dell'odio

Rappresenta i comportamenti condizionati da stereotipi e pregiudizi in una scala di gravità crescente (CRIMINI D'ODIO). Più il livello è alto, più pericolose sono le conseguenze sulla vita degli individui e dei loro gruppi di appartenenza.



Quando persone e istituzioni considerano “normali” i comportamenti dei livelli più bassi, anche quelli dei livelli superiori diventano più accettabili.

## Strategia Anti Rumours Step by step

### 1. Azioni operative: diventare agenti anti rumours

L'obiettivo generale è quello di promuovere tra le giovani generazioni di cittadini la consapevolezza civica e la responsabilizzazione attiva orientata alla realizzazione di una società più inclusiva. Rafforzare le competenze professionali

dei docenti, amministratori pubblici, mediatori culturali e attivisti sulla prevenzione e il contrasto al discorso d'odio, promuovendo la cittadinanza attiva e l'inclusione sociale. Nello specifico, tutte le attività di progetto devono adottare metodologie partecipative per promuovere l'attivazione consapevole dei giovani beneficiari e per sensibilizzarli sull'importanza **che possono assumere come promotori del cambiamento**, al fine di favorire la loro attivazione consapevole per il contrasto alle discriminazioni e ai discorsi d'odio e promuovere la difesa dei diritti umani e dei principi di equità e giustizia.

Ogni individuo, potenzialmente, può assumere il ruolo di agente e applicare i principi e i concetti della comunicazione AR per fermare la spirale di falsi miti e dicerie e per mettere in discussione i propri stereotipi o quelli altrui. Un buon agente AR dovrebbe essere flessibile, in grado di abbassare le proprie aspettative, capace di trattare le persone da pari e di valorizzarle (nonostante la divergenza di visioni e opinioni) e di mantenere sempre un atteggiamento e un linguaggio (verbale e non verbale)

positivo. La comunicazione Antirumours non è né innata né immediata, va quindi allenata e praticata affinché risulti davvero efficace. Il contrasto ai rumours può avvenire in qualsiasi momento, in qualunque situazione o ambiente, perché nessuno di noi può sottrarsi all'utilizzo e al ricorso, a volte anche inconsapevole, di stereotipi e pregiudizi. Contrastare direttamente pregiudizi, falsi miti e dicerie permette però di ridurre l'impunità e impedire la normalizzazione di certi commenti, atteggiamenti e comportamenti. Per questo motivo, l'agente AR deve saper essere flessibile e deve essere sempre consapevole del

tempo, dello spazio, della compagnia e del contesto in cui la comunicazione avviene. Mettendo in pratica questi accorgimenti comunicativi e allenandosi a combattere il dilagare di falsi miti e dicerie, è possibile sviluppare un forte senso critico, fondamentale per contrastare e ridurre i rumours.

## **2. creazione di un network anti-rumours**

La creazione di una rete è un elemento essenziale e la scuola rappresenta un campo di intervento privilegiato. Le azioni svolte in ambiente scolastico possono essere confrontate con le pratiche attraverso cui gli studenti si relazionano con le loro famiglie e con la comunità, oltre che con rappresentazioni che vengono consumate attraverso i media e i social network. E da queste sfere possono arrivare messaggi e influenze molto diversi, anche in contraddizione l'uno con l'altro. Ecco perché un'iniziativa che parte dall'istituto deve concepire la scuola non come un'entità isolata, ma come uno dei tanti elementi che compongono l'organizzazione sociale, con cui tutti i cittadini sono collegati in modi diversi e complessi. Per questo motivo le misure e le azioni che vengono attuate per favorire l'interculturalità, come l'avvio di una strategia AR, devono puntare a migliorare questa interazione tra famiglie, associazioni, centri socio-culturali, negozi, imprese e il centro scolastico. L'obiettivo è infatti sempre quello di andare oltre e aprirsi, raggiungendo altri attori e attraendo nuovi alleati con profili diversi. In questo modo, la rete avrà la capacità di espandere l'effetto dell'AR a contesti che sono fuori dalla portata della scuola o delle famiglie, in modo da mobilitare risorse e creare sinergie positive tra i diversi agenti coinvolti. In breve, costruire una rete forte ci aiuta a comprendere meglio la realtà e a determinare l'entità dei pregiudizi e dei

rumours, nonché a identificare i migliori approcci per combatterli. La rete contribuisce inoltre a creare un senso di responsabilità e solidarietà tra i suoi partecipanti, coinvolgendoli in un obiettivo comune condiviso per una maggiore coesione sociale.

Un modo per coinvolgere altri attori nell'ambiente scolastico è, in primo luogo, tenerli informati sull'AR e sui suoi progressi e quindi essere in grado di ottenere il loro impegno attraverso accordi o partenariati con organizzazioni esterne, come centri sportivi, centri di promozione socio-culturale, enti che promuovono attività extracurricolari e anche con l'amministrazione locale, soprattutto per implementare una strategia a livello cittadino, in modo da verificare sinergie costruttive, in prospettiva interculturale. In ogni caso, la creazione della rete è un work in progress che si evolverà da un primo gruppo di persone motivate e che crescerà a poco a poco dalla formazione e dalla comunicazione adottata. L'obiettivo è far espandere la rete in modo significativo e qualitativo, per rafforzare e arricchire l'intero processo e garantirne la sostenibilità nel tempo.

### 3. Creare campagne comunicative anti rumours

La comunicazione Antirumours riveste un ruolo fondamentale nella formazione di agenti Antirumours e nella costruzione di strategie AR efficaci. Erroneamente si pensa che per decostruire falsi miti e dicerie sia semplicemente necessario (e sufficiente) fornire un maggior numero di informazioni: dati, statistiche, teorie, ecc. Tuttavia, esperienze diverse dimostrano che spesso un'informazione oggettiva e rigorosa non basta per smontare i pregiudizi, né a correggere le

interpretazioni distorte, né a far scomparire l'influenza dei rumours. Questo perché le loro cause e la loro natura sono molto più complesse. Inoltre, bisogna tenere in considerazione un altro elemento di complessità: decostruire un rumour nel modo sbagliato può addirittura contribuire a rafforzarlo! Si crea così una reazione avversa, il cosiddetto effetto boomerang, dovuto ad una serie di fattori che andranno affrontati e tenuti in considerazione nell'impostazione di una comunicazione Antirumours incisiva. Questi fattori riguardano una serie di situazioni che si verificano quando:

- vengono attaccate e minacciate visioni del mondo consolidate;
- vengono messi in campo troppi argomenti e dati di prova;
- viene messa in risalto la diceria/il rumour invece dell'argomento contrario;
- non viene fornita una spiegazione alternativa.

È necessario dunque capire quali sono gli elementi chiave della comunicazione AR e, di conseguenza, quali strategie e accorgimenti comunicativi mettere in atto per rispondere in modo efficace ai rumours, contrastando così la loro diffusione. I rumours, quindi, si diffondono quando gli eventi hanno importanza nella vita delle persone e quando le informazioni sono carenti o ambigue (ad esempio perché le notizie non sono chiaramente riportate, o perché esistono versioni contrapposte della stessa notizia, o ancora perché si tratta di notizie piuttosto complesse da comprendere). Limitarsi a negare una diceria non elimina né la sua importanza né la sua ambiguità: è piuttosto necessario articolare messaggi e

contenuti coerenti, concreti e rilevanti affinché l'ascoltatore possa prendere in considerazione e accettare ragioni e visioni alternative.

L'ascoltatore, definito anche ricevente, o più in generale target della comunicazione AR, è colui che appartiene alla cosiddetta maggioranza ambivalente: né la minoranza antirazzista convinta e/o impegnata, né la minoranza che si identifica come razzista fanno parte di questo insieme di individui. Questo approccio parte dal presupposto che ognuno è portatore di stereotipi e pregiudizi ed è influenzato dal contesto sociale, politico e culturale in cui i rumours si moltiplicano e si rafforzano.

La comunicazione AR è quindi rivolta a quella maggioranza della popolazione, ambivalente e ambigua, che solitamente non presta attenzione alle campagne apertamente antirazziste, perché non si sente direttamente sfidata o interessata, in quanto non si considera razzista. Tuttavia, tale maggioranza è anche quella che più fa riferimento ai rumours e che più è in grado di riconoscerli e accettarli, o persino credervi. Per attirare la loro attenzione, per insinuare il dubbio e sviluppare la riflessione e il pensiero critico, è fondamentale sedurre piuttosto che incolpare o giudicare. Per questo motivo, la comunicazione AR pone grande risalto ai seguenti aspetti:

- valorizzazione dell'interlocutore;
- non-vittimizzazione dei soggetti target;
- non-colpevolezza dei gruppi coinvolti.

Il codice, o linguaggio, attraverso cui avviene la comunicazione Antirumours è sia verbale che non verbale ed è un linguaggio prevalentemente positivo. Si avvale di un

registro medio-basso, ma flessibile, in grado di raggiungere il target della comunicazione e di creare empatia. È un linguaggio costruito sulle emozioni, che si riflette e si rafforza attraverso gli elementi della prossemica (tono della voce, gesti, comportamento, spazio e distanze). Il canale principale attraverso cui veicolare il messaggio, in un contesto Antirumours, è la comunicazione faccia a faccia. In questa tipologia di comunicazione, gli attori sono coinvolti nella loro totalità psicofisica.

**Consulta il focus dedicato alla Giornata Internazionale  
per l'eliminazione della discriminazione razziale sul sito  
istituzionale della Città Metropolitana di Cagliari**

