



This project is co-funded by the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

| JUST/2013/FRAC/AG/6271



RADAR

Regulating Anti Discrimination and Anti Racism

JUST/2013/FRAC/AG/6271



RADAR GUIDELINES

Comprendere la comunicazione d'odio e acquisire strumenti per strategie comunicative anti-razziste

Koffi M. Dossou e Gabriella B. Klein

con il contributo di Andrea F. Ravenda,
Katerina Strani, Eirini Vlachaki



Visitateci su: <http://win.radar.communicationproject.eu/web/>

COORDINAMENTO SCIENTIFICO

Gabriella B. Klein (Università degli Studi – Perugia/Italia)
gabriellaklein@gabriellaklein.eu

TRADUZIONE ITALIANA

Gabriella B. Klein
Andrea F. Ravenda (Vrouw & Welzijn, Olanda)
Nevin Pecorelli (Università degli Studi di Perugia)

REVISIONE

Katerina Strani (Herriot Watt University, Regno Unito)
A.Strani@hw.ac.uk

PEER REVIEW

Katerina Strani (Herriot Watt University, Regno Unito)

COLLABORAZIONI

Le pp.23-27 (§3.1) sono a cura di Giacomo Capuzzo.
Le pp.28-32 (§§ 3.2-3.3) e 63-64 (del § 6.1) sono a cura di Elisa Contu.

COPERTINA E DISEGNO GRAFICO

Koffi M. Dossou (Key & Key Communications, Italia)
koffidossou@koffidossou.it

PUBBLICATO DA

Key & Key Communications, Italia
keyandkey@keyandkey.it

Copyright ©2016 by Key & Key Communications, Deruta/Perugia
ISBN 978-88-95887-31-9



Questo lavoro è pubblicato sotto licenza Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Questa pubblicazione è stata prodotta con il supporto finanziario del programma *Fundamental Rights and Citizenship* dell'Unione Europea. I contenuti di questa pubblicazione sono di esclusiva responsabilità degli autori e non riflettono necessariamente le opinioni della Commissione Europea.



SINTESI

Nelle società europee, costantemente rimodulate dai fenomeni migratori, la lotta contro il razzismo e la xenofobia è una sfida fondamentale per la democrazia e la vita civile. Nonostante sia in vigore negli stati membri dell'Unione Europea la normativa antidiscriminatoria, sussistono ancora problemi fondamentali nell'identificare le diverse forme di razzismo e di xenofobia. Questi possono consistere sia in aggressioni fisiche sia in offese verbali perpetrate attraverso l'incitamento all'odio, cioè attraverso discorsi xenofobi e a sfondo razzista "che diffondono, incitano, promuovono o giustificano l'odio razziale, la xenofobia, l'antisemitismo o altre forme di odio basate sull'intolleranza, tra cui quella espressa dal nazionalismo aggressivo e dall'etnocentrismo, la discriminazione e l'ostilità nei confronti delle minoranze, dei migranti e delle persone di origine straniera" (Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, Raccomandazione n. 20/97).

Un crimine d'odio non è mai un atto isolato ma è innescato e alimentato dall'incitamento all'odio, ossia da discorsi che esprimono disprezzo, odio, pregiudizio etc. Tali discorsi non si producono soltanto in conversazioni pubbliche o private, ma si diffondono anche online, nei dibattiti politici, nei mass-media e in altri contesti istituzionali. I crimini d'odio possono essere innescati anche da pratiche comunicative di incitamento all'odio basate non solo sul linguaggio verbale, ma anche su altri livelli di comunicazione, come l'uso della voce (messaggio paraverbale), il linguaggio del corpo (messaggio non-verbale), le immagini (messaggio visivo). Va considerato anche che in molti casi il discorso razzista non consiste in esplicite espressioni d'odio, pregiudizio o disprezzo, ma assume la forma di un'apparentemente benevola accettazione delle differenze basata sulla stereotipizzazione dell'identità culturale e sociale. In questo caso ciò che si presenta come una rispettosa accettazione di differenze cela in realtà stereotipi e pregiudizi soggiacenti, pronti a trasformarsi in etichette e processi di stigmatizzazione.

Diventa pertanto sempre più difficile per i giuristi, le forze dell'ordine, i politici e l'opinione pubblica stabilire se un'aggressione fisica ha motivazioni xenofobe, perché è necessario interpretare il contesto in cui il fatto è accaduto. Per questo motivo molti casi di crimini a sfondo razzista non sono riconosciuti come tali, producendo una sottostima del fenomeno. Trattare gli atti criminosi a sfondo razzista come crimini non-razzisti è una violazione dei diritti umani fondamentali, perciò è essenziale che le forze dell'ordine e i giuristi, così come i giornalisti e i politici, dispongano di strumenti idonei a identificare correttamente le motivazioni soggiacenti a tali atti criminosi.

Il progetto RADAR, realizzato con il sostegno finanziario del Programma dell'Unione Europea *Fundamental Rights and Citizenship* (Diritti Fondamentali e Cittadinanza) mira a fornire alle forze dell'ordine e ai professionisti legali, soprattutto attraverso attività di formazione aperte, gli strumenti necessari a facilitare l'identificazione di una comunicazione motivata da odio a sfondo razzista. A tale scopo, sono state analizzate interviste a vittime di crimini d'odio ed esempi di pratiche comunicative orientate all'odio sui massmedia e online, in sei diversi paesi (Italia, Grecia, Olanda, Polonia, Regno Unito, Finlandia). Il materiale è stato analizzato e classificato per progettare un corso di formazione alla comunicazione; tale corso si fonda sul metodo elaborato da GINCO (Grundtvig International Network of Course Organisers) per un apprendimento orientato alle competenze e all'autovalutazione.

Il risultato finale del progetto sono le "*Guidelines RADAR*", una selezione di buone pratiche, raccomandazioni e strumenti concreti per identificare pratiche di comunicazione basate sull'odio e che producono odio. Le *Guidelines* sono rivolte principalmente a professionisti legali (giudici, avvocati), forze dell'ordine (polizia municipale, polizia di frontiera, militari), insegnanti, educatori, giornalisti, organizzazioni non-profit che si occupano di migrazione e del rapporto tra popolazione egemone e migranti (in particolare chi ha vissuto episodi di discriminazione razzista e di razzismo), per consentire loro di identificare, riconoscere e prevenire più facilmente le pratiche di comunicazione basate sull'odio e orientate a produrre odio nonché di applicare meglio le leggi nazionali di anti-discriminazione e di anti-razzismo

INDICE DEI CONTENUTI

1 IL NOSTRO CONCETTO DI COMUNICAZIONE PER RADAR.....	5
2 VOCABOLARIO CONDIVISO BASATO SU UN'ANALISI DI CRITICA LINGUISTICA	19
2.1 INTRODUZIONE	19
2.2 VOCABOLARIO CONDIVISO	20
3 RISULTATI GENERALI	23
3.1 L'USO DELLA LINGUA NELLE LEGGI E NELLE SENTENZE	33
3.2 DIBATTITI SULLA DISCRIMINAZIONE, IL RAZZISMO E LA XENOFOBIA RISPETTO ALLE PRATICHE DI COMUNICAZIONE	27
3.3 INTERVISTE A PERSONE CHE HANNO VISSUTO ESPERIENZE DI RAZZISMO	340
4 ANALISI DELLE DIVERSE PRATICHE COMUNICATIVE.....	33
4.1 TESTI SCRITTI	33
4.2 IMMAGINI PUBBLICITARIE.....	33
4.3 ALTRE IMMAGINI.....	34
4.4 VIDEO PUBBLICITARI	34
4.5 ALTRI VIDEO	34
4.6 TALKSHOWS.....	35
4.7 SEQUENZE DI POST	35
5 PROCESSI DI COMUNICAZIONE RAZZISTI E XENOFABI.....	36
6 RACCOMANDAZIONI E BUONE PRATICHE.....	63
6.1 RACCOMANDAZIONI GENERALI.....	63
6.2 RACCOMANDAZIONI SPECIFICHE.....	65
6.3 BUONE PRATICHE	69
6.4 SOSTENIBILITÀ – PROPOSTE PER FAR AVANZARE ULTERIORMENTE I RISULTATI DI RADAR	77
7 BIBLIOGRAFIA	78

1 IL NOSTRO CONCETTO DI COMUNICAZIONE PER RADAR



Il nostro concetto di comunicazione per RADAR

**Koffi M. Dossou
Gabriella B. Klein
Andrea F. Ravenda**

Presupposti

Nell'Europa contemporanea, il crescente fenomeno delle migrazioni transnazionali, in relazione al discorso pubblico e governamentale, innesca in diversi contesti nazionali, il riemergere di nuove forme di razzismo, xenofobia, o più in generale, di discriminazione (De Genova 2016). Nonostante la legislazione antidiscriminazione, che è in vigore negli Stati membri dell'UE, vi è ancora un problema fondamentale per identificare le diverse forme di razzismo e xenofobia. Ciò è particolarmente evidente nelle pratiche comunicative con il fenomeno di *hate speech* e di *hate communication* (comunicazione d'odio). Si tratta di un insieme di azioni diverse e non sempre esplicite che coinvolgono il dibattito pubblico, le attività dei mass media, la propaganda di alcuni partiti politici e i testi giuridici, nonché le pratiche e le esperienze della vita quotidiana. I crimini di odio razzista, motivati dalla differenza reale o percepita basata su origine, nazionalità, discendenza, tratti fisici specifici (come la pelle, la consistenza dei capelli, le forme del viso, etc.), cultura, religione, convinzioni personali, lingua, status di migrante o qualsiasi altra differenza che porta al razzismo e/o alla xenofobia, spesso non sono riconosciuti come tali. Questo porta a una sottostima del fenomeno, facendolo riemergere implicitamente nelle pratiche comunicative di tutti i giorni e nelle azioni istituzionali e burocratiche.

- **HATE SPEECH**

Come stabilito dal Consiglio d'Europa, Comitato dei Ministri, Raccomandazione (97) 20, "Il termine *hate speech* deve essere inteso come comprensivo di tutte le espressioni che diffondono, incitano, promuovono o giustificano l'odio razziale, la xenofobia, l'antisemitismo o altre forme di odio basate sull'intolleranza, tra cui l'intolleranza espressa dal nazionalismo aggressivo e l'etnocentrismo, la discriminazione e l'ostilità nei confronti delle minoranze, immigrati o persone con origine straniera." (Weber 2009. 3)

- **HATE COMMUNICATION**

Con comunicazione d'odio, intendiamo proporre una prospettiva più ampia sulla comunicazione che non include solo l'incitamento all'odio come messaggio verbale (sia scritto sia parlato), ma tutti i tipi di messaggi (vedi sotto): verbale (parole e formulazioni), paraverbale (voce), non-verbale (linguaggio del corpo), visivo (immagini, simboli), che possono trasmettere e produrre razzismo e xenofobia. Al fine di analizzare questi tipi di messaggi e la loro interazione, sono stati impiegati metodi scientifici innovativi, vale a dire: Analisi della Conversazione di approccio etnometodologico ed etnografico, Analisi delle Categorizzazioni di Appartenenza, Analisi Multimodale, analisi contestualizzata del linguaggio del corpo e analisi delle immagini.

Idea progettuale

Il presente progetto nasce da due osservazioni iniziali:

- C'è un aumento di crimini di odio razzista, nonché di azioni di *Hate speech* e di *Hate communication*
- *Hate speech* o *hate communication* non sono sempre espliciti ma si trasformano nelle pratiche comunicazionali.

L'obiettivo principale di RADAR, quindi, è quello di formulare linee guida che descrivano una metodologia per lo sviluppo di strategie contro il razzismo e contro la discriminazione. Lo sviluppo di una migliore comprensione delle pratiche di comunicazione motivate dall'odio e che producono odio permette alle (potenziali) vittime di reagire in modo efficace a comportamenti e atteggiamenti razzisti e xenofobi; fornisce ai professionisti uno strumento per dare giudizi migliori, e in ultima analisi aiuta a prevenire il razzismo, la xenofobia, la discriminazione e l'esclusione.

I principali obiettivi del progetto RADAR possono essere riassunti così:

1. confrontare la normativa vigente nei paesi partner e gli studi più rilevanti in materia, sia in ambito accademico che non accademico.
2. identificare specifiche pratiche comunicative nell'uso delle parole, della voce, del linguaggio corporeo e di elementi visivi nei dibattiti sul tema dell'incitamento all'odio attraverso i discorsi e la comunicazione in generale nei mass-media e nei social network
3. capire il funzionamento delle pratiche di comunicazione basate sull'odio nelle varie tecniche, procedure e strategie
4. elaborare un concetto di formazione in presenza e online con strumenti concreti per riconoscere tali pratiche di comunicazione e contribuire alla prevenzione dei crimini d'odio
5. elaborare buone pratiche, raccomandazioni e strumenti fruibili in ambito sia giuridico sia dell'ordine pubblico¹.

Perché 'abilità', 'atteggiamenti' e non semplicemente 'conoscenza'?

In molti campi la conoscenza teorica non è più sufficiente per chi voglia avere successo nel mercato del lavoro. La priorità dovrebbe essere data alle competenze pratiche e alla capacità di applicare le conoscenze teoriche. Tuttavia, quest'ultima deve essere acquisita attraverso l'impegno e la formazione consapevole. La conoscenza dettagliata di un campo accademico non garantisce questa capacità. D'altra parte, non è sufficiente avere buone capacità pragmatiche senza un adeguato background teorico. Questo significherebbe, che alcuni modelli di comportamento potrebbero essere applicati come una 'ricetta' senza una consapevolezza critica di ciò che succede veramente in una situazione specifica.

Ciò è particolarmente evidente nel campo della comunicazione. Pur conoscendo bene le teorie della comunicazione esistenti non si ha la garanzia di essere o diventare un buon comunicatore. La situazione si complica ulteriormente quando la comunicazione avviene tra individui che attingono a bagagli culturali, valori, credenze e modelli di comportamento differenti. Quindi, in un corso come quello sviluppato per RADAR, per acquisire una competenza completa in comunicazione interculturale anti-odio è estremamente importante concentrarsi su entrambi gli aspetti - abilità e atteggiamenti, poiché entrambi rappresentano le due facce della stessa medaglia. Mentre le conoscenze teoriche sono facili da acquisire, le abilità pratiche di comunicazione interculturale – come competenze pratiche - sono da acquisire attraverso esperienze personali oppure un addestramento mirato.

Perciò l'obiettivo formativo di RADAR è il trasferimento non solo del sapere (conoscenze) ma anche del saper fare (abilità) e del saper essere (atteggiamenti) nei diversi livelli della comunicazione (verbale, paraverbale, non-verbale e messaggi visivi) e di distinguere tra tecniche comunicative, procedure e strategie in base alle diverse situazioni e contesti. L'obiettivo è quello di condividere le conoscenze in interazione con le persone al fine di stabilire un rapporto di rispetto e di evitare qualsiasi forma di comunicazione xenofoba e razzista, cioè la comunicazione motivata dall'odio, dalla xenofobia e/o dal razzismo, nonché a sostenere un anti-razzismo e un'anti-xenofobia costruttivi, vale a dire una comunicazione "anti-odio".

Workshops interattivi

Il workshop è concepito come uno spazio interattivo in cui sono promossi i rapporti e gli scambi tra tutti i partecipanti. La formazione è concepita come una comunicazione circolare, al fine di facilitare lo scambio di buone pratiche e di know-how tra formatori e discenti attraverso un processo di apprendimento non-formale e informale al fine di favorire non solo la partecipazione attiva, ma anche l'interazione produttiva tra tutti i partecipanti, discenti e formatori.

¹ <http://win.radar.communicationproject.eu/web/project-2/>

Nei nostri workshop useremo le seguenti metodologie:

- apprendimento cooperativo basato su un approccio peer-to-peer in tutte le fasi
- conferenze e lezioni interattive nelle quali il formatore agisce come facilitatore
- lavori di gruppo guidati da esperti/facilitatori di vari campi
- apprendimento in situazione e formazione sperimentale applicando gli strumenti acquisiti a un'esperienza personale e professionale
- processo decisionale inteso a incoraggiare le scelte future di pratiche anti-razziste
- *self-assessment* per riflettere e diventare consapevoli del proprio apprendimento.

I destinatari delle Guidelines RADAR

Il target di RADAR può essere diviso in gruppi appartenenti a due differenti contesti:

il contesto legale

- professionisti legali (magistrati e avvocati)
- forze dell'ordine (polizia, carabinieri, militari etc.)
- rispettive istituzioni UE

il contesto della migrazione

- migranti (come attuali o potenziali vittime di crimini d'odio razzista)
- mediatori interculturali, insegnanti, operatori sociali, formatori per adulti, facilitatori della comunicazione
- rispettive istituzioni europee.

Obiettivi formativi e risultati

L'obiettivo della formazione è di rendere i discenti competenti a interagire con le persone al fine di stabilire un rapporto di rispetto e di evitare qualsiasi forma di comunicazione xenofoba o razzista, ossia di *hate communication* motivata da xenofobia e/o razzismo. In particolare l'obiettivo è di riconoscere non solo le forme esplicite di razzismo e xenofobia nelle pratiche di comunicazione, ma anche le forme implicite. In questo modo, i discenti sviluppano le competenze necessarie per produrre una comunicazione anti-razzista e anti-xenofoba che è rispettosa, inclusiva e accogliente. È importante spiegare e utilizzare i diversi livelli di comunicazione (messaggi verbali, paraverbali, non-verbali e visivi) e di distinguere tra tecniche, procedure e strategie comunicative in base a differenti situazioni e contesti. I discenti sono competenti nella comunicazione con persone che hanno diverse abitudini culturali (e sociali), diversi modelli di comportamento, valori e rappresentazioni mentali. In sintesi, la/il discente è in grado di sostenere una costruttiva e produttiva comunicazione anti-razzista e anti-xenofoba, ossia una comunicazione anti-odio. Sono, inoltre, così in grado di trasferire l'approccio ad altre persone.

Le attività formative sono organizzate in una serie di workshop incentrati principalmente sui seguenti contenuti:

- Analisi critica di termini sensibili in leggi e giudizi
- Espressioni razziste e xenofobe nell'uso linguistico quotidiano
- Modello di comunicazione in una prospettiva interculturale
- Analisi linguistica di dibattiti su razzismo e xenofobia nei media (quotidiani, radio, tv)
- Strumenti analitici per una comprensione più approfondita di pratiche comunicative razziste e xenofobe usate in quotidiani, immagini, video, immagini pubblicitarie, video pubblicitari, talk show, social media.

A questo punto è di fondamentale importanza presentare il nostro concetto di comunicazione, soprattutto di comunicazione interpersonale che dà forma al nostro concetto di comunicazione interculturale ².

Comunicazione interpersonale in una prospettiva interculturale

La nostra prospettiva di comunicazione è un concetto complesso che implica una competenza sociolinguistica, pragmalinguistica (anche etnopragmatica) e socio-antropologica esaustiva. Saper comunicare non vuol dire soltanto saper utilizzare i mezzi linguistici nella propria o in una comunità diversa dalla propria (vocabolario, sintassi, morfologia, fonetica, terminologia specialistica etc.); vuol dire infatti essere anche in grado di impiegare i mezzi linguistici in modo tale che siano adeguati al contesto sociale e situazionale. In questo senso, i mezzi devono essere adeguati in relazione all'interlocutore, al luogo, agli obiettivi e alle intenzioni che si intendono comunicare. Il concetto di comunicazione, inoltre, è piuttosto ampio, e comprende vari campi: dalla comunicazione verbale (parole e, generalmente, patrimonio linguistico) alla comunicazione visiva (immagini, forme, colori), dalla comunicazione verbale orale a quella scritta, da quella paraverbale (voce) a quella non-verbale (linguaggio del corpo). La comunicazione, quindi, è base e mezzo di qualsiasi evento sociale: i processi sociali non sono possibili senza comunicazione così come le pratiche comunicative si materializzano nelle relazioni socio-culturali e politico-economiche. La comunicazione è un processo multilaterale e, di conseguenza, estremamente sensibile alle interferenze; il suo risultato è frutto della partecipazione di tutte le persone coinvolte. Pertanto la comunicazione è una pratica interattiva le cui ripercussioni sono di importanza fondamentale nella vita professionale e istituzionale³.

Nel presente capitolo ci soffermeremo in modo particolare sulla comunicazione orale in quanto essa riveste un ruolo centrale in ogni incontro. Comunque, nelle SEZIONI seguenti prenderemo in considerazione anche la comunicazione scritta.

Comunicazione interpersonale

La comunicazione, nel suo insieme, è talmente vasta e complessa e i suoi ambiti di applicazione talmente numerosi, che un manuale, come quello proposto qui, non può certo esaurire l'argomento. Infatti non è questo il nostro obiettivo. L'intento nostro è, invece, quello di avviare le persone, da un lato, a un discorso critico e, dall'altro, di sensibilizzarle a quegli aspetti della comunicazione che sono di più immediato impatto nei rapporti tra le persone nonché tra persone e ambiente fisico di lavoro nella quotidianità professionale. Questa è la base indispensabile per una comprensione critica di come funziona la comunicazione interpersonale e interculturale.

Secondo la nostra concezione, la comunicazione è uno strumento che, se usato consapevolmente e attentamente, apporta dei benefici personali, di rapporto, organizzativi. Ciò non significa, tuttavia, che essa porti sempre e comunque alla risoluzione di tutti i problemi personali, interpersonali, organizzativi e quant'altro, ma può, senza dubbio, agevolarla. In tal senso una formazione alla comunicazione rappresenta un arricchimento personale e professionale a livello anche interculturale.

² La seguente parte è estratta da Gabriella B. Klein / Koffi M. Dossou 2006: Basic Tools for Intercultural Communication. Perugia: Key & Key Communications: 3-17 (Engl. translation by Jodi Sandford).

³ Il concetto di comunicazione verbale, sul quale ci basiamo, è tratto dai lavori del gruppo di Bateson, Erving Goffman, etnografi quali Jenny Cook-Gumperz e John J. Gumperz, Charles Goodwin, Frederick Erickson, Geoffrey Shulz, etnometodologi quali Harvey Sacks, Emanuel A. Schegloff, Gail Jefferson.

Comunicazione

- è lo scambio reciproco di messaggi tra due (o più) individui, rispetto ai canali identificati: parole, voce, corpo, immagini
- è la base e il mezzo di ogni evento sociale: senza comunicazione non sono possibili processi socio-culturali così come le pratiche comunicative sono relazionate a variabili socio-culturali e politico-economiche
- è un processo multilaterale e di conseguenza labile perché soggetto a disturbi (incomprensioni – fraintendimenti, prospettiva personale, stereotipi, codici di comportamento sociali e culturali)
- è potente perché, se gestita bene, riesce a superare la sua stessa labilità trovando soluzioni cooperative alle problematiche sorte
- è quindi un sistema la cui ripercussione è di estrema importanza a tutti i livelli dei rapporti interpersonali e interculturali nella vita sia lavorativa che privata.

Che cosa significa comunicare?

- Vogliamo mantenere, difendere e migliorare la nostra autostima.
Perciò abbiamo bisogno del confronto con gli altri. Questo confronto avviene nella comunicazione. Quando viene attaccata l'autostima dell'altra persona, la comunicazione ne risente.

**Comunicare in modo ottimale significa:
rispettare l'autostima dell'interlocutore.**

- Non è vero ciò che dico. E' vero ciò che comprende l'interlocutore! Non esiste alcuna garanzia che l'interlocutore comprenda ciò che io volevo dire.
La "normale" reazione alla minaccia dell'autostima è la difesa. L'essenziale non è che l'altro venga aggredito, ma che egli si senta aggredito.

**Comunicare in modo ottimale significa:
non reagire con una manovra di difesa
a una manovra di difesa dell'interlocutore.**

Livelli della comunicazione

Ogni comunicazione interpersonale può avvalersi di 4 tipi di risorsa comunicativa:

- comunicazione verbale (patrimonio linguistico)
- comunicazione paraverbale (voce)
- comunicazione non-verbale (corpo)
- comunicazione visiva (colori, forme, immagini, simboli)

I quattro piani della comunicazione

Il messaggio e quindi la comunicazione si colloca su 4 piani⁴:

- **Contenuto oggettivo**, cioè quello che l'emittente vuole comunicare al ricevente.
- **Autorivelazione**, cioè informazioni che l'emittente rivela su se stesso.
- **Intenzioni**, cioè lo scopo che l'emittente vuole ottenere dal ricevente.
- **Relazione**, cioè informazioni sulla relazione tra emittente e ricevente.

Ognuno di questi piani è contenuto in ogni messaggio, però il peso delle singole componenti può variare:

⁴ Con "piani della comunicazione" ci riferiamo a Watzlawick/Beavin/Jackson 1967.

singoli piani possono essere particolarmente enfatizzati dall'emittente oppure possono essere ricevuti dal ricevente in modo più enfatico.

Tra i 4 piani del messaggio esistono dei legami: ogni piano condiziona gli altri tre.

Ognuno dei 4 piani può rappresentare una fonte di disturbo, che cambia l'efficacia del messaggio. In ogni situazione di comunicazione interpersonale bisogna quindi tener conto di questi 4 piani.

**Una buona comunicazione è orientata:
alla situazione
all'interlocutore
all'obiettivo.**

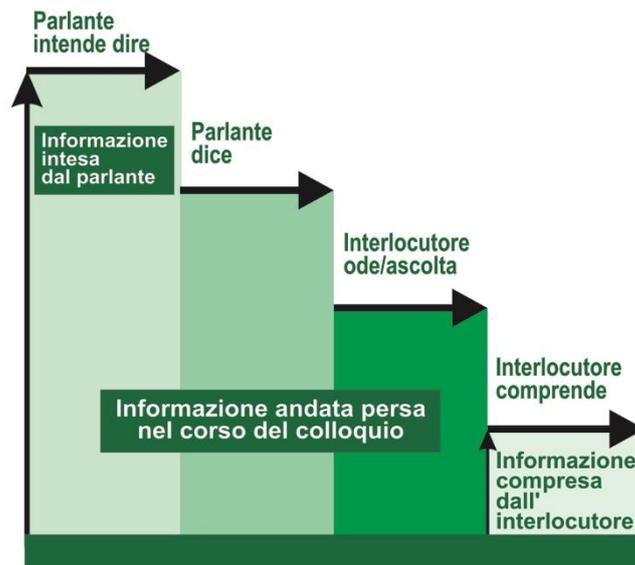


Disturbi nella comunicazione

I disturbi nella comunicazione avvengono:

- quando il piano del contenuto oggettivo (oggetto) non è chiaro
- quando gli interlocutori non stanno parlando della stessa cosa
- quando il messaggio verbale non viene compreso (non completamente)
- quando gli interlocutori non hanno lo stesso livello di informazione
- quando si creano dei malintesi sul piano della relazione
- quando vengono scambiati il piano dell'oggetto e il piano della relazione
- quando i messaggi sul piano dell'oggetto si trovano in contraddizione con i messaggi sul piano della relazione
- quando i pregiudizi determinano il colloquio
- quando l'interlocutore viene ferito nei suoi valori e nei suoi sentimenti
- quando l'esperienza e il retroterra culturale sono notevolmente differenti.

Chi parla deve assicurarsi costantemente, durante il colloquio, che le sue parole vengano comprese secondo quanto intende dire e che lui stesso capisca bene il suo interlocutore. Bisognerebbe chiedersi che effetto ha il proprio comportamento sull'interlocutore.



Comunicazione verbale, paraverbale, non-verbale, visiva

Tutte le percezioni dell'individuo costituiscono dei messaggi che egli elabora a livello consapevole o inconsapevole. Nei nostri incontri con gli altri, l'individuo percepisce e trasmette essenzialmente quattro tipi di messaggio.

- messaggio verbale

Riguarda la parte di messaggio espressa in parole. Determinanti sono le parole che vengono usate, le frasi e la costruzione dell'intero discorso, che può essere sia parlato che scritto.

- messaggio paraverbale

Riguarda l'enunciazione percepibile di parole, frasi e discorsi. Determinanti sono le pause, il volume, l'intonazione, la tonalità, la velocità, il ritmo.

- messaggio non-verbale

Riguarda il comportamento visibile, che senza parole trasmette messaggi intenzionali e non. Qui riveste un ruolo importante l'uso del linguaggio corporeo, come la mimica, i gesti, il movimento e la postura del corpo, lo sguardo, la distanza tra le persone.

- messaggio visivo

Riguarda colori e forme, nonché simboli, i vestiti (per esempio magliette etc.) che l'interlocutore indossa o porta con sé.

Ogni tipo di messaggio, che sia verbale, paraverbale, non-verbale o visivo, viene percepito e interpretato dall'altro. Disturbi nella comunicazione avvengono, in questo ambito, sulla base di differenze culturali e anche personali tra gli interlocutori:

1. nel percepire e nell'interpretare
2. nel comportamento verbale, paraverbale, non-verbale e visivo.

La comunicazione interpersonale può collocarsi contemporaneamente sui 4 livelli del messaggio:

- verbale
- paraverbale
- non-verbale
- visivo.

Il contenuto del messaggio, assieme ad alcuni meccanismi atti ad assicurarne la comprensione, viene trasmesso attraverso la parola pronunciata, quindi verbalmente e viene supportato dagli altri mezzi di

comunicazione. Il vissuto soggettivo dell'interazione, cioè sentimenti e atteggiamenti, sono segnalati, consapevolmente o inconsapevolmente, attraverso la voce e attraverso il corpo, attraverso colori, forme e simboli che portiamo su di noi. Gli elementi dei linguaggi paraverbale e non-verbale sono in parte modelli di base innati e in parte modi di comportamento acquisiti.

Il significato più profondo di tutti i messaggi dipende da fattori quali:

- la posizione sociale
- le reti sociali e comunicative alle quali la persona appartiene
- le norme, le credenze, gli orientamenti, i valori del mondo socioculturale in cui il soggetto si muove di volta in volta
- la sua esperienza soggettiva
- la situazione concreta.

Segnali paraverbali, non-verbali e visivi possono perciò avere vari significati. Tali segnali possono essere univoci o ambigui nel loro significato.

Il seguente elenco riporta alcune delle nostre possibili espressioni con la voce, con il corpo e con l'immagine:

Modi di parlare	Comportamento corporeo
pause	espressione del volto
volume	gesti
tonalità	direzione dello sguardo
intonazione	movimenti della bocca e delle labbra
velocità	postura
enfasi	distanza corporea tra gli interlocutori
ritmo	andatura
Simboli udibili	
risata	pianto
schiarirsi la voce/gola	tosse
sospiro	sbadiglio
Apparenza esteriore	
vestiti: forme e colori	pettinatura
gioielli	status symbol

Gli effetti delle componenti comunicative incidono in modo diverso, e cioè nel seguente ordine crescente d'impatto:



**I loro effetti si possono integrare,
rafforzare oppure attenuare reciprocamente,
ma anche contraddirsi a vicenda.**

Percezione del messaggio

Il ricevente reagisce a ogni messaggio. Questa reazione (feedback) dipende da diversi fattori condizionanti e che non sempre l'emittente può prevedere. Più grande è la differenza culturale, meno prevedibile è la reazione.

Tre processi determinano la reazione del ricevente:

- percezione immediata dei fatti
- interpretazione
- sentimenti

Il feedback del ricevente al messaggio dell'emittente è un prodotto di questi tre processi. Mentre state parlando con una persona, entrano in gioco diversi fattori da entrambe le parti. Non solo percepite quello che vi dice il vostro interlocutore (verbale), ma anche il modo con cui lo dice attraverso la voce (paraverbale), attraverso il corpo (non-verbale) e attraverso forme e colori (visivo). Inconsapevolmente si confondono le percezioni, formando una determinata impressione. Addirittura capita spesso, che non si ascolti neanche più bene quello che dice l'altro, ma si osservi incantati solo il modo con cui lo dice. A ciò che è stato percepito viene attribuito un significato. Tale interpretazione può essere giusta oppure sbagliata, nel senso che può coincidere con le intenzioni comunicative dell'emittente oppure no. Percezione e interpretazione provocano nel ricevente dei sentimenti.

Contemporaneamente sono condizionate da diversi fattori collaterali quali:

- sapere di sfondo degli interlocutori
- contesto socio-culturale
- contesto situazionale
- contesto conversazionale.

Solo grazie al nostro sapere circa la comunicazione stessa e circa il mondo esterno nonché il suo intreccio con la comunicazione è possibile far funzionare e di conseguenza spiegare il complesso meccanismo della comunicazione interpersonale e interculturale. Il sapere di sfondo degli interagenti entra in maniera consistente nella comunicazione; si riferisce ai fattori extra-linguistici, situazionali e socio-culturali ma anche socio-linguistici. Tale sapere funge da risorsa dalla quale i partecipanti traggono condizioni necessarie e rilevanti; queste condizioni costituiscono per loro delle presupposizioni, le quali garantiscono teoricamente l'intero decorso comunicativo e interattivo. Quanto più alto è il grado della condivisione di tali presupposizioni da parte di tutti i coinvolti nell'interazione, tanto più probabile è la riuscita del processo comunicativo e cioè che emittenti e riceventi si comprendano reciprocamente. Sulla base delle presupposizioni assunte, da parte del parlante, come necessarie e sufficienti, si attivano presso il parlante delle implicazioni più o meno consapevoli, ovvero egli non verbalizza tutto esplicitamente. Soprattutto non verbalizzerà ciò di cui presuppone che il ricevente potrà interpretare – e quindi comprendere - sulla base appunto delle presupposizioni condivise. Maggiore è la differenza culturale, meno le presupposizioni sono condivise. Un parlante non può rendersi conto di quanto è o non è condiviso da altri partecipanti. La percezione di un evento comunicativo innesca sentimenti nel ricevente, che a sua volta influenzano il processo di interpretazione.

Contesti e contestualizzazione

➤ contesto socio-culturale

il contesto socio-culturale è quel contesto più ampio nel quale un'interazione avviene; p. es. il contesto nazionale, internazionale, europeo, il contesto lavorativo, il contesto burocratico, il contesto della vita privata etc. Allo stesso tempo, il contesto socio-culturale coinvolge diversi aspetti della cultura delle persone coinvolte nel processo di comunicazione, cioè religione, credenze, modi di dire, tradizioni, riti,

simboli, abitudini, comportamenti, etc. Tale contesto funge da quadro di riferimento per le presupposizioni e quindi per le implicazioni, da un lato, e per l'interpretazione del messaggio, dall'altro.

➤ **contesto situazionale**

il contesto situazionale è il contesto più ristretto dato dalla situazione fisica nonché sociale e relazionale, definito in termini di tempo e di luogo e in base al ruolo dei partecipanti. Una situazione comunicativa ha lo scopo di risolvere questioni ricorrenti della vita sociale. Le situazioni sociali sono pre-costruite in un più ampio contesto socio-culturale per quanto riguarda il tipo di situazioni che esistono realmente in una società e il modo in cui vengono avviate ed eseguite. Durante il processo di socializzazione e di inculturazione, un membro di una società impara le regole e le abitudini che sono necessarie per svolgere le diverse situazioni della vita quotidiana e nelle istituzioni. Ulteriori acculturalizzazioni possono arricchire la comprensione di nuove situazioni. Oltre ai presupposti socio-culturali e situazionali ci sono sempre aspettative culturalmente definite, credenze e assunti individuali, interessi e motivazioni ciascuno dei quali svolge un ruolo importante nell'interpretazione condivisa di un evento sociale in corso.

➤ **contesto conversazionale**

In un senso ancora più ristretto, qualsiasi atto linguistico è situato in un contesto conversazionale. Partecipare a una conversazione significa, pertanto, sapere chi tiene il discorso e quale partecipante ha il ruolo di ascoltatore. È quindi necessario avere consapevolezza di come vengano gestiti i turni. Inoltre, qualsiasi sequenza è formulata basandosi su di una coerenza implicita con ciò che viene detto in precedenza (dallo stesso parlante o da un altro interlocutore) e ha delle conseguenze che stabiliscono degli obblighi da parte dell'ascoltatore su come proseguire la conversazione coerentemente. Il contesto conversazionale non è statico né predefinito ma è dinamico, ossia viene sviluppato da parte dei partecipanti nell'interazione comunicativa stessa. Segnalare i ruoli dei diversi partecipanti (parlante, ascoltatore, spettatore) è qualcosa che viene definito culturalmente. Così, chi appartiene a una data cultura, mettendosi a interagire con qualcuno di una cultura differente, applica facilmente delle routine discorsive per segnalare diverse attività conversazionali, quali l'avvicendamento dei turni, il cambiamento di argomento o la chiusura di una interazione.

Inoltre, esistono sequenze di attività conversazionali culturalmente definite. Per esempio le culture differiscono in relazione a quanto a lungo qualcuno debba o possa parlare prima di arrivare all'argomento principale dell'interazione. Alcune situazioni sono rigidamente prestabilite, altre no. In quest'ultimo caso gli interlocutori hanno la possibilità di ridefinire la situazione. Così, se il contesto socio-culturale statico è quello della medicina, allora il contesto situazionale predefinito può essere per esempio 'lo studio medico'. Tale contesto può essere modificato attraverso un processo di negoziazione tra i partecipanti alla situazione. I ruoli possono addirittura essere invertiti.

➤ **segnali di contestualizzazione**

Per segnalare ai nostri interlocutori in quale contesto intendiamo muoverci, usiamo gli elementi della comunicazione in base a delle convenzioni determinate socio-culturalmente, chiamate appunto "segnali di contestualizzazione". Questi mezzi possono essere segnali paraverbali e non-verbali, l'uso del *code-switching*, una risata o altro. Possiamo intendere quello che diciamo in modi differenti: enfaticamente o ironicamente, scherzando oppure onestamente. In tutti questi casi, facciamo sì che il ricevente sappia in che modo deve interpretare il contenuto dei nostri enunciati attraverso i segnali di contestualizzazione. In più, i segnali di contestualizzazione sono diversi in società e culture differenti⁵.

⁵ A questo proposito ci riferiamo al lavoro di John Gumperz e Jenny Cook-Gumperz (cfr. Gumperz 1982b):



Comunicazione interculturale

La comunicazione interculturale ovviamente si basa sul concetto di comunicazione interpersonale così come su un concetto di cultura inteso come un insieme di processi trasformativi e dinamici. Non è un fatto appartenente in modo esclusivo alla società odierna ma è qualcosa che è sempre esistito. È un fenomeno molto complesso legato in contesti storicamente determinati e rispetto ai rapporti di forze, al commercio, alle guerre, alle migrazioni, al colonialismo e alle conquiste. In altri termini, ogni qual volta interlocutori di culture diverse si incontrano con dei punti di vista differenti e con i rispettivi diversi modi di comunicare, sono inevitabilmente coinvolti in una comunicazione interculturale. Ciascun interlocutore porta con sé il proprio bagaglio culturale ed esperienziale, adattandolo alle dinamiche interazionali.

Ciascun evento comunicativo è condizionato dal background socio-culturale e di esperienza delle persone che vi sono coinvolte. Per cultura intendiamo "l'insieme delle rappresentazioni mentali socialmente elaborate attraverso cui gli individui, a livello di personalità, entrano in rapporto con il loro contesto in una società storicamente determinata" (Seppilli/Guaitini Abbozzo 1974:30). Se tale background e il rispettivo atteggiamento mentale non vengono condivisi, sopraggiungono facilmente dei fraintendimenti ed è necessaria a quel punto una negoziazione di significato per poter giungere a un'interpretazione comune. La negoziazione di significato (Gumperz 1982a, 1982b) è uno degli aspetti principali della comunicazione interculturale e si riferisce alla formulazione di un'espressione o al significato simbolico di un'azione. In questo modo, in sostanza il significato viene negoziato da tutti i partecipanti all'evento comunicativo. Gli sforzi nel condividere e nel negoziare rappresentano una delle strategie fondamentali nella comunicazione interculturale.

Sebbene differenti comportamenti comunicativi non comportino necessariamente insuccessi nella comunicazione, questi possono instillare percezioni stereotipate. Lo sviluppo delle abilità comunicative interculturali non implica quindi solo la percezione delle differenze culturali nelle varie forme comunicative, ma significa essere in grado di comunicare con persone che hanno diverse abitudini comunicative culturali (e sociali). In breve, sapere come bisogna sostenere (condurre) la comunicazione interculturale in maniera

costruttiva e produttiva significa essere capaci di comunicare e interpretare adeguatamente i segnali che si riferiscono a un particolare individuo o contesto.

Per poter comprendere meglio un tale argomento, sono di particolare importanza i contributi che provengono dall'etnografia della comunicazione (Hymes 1974). Tale approccio offre una metodologia sistematica che evidenzia l'interdipendenza tra lingua, discorso, comunicazione e cultura dentro contesti storicamente determinati e rispetto a specifici rapporti di forza. La sociolinguistica interpretativa (Gumperz 1982a) e il suo concetto di contestualizzazione analizza la comunicazione interculturale in termini olistici. La ricerca scientifica sta attualmente prendendo in considerazione la descrizione delle dimensioni interazionali e delle dinamiche interpersonali insieme a possibili insuccessi nella comunicazione.

Per approfondire

Argyle, Michael 1975: *Bodily Communication*. London: Methuen & Co.

1982: *Il corpo e il suo linguaggio. Studi sulla comunicazione non verbale*. Bologna: Zanichelli [It. trans.].

Birkenbihl, Vera F. 1990: *Kommunikationstraining*. München: mvg.

1992. *L'arte d'intendersi. Ovvero come imparare a comunicare meglio*. Milano: FrancoAngeli [It. trans.].

Birkenbihl, Vera F. 1994⁷: *Signale des Körpers. Körpersprache verstehen*. München: mvg

1979 *Segnali del corpo. Come interpretare il linguaggio corporeo*. Milano: FrancoAngeli [It. trans.].

De Genova, Nicholas 2016: The "crisis" of the European border regime: Towards a Marxist theory of borders. In *International Socialism: A Quarterly Review of Socialist Theory*, N.150, www.nicholasdegenova.net

De Grandis, Luigina 1990/1984¹: *Teoria e uso del colore*. Milano: Mondadori.

Hartman, Taylor 1998/1987¹: *The Color Code*. New York: Scribner

Heller, Eva 1998/1989¹: *Wie Farben wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung*. Hamburg: Rowohlt.

Heller, Eva 2000: *Wie Farben auf Gefühl und Verstand wirken. Farbpsychologie, Farbsymbolik, Lieblingsfarben, Farbgestaltung*. München: Droemer.

Klein, Gabriella B. / Dossou, Koffi M. 2006: *Basic Tools for Intercultural Communication*. Perugia: Key & Key Communications

2006: *Strumenti base per una comunicazione interculturale*. Perugia: Key & Key Communications [It. ed.].

Luzzatto, Lia / Pompas, Renata 2001: *Il colore persuasivo*. Milano: Il Castello srl.

Molcho, Samy 1983: *Körpersprache*. München: Mosaik Verlag.

1997: *I linguaggi del corpo*. Como: Lyra libri [It. trans.].

Schwitalla, Johannes 2000: 'Mit Händen und Füßen reden'. Sprachliche und nichtsprachliche Symbolsysteme in der mündlichen Kommunikation. In: Theodor Berchem et al. 2000: *Weltwunder Sprache*. 10. Würzburger Symposium der Universität Würzburg. Stuttgart: 209-233.

Watzlawick, Paul / Beavin, Janet Helmick / Jackson, Don D. 1967: *Pragmatics of Human Communication*, New York: Norton & Company

1971: *Pragmatica della comunicazione umana*, Roma: Astrolabio [It. trans.].

1974: *Menschliche Kommunikation*. Stuttgart [Germ. trans.]

Weber, Anne 2009: *Manual on hate speech*. Strasbourg: Council of Europe Publishing

2 VOCABOLARIO CONDIVISO BASATO SU UN'ANALISI DI CRITICA LINGUISTICA

2.1 INTRODUZIONE

In ogni progetto è di fondamentale importanza che i partner condividano un vocabolario e un linguaggio comune per evitare ambiguità e contraddizioni. Nell'ambito del progetto RADAR questo è ancora più importante, in quanto il progetto deve affrontare le complesse e delicate questioni di razzismo e xenofobia che coinvolgono termini ed espressioni controverse. Questi non sono statici, ma si evolvono in rapporto al cambiamento sociale con una maggiore consapevolezza della diversità, il che rende il nostro compito ancora più impegnativo.

Per affrontare questo compito, i partner di RADAR hanno concordato di evitare alcuni termini ed espressioni sensibili spesso utilizzati nei testi ufficiali (leggi, sentenze, testi burocratico-istituzionali, discorsi dei media e pubblicazioni anche scientifico-accademiche). Proponiamo pertanto termini ed espressioni alternativi basati su una comprensione linguistica critica e su una meticolosa ricerca di termini basati sulla falsa idea dell'esistenza di "razze" umane, come punto di partenza in inglese britannico e poi separatamente nelle altre lingue del progetto (italiano, polacco, olandese, greco e finlandese). La maggior parte dei termini che vediamo criticamente ha un carattere escludente, che intende stabilire una gerarchia ed è pertanto discriminatoria. Dividere l'umanità in razze diverse, per esempio, significa usare uno "strumento per opprimere e sfruttare gruppi sociali specifici e per negare loro l'accesso alle risorse materiali, culturali e politiche, al lavoro, ai servizi sociali, all'alloggio e ai diritti politici" (Reisigl/Wodak 2005: 2). Finché continuiamo a usare il termine "razza", non facciamo altro che perpetuare la **falsa** percezione che in realtà **esistono** diverse razze umane.

Diventa quindi essenziale che le parole "razza", "razziale", "inter-razziale" siano evitate nei testi ufficiali, nelle leggi e sentenze, così come nei discorsi dei media, in quanto tutti influenzano la percezione e i pregiudizi delle persone. Ciò può infine aiutare a superare la falsa idea dell'esistenza di più di una "razza" e, di conseguenza, anche l'uso di altri termini discriminatori simili, come "non-bianco".

Dopo aver superato il discorso divisivo "NOI – LORO" possiamo cominciare a riconoscere la diversità sociale, ma senza essere "*colourblind*", vale a dire senza negare che il colore della pelle può avere un impatto significativo sulla propria esperienza, sulla base di una gerarchia sociale "razzializzata" (su "privilegio bianco", si veda McIntosh: 1990). In effetti, il razzismo esiste anche se le razze umane non esistono. Sarebbe ingenuo pensare che evitare o sostituire il termine "razza" significhi automaticamente il superamento del razzismo. Dobbiamo prendere in considerazione che la scelta delle parole è importante nella misura in cui le parole riflettono i nostri schemi mentali e quindi la nostra percezione della realtà. Questi termini devono essere interpretati in una prospettiva multidimensionale rispetto alle variabili sociali, culturali, biologiche e politico-ideologiche, che le hanno storicamente determinate come azioni linguistiche e pratiche discriminatorie (Jackson 1987: 8, Reisigl/Wodak 2005: 18, Goodman/Moses/Jones 2012). Così, mentre il termine "razza" è stato chiaramente criticato dal punto di vista biologico e genetico così come da quello socio-antropologico (Hazard 2011, Reisigl/Wodak 2005), il fenomeno discriminatorio del razzismo continua ad avere la sua evidente concretezza. Inoltre, come detto precedentemente, è il termine "razza" in quanto tale, che troviamo problematico, ma non per questo neghiamo le diversità, le differenze o le lotte delle minoranze etniche e religiose in una società dominata dall'egemonia 'bianca' (De Genova 2005, Delgado/Stefancic 2000, Hazard 2011, Lewis 2003, Roberts et al. 2008). Il nostro intento è quello di superare la contrapposizione "NOI – LORO" pur riconoscendo le differenze in uno spirito di reciproco rispetto e inclusione. Infine, abbiamo anche bisogno di tenere a mente che alcuni termini hanno connotazioni differenti da un punto di vista "interno" o "esterno" (si veda il successivo box 1).

In generale, dobbiamo tenere in conto questo: prima di tutto, la dinamica sociolinguistica nella quale un termine specifico ha raggiunto un significato sociale e storico; secondo, la dinamica pragmlinguistica nella quale il significato di uno specifico termine è dato dal suo uso in un contesto culturale specifico e in una situazione sociale concreta; terzo, la contestualizzazione conversazionale di un termine.

Giudici e agenti delle forze dell'ordine sono spesso di fronte a questa delicata dialettica tra un significato connotativo generale di alcune parole offensive e l'uso di tali parole in specifici contesti situazionali con diverso significato inteso. In altre parole, i professionisti che lavorano contro il razzismo e la xenofobia devono essere consapevoli del contesto socio-culturale, situazionale e conversazionale del verificarsi di un determinato termine (Dossou/Klein/Ravenda 2016: 11).

In questo senso, siccome la nostra ricerca si svolge in un contesto di leggi e normative di una società dominata da "bianchi", dobbiamo essere critici nell'uso di certi termini nel contesto giuridico e nei discorsi, così come in qualsiasi altro discorso pubblico dominato da 'bianchi'.

2.2 VOCABOLARIO CONDIVISO

L'elenco che segue comprende alcuni dei termini sensibili più evidenti e le espressioni e proposte per una terminologia alternativa:

Termini di uso comune da evitare	spiegazione / proposta alternativa
razza / razziale	<p>Da evitare in tutti i contesti</p> <p>Nel campo biologico è scientificamente provato già dagli anni Cinquanta (Hazard 2011) che esiste una sola razza umana. Tuttavia il termine "razza" continua a essere usato come un costrutto sociale (Machery/Faucher 2005 tra gli altri), il cui scopo è quello di creare divisione ed esercitare potere su un gruppo sociale percepito o definito come inferiore da un gruppo sociale dominante. In diversi contesti storici e socio-economici, gruppi sociali dominanti percepiscono gruppi specifici di popolazione, come:</p> <p style="padding-left: 40px;">diversi da altri gruppi sulla base di nazionalità, caratteristiche fisiche specifiche (come il colore della pelle, la consistenza dei capelli, caratteristiche facciali), background culturale, religione, convinzioni personali, lingua, origine, discendenza, status di migrante o qualsiasi altra differenza, che porta a razzismo e/o xenofobia (definizione elaborata dal Comitato Scientifico italiano RADAR).</p> <p>A questo scopo si propone di evitare e/o sostituire i termini "razza" e "razziale".</p> <p>"Razziale" può essere sostituito con il termine "razzista" in espressioni come "discriminazione razziale" che quindi diventa "discriminazione razzista"; "crimine razziale" diventa "crimine razzista"; "motivazione basata sulla razza" diventa "motivazione razzista", "profiling razziale" diventa "profiling razzista".</p> <p>In altri contesti, in cui il fine del termine "razza" non è creare divisioni, ma descrivere categorie, dovrebbe essere allo stesso modo, evitato. In questi casi, dovrebbe essere sostituito con la categoria specifica (ad esempio il colore della pelle, nazionalità, etc.).</p> <p>A tale proposito, la discriminazione razzista può essere definita come basata su o motivata</p>

	<p>da una falsa assunzione o percezione dell'esistenza di razze umane. Noi proponiamo di definire la discriminazione razzista come motivata da:</p> <ul style="list-style-type: none"> • appartenenza nazionale <ul style="list-style-type: none"> - in termini di ascendenza/discendenza, nazionalità, cittadinanza, norme giuridiche, provenienza geografica, a volte visibile da caratteristiche fisiche specifiche o percepite • appartenenza etnico-culturale <ul style="list-style-type: none"> - in termini di ascendenza/discendenza, religione, credenze, lingua, tradizioni • appartenenza sociale <ul style="list-style-type: none"> - in termini di background socio-economico e/o di status di migrante.
nero / bianco	<p>Mentre in Gran Bretagna questi termini sono largamente accettati, in altri paesi e a seconda del contesto interazionale l'uso di questi termini può essere maggiormente controverso.</p> <p>Per motivi interni del progetto, presteremo attenzione ai termini "nero" e "bianco" e li useremo nell'identificazione di categorie sociali o nel caso in cui questi termini siano usati come auto-identificazione.</p>
non-bianco	<p>'Non-bianco' implica un'egemonia di <i>whiteness</i> e tutte le altre 'etnie' che gli ruotano intorno. Questo è fortemente problematico e dovrebbe essere evitato.</p>
di colore	<p>Il termine '<i>coloured</i>', corrispondente all'italiano "di colore", deve essere evitato in tutti i contesti, in quanto è fortemente offensivo in inglese britannico e statunitense. È accettato in inglese sud-africano per definire gruppi specifici di persone⁶.</p> <p>I termini che sono usati frequentemente in Gran Bretagna sono BME (<i>Black and Minority Ethnic</i>) e BAME (<i>Black, Asian and Minority Ethnic</i>). Tali termini sono ampiamente accettati, anche se testimonianze⁷ mostrano che tale terminologia è sempre problematica e che evolve costantemente. In particolare, il termine "people of color" è interessante. Alcuni gruppi lo usano (per es. "Writers of Colour" / "Scrittori di colore")⁸ mentre altri lo rigettano⁹.</p> <p>L'uso di questi termini non è critico invece, quando i membri del gruppo, a cui i termini si riferiscono, scelgono di identificarsi in questo modo tra loro (lingua degli "insider" vs lingua degli "outsider").</p> <p>Il termine "minoranza visibile" è visto anche in modo critico (ibid.).</p> <p>Il termine "persona razzializzata" o "gruppo razzializzato" è usato negli Stati Uniti¹⁰, ma potrebbe suonare pomposo e artificiale in Europa.</p>

⁶ <http://goo.gl/XGC5rC>; anche spiegato da uno dei nostri intervistati del Sudafrica.

⁷ <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/22/black-asian-minority-ethnic-bame-bme-trevor-phillips-racial-minorities>

⁸ <http://mediadiversified.org/>

⁹ si veda <http://www.npr.org/blogs/codeswitch/2014/11/07/362273449/why-we-have-so-many-terms-for-people-of-color> e <http://www.ohrc.on.ca/en/racial-discrimination-race-and-racism-fact-sheet>, anche se l'ultimo si riferisce agli Stati Uniti

¹⁰ si veda <http://www.ohrc.on.ca/en/racial-discrimination-race-and-racism-fact-sheet>

	La distinzione fra l'uso dei termini 'Nero' e 'africano-americano' può essere di interesse in questa discussione ¹¹ , anche se africano-americano è un termine usato negli Stati Uniti
razza mista	Il termine "razza mista" dovrebbe essere evitato , ma in generale non il riferimento a "misto". Il problema risiede nel termine "razza", non nel termine "misto". "Retaggio misto" o "discendenza mista" sembra essere il termine maggiormente preferito usato dalle persone che appartengono a questi gruppi ¹² . Le espressioni "matrimonio misto" e "famiglia mista", possono invece essere riformulate in "matrimonio bi-nazionale" e "famiglia bi-nazionale/multinazionale" ¹³
indigeno	Nativo
immigrato	Migrante ¹⁴
straniero	Il termine "straniero" non è di per sé offensivo, ma potrebbe essere offensivo se usato nel contesto sbagliato. Al suo posto bisognerebbe preferibilmente specificare la nazionalità, per es. polacco, pakistano, etc. invece di 'straniero' se è veramente importante e necessario specificare.
illegale / clandestino / immigrato / migrante irregolare	I termini stabiliti in inglese suggeriti dall'ONU sono "migrante irregolare" o " migrante senza documenti " ¹⁵ . Tuttavia, a parte la regolamentazione ONU, nel contesto contemporaneo europeo, dominato da una forte tensione sociale riguardante la migrazione in quanto costantemente collegata a criminalità e terrorismo, il termine "irregolare" non è esclusivamente collegato alla mancanza di documenti, ma è spesso associato a crimini o attività illegali, e questo aumenta la percezione di pericolo e paura. Noi, quindi, proponiamo di usare il termine " migrante senza documenti " (si veda Nicholas de Genova 2002, 2005).

Box 1

¹¹ <http://www.blackstudies.org.uk/conference-and-events/blackness-in-britain-2015/>

¹² si veda <http://www.mix-d.org> fra le altre fonti

¹³ <http://www.verband-binationaler.de>

¹⁴ si veda <http://picum.org/it>

¹⁵ si veda <http://picum.org/it>

3 RISULTATI GENERALI

3.1 L'USO DELLA LINGUA NELLE LEGGI E NELLE SENTENZE¹⁶

L'uso della lingua nelle leggi contro il razzismo e contro la discriminazione

Un confronto tra la terminologia utilizzata nelle leggi dei paesi dell'Unione Europea coinvolti nel progetto RADAR (Finlandia, Grecia, Italia, Olanda, Polonia, Regno Unito) ha dimostrato che tutti i paesi hanno leggi antirazziste e antidiscriminatorie, e tutti condannano con fermezza qualsiasi atto di discriminazione basato sul colore della pelle e l'origine nazionale o qualsiasi atto che inciti all'odio e alla violenza contro coloro che sono (presunti o percepiti) membri di un gruppo cosiddetto 'razziale' o 'etnico'. A tale proposito, tuttavia, non è chiaro se vi sia una differenza tra il gruppo 'razziale' e il gruppo 'etnico'.

L'Unione Europea nel 2000 ha emanato la Direttiva 2000/43/CE del Consiglio del 29 giugno 2000, che attua il principio della parità di trattamento fra le persone indipendentemente dalla razza e dall'origine etnica (Gazzetta ufficiale UE L 180, 19/07/2000 P. 0022 – 0026; Direttiva del Consiglio 2000/43/CE del 29 giugno 2000) e che tutti gli Stati membri devono trasporre nel proprio ordinamento con appositi atti normativi. Il diverso contesto sociale e storico di ogni paese stabilisce che le leggi possono essere interpretate e applicate in modo diverso.

I seguenti aspetti meritano attenzione:

- 1) **Grecia, Polonia e Regno Unito** condannano esplicitamente le attività volte a incitare all'odio nei confronti di altri individui o gruppi in base alla presunta appartenenza a gruppi definiti principalmente dalla 'razza'¹⁷ o dal colore della pelle, ma ci sono alcune differenze. In alcuni paesi, la legge parla dei modi in cui tali pratiche o incitazioni possono essere osservate su materiale scritto (**Olanda**), mentre in altri ordinamenti (**Italia**) questo aspetto non è esplicito e qualsiasi indicazione o prescrizione è generica.
- 2) I sistemi giuridici di **Grecia, Italia e Polonia** danno per scontato l'esistenza di 'razze' o di altre differenze biologiche tra le persone. La legge nel **Regno Unito** (così come altre leggi nazionali quale la legge scozzese) e soprattutto le leggi finlandesi sembrano più attente o almeno bilanciate rispetto a questo punto. Il fatto che le leggi greche, italiane e polacche menzionino la parola "razza", a nostro avviso dimostra che questi paesi sposano la convinzione scientificamente errata sulla suddivisione dell'umanità in razze diverse. Le loro leggi condannano le attività e l'odio verso le altre 'razze', ma utilizzando il termine "razza" dimostrano di credere all'esistenza di distinte 'razze' umane. Questo dimostra quanto questa convinzione sia profondamente radicata nella vita ordinaria, così come nelle istituzioni politiche e giuridiche. Il *Board of the Netherlands Institution for Human Rights* (Direttivo dell'Istituzione Olandese per i Diritti Umani) spiega il concetto di "razza" nel *Equal Treatment Act* (Legge sulle Parità Opportunità) in conformità con la *International Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination broadly* ("Convenzione internazionale sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione razziale in senso lato"). Essa comprende anche il colore, la discendenza e l'origine nazionale o etnica (Papers II 1990-1991, 22 014, n. 3, pag. 13).
- 3) Le parole "razza" e "razziale" sono presenti anche nelle Direttive di antidiscriminazione **dell'Unione Europea** che sono in vigore dal 2000. La "*Race Equality Directive*" ("Direttiva sull'uguaglianza razziale") cita la discriminazione sulla base di "origine razziale o etnica" e, in

¹⁶ Sulla base di RADAR: Analisi Leggi e Sentenze (relazione di progetto) di Enrico Caniglia e Gabriella B. Klein (vedi http://Inx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FLAWS_and_JUDGMENTS).

¹⁷ Per sottolineare la propria posizione critica nei confronti di questo concetto, usiamo le virgolette singole. Quando il termine è citato da altre fonti, usiamo le virgolette doppie.

relazione al posto di lavoro, anche sulla base della "religione o del credo"¹⁸. Tuttavia è esplicitamente dichiarato che "L'Unione europea respinge le teorie che tentano di determinare l'esistenza di razze umane distinte. L'uso del termine "razza" nella presente direttiva non implica l'accettazione di siffatte teorie."¹⁹ Questo sembra essere contraddittorio. Se l'Unione europea non accetta le teorie sull'esistenza di razze umane distinte, allora non è chiaro il motivo per cui viene utilizzato il termine "razza". Se il motivo è la mancanza di un termine migliore, questo dovrebbe essere chiarito nella direttiva. Sembra che le leggi degli Stati membri considerati (Finlandia, Grecia, Italia, Olanda, Polonia, Regno Unito), non si riferiscono esplicitamente a questo punto nei loro testi di legge nazionali, lasciando il concetto ambiguo.

4) I termini xenofobia o xenofobi non sono mai utilizzati.

È importante sottolineare che i sei paesi europei hanno leggi che puniscono l'incitamento all'odio contro le persone con riferimento al loro colore della pelle o all'origine nazionale. Nel **Regno Unito**, ad esempio, il diritto penale punisce gli atti di violenza e le azioni di odio quando sono motivati da astio o cattive intenzioni nei confronti delle persone con riferimento alla propria appartenenza o presunta tale a un gruppo di 'razza' o gruppo di origine nazionale. Anche in **Italia**, un reato e un atto violento possono essere definiti come "razzialmente" o "eticamente" aggravati. In **Grecia**, le leggi puniscono l'incitamento a violenza o a *Hate speech*: se qualcuno incita pubblicamente, provoca o suscita atti di violenza contro una persona o un gruppo per **il colore della pelle, la religione o l'origine nazionale** in modo da mettere in pericolo l'ordine pubblico, **la vita e l'integrità fisica** di una persona. In **Olanda** il diritto penale punisce atti che incitano all'odio o alla discriminazione contro le persone o la violenza contro persone o beni a causa della loro 'razza', religione, origine nazionale o colore della pelle.

Definizione di discriminazione basata su razzismo e xenofobia nei testi giuridici

Qui di seguito descriviamo come i testi legali definiscono, da una parte, il razzismo e, dall'altra parte, la discriminazione²⁰ basata su razzismo e xenofobia.

In **Polonia**, il codice penale definisce la discriminazione in senso molto ampio, come ogni atto di:

- attacco a una persona o di un gruppo
- violazione dei diritti personali
- **lesioni personali o danni alla salute**
- attacco alla **dignità e integrità fisica o psichica** di una persona/ gruppo di persone
- violazione dei diritti di una persona o di un gruppo di persone di preservare la propria identità e autonomia
- aggressione aggravata a una persona o gruppo di persone.

Il diritto **scottese** vede la condotta razzista aggravata quando "immediatamente prima, durante o subito dopo aver effettuato il corso di condotta o l'azione l'autore del reato manifesta verso la persona colpita astio o cattive intenzioni sulla base dell'appartenenza di quella persona (o la presunta appartenenza) a un gruppo 'razziale'; o quando la linea di condotta o l'azione è motivata (in tutto o in parte) da astio verso i membri di un gruppo 'razziale' in base alla loro appartenenza a quel gruppo [*Criminal Law (Consolidation) (Scotland) Act 1995*].

¹⁸ European Commission 2014, "Equality: EU rules to tackle discrimination now in place in all 28 EU Member States", Press Release, Brussels, 17 January 2014; see also "Press pack: Report on application of the directives and annexes" http://ec.europa.eu/justice/newsroom/discrimination/news/140117_en.htm; "European Commission – Tackling discrimination": http://ec.europa.eu/justice/discrimination/index_en.htm

¹⁹ La nota 6 della direttiva 2000/43 / EC del 29 giugno 2000, che attua il principio della parità di trattamento fra le persone indipendentemente dalla razza e dall'origine etnica, Official Journal L 180 , 19/07/2000 P. 0022 – 0026

²⁰ Non consideriamo qui altri tipi di discriminazione, come la discriminazione basata sull'orientamento sessuale, genere, età o disabilità.

In **Finlandia**, "il trattamento meno favorevole di una persona rispetto al modo in cui è trattata un'altra persona, è stata trattata o sarebbe trattata in una situazione analoga (discriminazione diretta)" e discriminazione indiretta è definita come "una disposizione apparentemente neutra, un criterio o una pratica che mette una persona in una posizione di particolare svantaggio rispetto ad altre persone, a meno che tale disposizione, criterio o pratica abbiano un obiettivo accettabile e i mezzi utilizzati siano idonei e necessari per il raggiungimento di questo obiettivo (discriminazione indiretta)".

La stessa definizione e il riferimento alla discriminazione indiretta si riferisce alla legge **greca**, dove si qualifica come "discriminazione" e molestia quella che si manifesta attraverso un comportamento vietato in quanto considerato discriminatorio, con lo scopo o l'effetto di insultare **la dignità di una persona** e di creare un clima **intimidatorio, ostile, degradante, umiliante o offensivo**.

In **Italia** la discriminazione è definita come "distinzione, esclusione, restrizione o preferenza basata sulla **razza, il colore, l'ascendenza o l'origine nazionale o etnica, le convinzioni e le pratiche religiose**, e che abbia lo scopo o l'effetto di distruggere o di compromettere il riconoscimento, il godimento o l'esercizio, in condizioni di parità, **dei diritti umani e delle libertà fondamentali** in campo politico, economico, sociale e culturale e in ogni altro settore della vita pubblica" (d. lgs. n.286 del 25 luglio 1998, art. 43).

In **Olanda** il termine "discriminazione", ai sensi dell'articolo 90 quater del codice penale olandese è definito come "ogni distinzione, esclusione, restrizione o preferenza, che possono avere come oggetto o effetto quello di distruggere o di compromettere il riconoscimento, il godimento o esercizio, in condizioni di parità, dei diritti umani e delle libertà fondamentali in campo politico, economico, sociale, culturale o in altri settori della vita sociale". La categoria 'razza', secondo il legislatore, con riferimento alla sentenza della Corte Suprema ai sensi dell'articolo 1 della Convenzione internazionale sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione razzista, comprende anche le distinzioni in base al **colore, la discendenza, l'origine nazionale o etnica**. Anche il codice penale olandese (1991) art 137, c-g definisce la discriminazione (a parte il sesso e l'orientamento sessuale) come legata alla "**razza, religione o convinzioni personali**".

Elementi comunicativi definiti come offensivi o come caso di discriminazione "razziale/etnica".

Nessuna delle leggi dei paesi partner RADAR include una definizione di oggetti/parole/espressioni/gesti/simboli etc. che costituiscono discriminazione o razzismo, tranne che in Polonia. In tal caso, l'interpretazione giuridica del reato presentata nel database ufficiale del Codice e gli articoli specifica che un insulto o una mancanza di rispetto di natura potenzialmente offensiva possono consistere in un gesto improprio, ad esempio rifiutando una stretta di mano. Il Codice penale polacco, inoltre, punisce l'incitamento all'odio per motivi di origine 'razziale', nazionale ed etnica, fede o la mancanza di fede. Si punisce la produzione, la vendita e il trasferimento di prodotti, che sono portatori di contenuto che promuove l'incitamento all'odio.

Secondo il Public Order Act (diritto pubblico del **Regno Unito**), una persona che pubblica o distribuisce materiale scritto che minaccia, offende o insulta è colpevole di un reato se: (a) intende in tal modo fomentare l'odio razzista, o (b) tenendo conto di tutte le circostanze l'odio razzista rischia di essere suscitato in tal modo.

È il lavoro del giudice che definisce quando, dove e come si svolge l'incitamento all'odio che suscita atteggiamenti negativi contro altre persone per il loro diverso colore della pelle, la religione o l'origine nazionale.

In ogni paese, i trasgressori possono essere puniti per le azioni con l'aggravante 'razziale', o l'aggravante 'razziale' può essere aggiunta come un'accusa ulteriore per altri reati (come omicidio, omicidio colposo, aggressione, etc.). Se un reato ha un'accusa di aggravante 'razziale', la sanzione (pena o pagamento etc.) è esteso, a seconda della gravità di quello che viene definito come 'ingiuria razziale'.

Il codice penale **olandese** definisce come offensivo e punibile "Una persona che pubblicamente, oralmente, per iscritto o per immagine, rende intenzionalmente una dichiarazione diffamatoria su un gruppo di persone a causa della loro razza, religione o convinzioni personali [...]" (art. 137c).

Categorie della collezione etnica/'razziale' usate nei testi giuridici per definire i motivi di discriminazione

In questa sezione sono commentati gli usi di categorie della collezione 'razziale'/etnica, come "di colore" (nelle proprie varianti nazionali), "nero", "bianco", etc. nei testi di legge (leggi e sentenze). È bene sottolineare che le categorie emergono da testi redatti dal gruppo socialmente dominante (cioè i maschi bianchi), che determinano il loro significato; in altre parole, uno stesso termine può avere una connotazione e un significato molto diverso quando è utilizzato in un gruppo sociale non dominante. Questo sarà chiarito di seguito.

Secondo ILO, IOM, OHCHR in *International Migration, Racism, Discrimination and Xenophobia* (2001), il razzismo e la xenofobia sono due concetti distinti. Secondo la definizione dell'organizzazione in questione, "Il razzismo è una costruzione ideologica che assegna a una certa razza e/o un gruppo etnico, una posizione di potere sugli altri, sulla base di attributi fisici e culturali, così come per la ricchezza economica, che coinvolge le relazioni gerarchiche in cui la razza 'superiore' esercita il dominio e il controllo sugli altri", mentre "la xenofobia descrive gli atteggiamenti, i pregiudizi e i comportamenti che rifiutano, escludono e spesso diffamano persone, sulla base della percezione che essi sono estranei o stranieri alla comunità, alla società o all'identità nazionale".

Il delicato termine "razza/razziale" è usato in ogni legge **italiana** ed in diverse leggi **greche** così come nelle loro rispettive costituzioni. Il termine "razza" in senso generico è, inoltre, utilizzato nel codice del lavoro in **Polonia**.

Al contrario, la legge del **Regno Unito** parla di presunta (da parte del trasgressore) "appartenenza alla razza o ad altri gruppi". Ciò significa che non ci può essere un gruppo 'razziale' definito (un gruppo di persone di origine africana, un gruppo di persone di origine asiatica, etc.), che avrebbe sperimentato il razzismo sulla base della loro (presunta) 'razza'. La legge **olandese** parla di "razza, religione o convinzioni personali", dove il termine "razza" comprende il riferimento al colore e all'etnia. In **Finlandia**, infine, i testi giuridici non usano termini relativi alla razza, ma "etnico" o "alieno".

In Italia nei testi giuridici si usano anche termini come: **di colore, discendenza, origine nazionale o etnica (o semplicemente "origine"), credenze e pratiche religiose**.

Lingua utilizzata nelle sentenze

Come risultato generale, dall'analisi delle sentenze nei sei paesi si può affermare quanto segue:

1. razza/razziale: Nelle sentenze è implicitamente affermato che esistono le "razze".

Tuttavia, non è chiaro se il termine "razze" si riferisce a qualcosa che esiste realmente o se si tratta di una mera classificazione sociale. Le leggi dovrebbero chiarire che il termine "razza" non rappresenta un "fatto", ma una classificazione costruita che non descrive alcuna realtà naturale e oggettiva.

In questi testi appare anche poco chiara la distinzione tra "razza" ed "etnicità": è possibile che "etnicità" è qui utilizzata per distinguere le persone che mantengono tratti culturali originali (come ad esempio l'etnia senegalese per un migrante nato in Senegal e soggiornante in Europa), mentre la parola "razza" viene utilizzata per identificare un certo tipo di migranti (in particolare con marcate differenze fisiche) o dei relativi discendenti di migranti che hanno perso i tratti culturali originali, ma sono ancora distinguibili soprattutto per il colore della loro pelle. Anche questa importante distinzione dovrebbe essere chiarita.

Le sentenze olandesi per il *Netherlands Institution for Human Rights* (Istituto olandese per i diritti umani) affermano che il Collegio "adotterà il concetto di razza, come definito nella 'Convenzione internazionale sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione razziale'. Il concetto di 'razza' include esplicitamente il colore, la discendenza e l'origine nazionale o etnica".

2. **Persona di colore/nero.** In un caso, un giudice italiano descrive la 'vittima' di un atto di odio come "persona di colore"²¹. Negli altri paesi partner le categorie utilizzate sembrano essere sempre le stesse per descrivere la motivazione per la discriminazione e l'odio: razza/origine etnica, origine nazionale, colore della pelle, discendenza, pratiche/credenze religiose e, in aggiunta nel Regno Unito e in Olanda, anche la nazionalità (inclusa la cittadinanza).

Per riassumere, l'unica definizione della parola "razza" che abbiamo è nella citata direttiva UE, dove il concetto di "razza" è in realtà definito da ciò che non lo è; non è un concetto biologico: "L'Unione europea respinge le teorie che tentano di determinare l'esistenza di razze umane distinte. L'uso del termine 'origine razziale' nella presente direttiva non implica l'accettazione di siffatte teorie".

Conclusioni

Tre punti critici emergono dalle osservazioni relative ai testi di legge:

- 1) se l' "Unione europea respinge le teorie che tentano di determinare l'esistenza di razze umane distinte", come detto sopra, che cosa intende il legislatore UE per tale concetto di 'razza' e perché questo è ancora in uso?
- 2) Perché "razza" e "origine etnica" ("gruppo etnico") vanno insieme? Hanno lo stesso significato?
- 3) Lo stesso deve essere fatto notare per il collegamento tra la fede e le pratiche religiose.

In rapporto ai testi delle sentenze può essere evidenziato un ulteriore punto critico: la prova discriminatoria è rilevata - se non è un attacco fisico o un'immagine - principalmente attraverso parole, espressioni, frasi, cioè attraverso le espressioni linguistiche; in un caso olandese anche dall'accento della persona. Anche per determinare se un attacco fisico è mera violenza fisica, senza intento razzista, o se la violenza fisica è motivata da un intento razzista, il giudice deve basare la propria decisione sulle parole espresse dal trasgressore. I messaggi non-verbali e paraverbali non vengono presi in considerazione, tranne in un caso in una sentenza polacca in cui anche i comportamenti non-verbali, come i gesti, possono essere considerati come offensivi sul terreno delle differenze etniche.

²¹ Nel contesto italiano non c'è distinzione tra l'espressione "colorato" e "di colore", come è invece nel contesto britannico. L'espressione "persona di colore" è spesso percepita come offensiva dalle persone interessate, come dagli africani; ma è percepita come gentile e ben educata da persone che utilizzano l'espressione al posto di "nero" nei confronti degli africani e in generale delle persone con una pelle più scura. Ma logicamente questa espressione non ha senso perché la pelle di ciascuno ha naturalmente un colore sia più scuro o più chiaro.

3.2 DIBATTITI SULLA DISCRIMINAZIONE, IL RAZZISMO E LA XENOFOBIA RISPETTO ALLE PRATICHE DI COMUNICAZIONE²²

Il progetto ha raccolto, esaminato e analizzato i dibattiti sulla discriminazione, il razzismo e la xenofobia relativi a pratiche di comunicazione rispetto a una vasta gamma di fonti dal punto di vista linguistico e sociologico (TV, articoli di giornale, social media etc.). La prima conclusione delle analisi è che nei paesi partner, il razzismo e la discriminazione sono temi discussi seriamente. In secondo luogo, ci sono molteplici fattori che hanno un impatto sulle opinioni e le reazioni delle persone nei confronti di migranti, uno dei quali è l'aumento, nel corso degli ultimi anni, del numero dei richiedenti asilo nell'Unione europea. Allo stesso tempo, in paesi che sono relativamente mono-nazionali, come ad esempio la Polonia, si è discusso se accettare o meno un numero maggiore di migranti nel paese. La maggior parte dei dibattiti, infine, non si riferisce a tutti i dati concreti; nel maggior numero dei casi i dibattiti si basano su esempi vaghi e ipotesi plausibili.

Per quanto riguarda le motivazioni del razzismo o di atteggiamenti discriminatori, in tutto il materiale raccolto è emerso chiaramente che essi sono condizionati principalmente dalla generale mancanza di conoscenza e consapevolezza, dall'esperienza limitata con la migrazione, come ad esempio in Polonia e in Grecia. Tuttavia, in alcuni paesi le motivazioni possono essere rintracciate, come emerge ad esempio nei *report* olandesi e britannici, nel passato e nel patrimonio coloniale; mentre in Finlandia alcuni personaggi pubblici fomentano sentimenti anti-migrazione per la mancanza di consapevolezza storica. *Hate speech* può anche essere un sostituto di un attacco fisico, ad esempio in Finlandia alcuni media giustificano sentimenti anti-migrazione dei finlandesi, perché questa è una nazione che è stata frequentemente invasa.

La migrazione e il suo impatto negativo sulla situazione economica dei singoli paesi è stata una questione sollevata in tutti i *report* dei partner, in particolare in Finlandia, Grecia e Polonia.

Allo stesso tempo, gruppi di migranti notano che per loro l'accesso al lavoro è molto più difficile che per gli abitanti nati nei paesi di immigrazione (Olanda, Regno Unito e Polonia). Il rapporto britannico sui dibattiti, inoltre, attira la nostra attenzione sull'esistenza del razzismo strutturale che è un sistema di disuguaglianza che avvantaggia i 'bianchi'. Il razzismo strutturale è implicito, e quindi più difficile da individuare e dimostrare, rispetto a ciò che è stato tradizionalmente considerato come il razzismo, ad esempio, la 'segregazione razziale' o gli atti di violenza a sfondo razzista.

In modo simile, quasi tutti i partner del progetto hanno evidenziato il pericolo del razzismo latente, cioè di un atteggiamento di pregiudizio che non è visibile nelle parole o nelle azioni, ma uno che si manifesta quando qualcuno rifiuta gli stereotipi a livello conscio, ma inconsciamente ha associazioni negative per determinati gruppi. Questo tipo di razzismo potrebbe essere il risultato di una politica anti-razzista, la cosiddetta "correttezza politica" che ha proibito l'uso di un certo linguaggio discriminatorio nella sfera pubblica, per esempio le parole: "nero", "negro", "razza".

Questo perché una tale politica non porta direttamente alla tolleranza dei gruppi di minoranza, ma li rende più invisibili, non chiaramente espresso. Il partner britannico mette in evidenza che: liberarsi di tutti i riferimenti 'razziali' non significa fermare il razzismo, significa solo che esso è ancora più celato. Un'altra citazione dal rapporto britannico è molto eloquente:

²² Analisi dei Dibattiti RADAR (Project Report) di Anna Szczepaniak-Kozak (see in: <http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?curdirpath=%2FDEBATES&cidReq=RAD01>).

L'ideologia "razza-neutrale" è problematica perché: cancella le esperienze culturali del colore, la realtà delle loro vite e l'oppressione che devono affrontare. In realtà affrontare il problema nel modo "razza-neutrale" non ci aiuta, perché il problema non è neutrale. Il problema è nella gerarchia razziale che privilegia chi tra di noi ha la pelle più chiara.

Razzismo o discriminazione latente possono anche assumere una forma simbolica, che si manifesta, per esempio, nel coinvolgimento in una squadra di progetto o di opinione di un paio di neri/'persone di colore' per barrare una casella o per soddisfare determinati criteri, senza prendere davvero in considerazione la diversità di voci (rapporto britannico). Lo stesso vale per le procedure di lavoro in alcune società.

Un fatto particolarmente preoccupante è che, per esempio, in Olanda e nel Regno Unito, le forze dell'ordine sono state coinvolte in atti di violenza contro migranti e che in alcuni casi i tribunali hanno rimandato la sentenza. Inoltre, in Olanda, le punizioni per atti criminali commessi da persone che non sono nate olandesi sembrano essere molto più severe e acute di quelle che riguardano i trasgressori olandesi autoctoni, basandosi soltanto sull'origine, l'aspetto o il colore della pelle. Allo stesso tempo, i crimini d'odio razzista sono significativamente meno puniti.

Infine, il crimine d'odio online è molto diffuso e difficile da perseguire. La questione della tutela giuridica contro le espressioni di odio in un ambiente virtuale richiederà nel prossimo futuro la dovuta attenzione.

A causa del flusso migratorio previsto molti dibattiti sollevano la questione dei presunti pericoli legati all'aumento del numero di stranieri. La migrazione come motivazione dell'aumento della criminalità è stato menzionato nei rapporti provenienti da Grecia, Finlandia e Italia. Sono solitamente espressi anche i timori di terrorismo e la privazione dei posti di lavoro. I musulmani e gli arabi in generale, sono spesso citati in questo contesto, e gli esempi del Regno Unito e la Francia sono stati molto spesso un "avvertimento".

Nel Regno Unito, in Polonia e Grecia uno dei temi dibattuti è il linguaggio usato per riferirsi a stranieri e migranti, vale a dire quali parole/frasi sono anti-razziste. Ad esempio, in questi paesi alcune opinioni sostengono che i "madrelingua" devono decidere se certi nomi tradizionali sono da usare oppure no. Questo è motivato come questione di libertà di parola. Ciò significa: alcuni abitanti locali rappresentano il punto di vista "madrelingua", che dovrebbe decidere se certe forme linguistiche sono maleducate/aggressive o no. In modo simile, alcuni dibattiti sollevano la questione di ciò che è più importante: un comportamento educato o una espressione emotiva? Il rapporto olandese, inoltre, si concentra sulla questione dell'uso del linguaggio e sull'influenza delle feste tradizionali celebrate in pubblico, come critica alla promulgazione degli stereotipi. In Polonia, invece, ci sono numerosi proverbi in cui una persona definita "di colore" diventa il simbolo di ignoranza, arretratezza e pigrizia.

Il potere di manipolazione del linguaggio è molto spesso evidenziato unitamente al fatto che certi termini usati per descrivere la migrazione e le minoranze non sono più adeguati per descrivere la situazione in Europa. Con il nuovo afflusso di migranti provenienti dalla Siria, che hanno prevalentemente il colore della pelle chiara, il contrasto 'bianco-nero' non è più utile per parlare dei 'padroni di casa' e 'ospiti' in ingresso.

Inoltre in tutti *report* è ipotizzato che le discussioni pubbliche non dovrebbero più essere costruite intorno al colore della pelle. Come cita il rapporto britannico: "Il 'Non-bianco' dovrebbe essere dato alle fiamme. Si pone al centro il bianco come un sole attorno al quale siamo condannati a restare in orbita, sempre definito da una mancanza." Allo stesso tempo, il ruolo dei media nello sviluppo/cambiamento degli atteggiamenti delle persone e di un nuovo uso del linguaggio nello spazio pubblico è evidenziato in tutti i *report* dei partner del progetto.

È anche ben evidenziato dai *report* dei partner che, nel mondo contemporaneo, l'identità di una persona non è quasi mai costruita attorno a categorie semplificate, tra cui la nazione o il luogo di provenienza. Piuttosto nel mondo di oggi, le persone si definiscono attorno a molteplici identità, nelle quali risuonano i propri luoghi di residenza, le proprie esperienze professionali e le lingue parlate. Il termine intersezionalità,

proposto dal partner britannico, sembra cogliere bene l'essenza di questo fenomeno. Per intersezionalità si intende una combinazione di molti aspetti dell'identità di qualcuno, come modo più preciso per guardare una persona, ad esempio, donna E nera, asiatico E gay, nero E musulmano E gay, etc. La stessa questione è stata sollevata dal partner italiano, ma senza produrre un'etichetta.

In alcuni paesi, infine, ci sono iniziative o pratiche che sono degne di nota, come ad esempio in Grecia e in Polonia, campagne di sensibilizzazione o serie TV che mostrano le difficoltà dei migranti promuovendo la loro inclusione, invitando, in questo modo, le persone a reagire contro il razzismo quando questo si manifesta davanti ai loro occhi. In Finlandia 10.000 finlandesi hanno firmato una petizione che condanna il modo in cui i politici finlandesi hanno gestito la questione dei rifugiati, ricordando il valore dei diritti umani fondamentali e la necessità di aiutare chi è nel bisogno.

3.3 INTERVISTE A PERSONE CHE HANNO VISSUTO ESPERIENZE DI RAZZISMO²³

Le interviste e la raccolta di testimonianze dirette o indirette su episodi di razzismo e relativa discriminazione sono state effettuate in Finlandia, Grecia, Italia, Olanda, Polonia e Regno Unito con lo scopo di: 1) stabilire tra i 6 paesi del progetto RADAR, modelli e temi comuni rispetto agli atteggiamenti razzisti, impliciti o espliciti, a livello interpersonale o istituzionale; 2) esplorare l'impatto delle parole, gesti, sguardi, atteggiamenti etc. offensivi su chi li ha subiti; 3) creare una base per la realizzazione del materiale di formazione del progetto.

1. DISCRIMINAZIONE INTERPERSONALE

Tra i paesi partner sono state identificate tre tendenze principali: abuso fisico e verbale, abuso verbale palese e altri trattamenti discriminatori, come i commenti e le azioni che ritraggono stereotipi e pregiudizi sulla base dell'aspetto, dell'origine etnica, della religione o nazionalità.

2. DISCRIMINAZIONE ISTITUZIONALE

Nei casi di discriminazione istituzionale, la discriminazione sul posto di lavoro è stata segnalata in Finlandia e in Olanda, la discriminazione da parte della polizia è stata segnalata in Polonia, Finlandia e Grecia, mentre la discriminazione in contesti educativi è stata segnalata nel Regno Unito, in Italia e Olanda. Gli intervistati nel Regno Unito hanno anche menzionato le differenze tra le aree rurali, le aree urbane più grandi e più piccole anche se con opinioni contrastanti. Ci sono state esperienze di discriminazione rispetto ai fornitori di servizi e altri che abusano della loro posizioni di potere, come dirigenti, insegnanti, datori di lavoro, operatori sanitari e agenti di polizia.

3. PAROLE E AZIONI OFFENSIVE

Rispetto alle parole offensive utilizzate ci sono somiglianze tra tutti i paesi: "musulmano, Ebola, negro, persona di colore (coon), sporco negro, 'occhi a mandorla' (chinky), scimmia, babbuino, sporco, terrorista, torna nella giungla"

I commenti che conducono ad atteggiamenti e pregiudizi discriminatori più spesso riscontrati da chi li ha subiti includono:

- «I tipi come te», viene considerato come un oggetto
 - «Torna a casa»
 - «Tu non sei di qui»
- Rumori, gesti ed espressioni includono:
- Versi di scimmia
 - Saluti nazisti (caso polacco)

²³ Analisi delle interviste RADAR (Project Report) di Katerina Strani and Eloisa Monteoliva.

- Twerking (dando per scontato che i 'neri' debbano ballare questa specifica danza)
- Fissare
- Violazione delle regole di cortesia: maleducazione, durezza, essere diretti.

4. PERCEZIONI DEL RAZZISMO NEI PAESI STUDIATI

Finlandia

Gli intervistati in Finlandia hanno dichiarato che "si tratta di una società piuttosto razzista, in particolare contro il popolo africano". Gli intervistati hanno evidenziato un particolare odio contro i somali, gli altri africani e tutti i musulmani, e che "somalo" è talvolta usato come un termine dispregiativo per definire tutti gli africani neri. Il razzismo in Finlandia, tuttavia, è di solito nascosto e passivo. Gli stranieri vengono ignorati, rifiutati o discriminati, ma questo non è mai fatto in pubblico. L'uso di Internet come piattaforma per esprimere pensieri razzisti è menzionato anche da parte di alcuni intervistati

Grecia

Gli intervistati hanno sottolineato che gli attacchi razzisti esistevano molto prima della crisi e dell'ascesa di Alba Dorata nella politica *mainstream*. Essi affermano che solo l'abuso fisico è diminuito, ma che gli attacchi razzisti da parte della polizia continuano ancora.

Italia

Gli intervistati hanno dichiarato che il razzismo esiste nella vita di tutti i giorni rispetto alle diversità nazionali, religiose ed etniche. Si esprime apertamente al punto di dire "Sud, nero o Islam è come dire povertà, malattie, pericolo".

Olanda

La maggior parte delle persone intervistate indica atti discriminatori subiti da loro perché musulmani o a causa della propria origine. Essi attribuiscono questo all'influenza di atteggiamenti negativi nei media, in particolare contro i marocchini.

Polonia

In Polonia, il razzismo istituzionale è il più ampiamente riportato tra gli intervistati. Sono anche state evidenziate tensioni tra gruppi di migranti (bielorussi/ucraini, arabi/africani). Un intervistato ha anche dichiarato che la Polonia è "un paese grande e sicuro", ma che c'è un "razzismo nascosto" nelle aziende.

Regno Unito

Gli intervistati del Regno Unito affermano che il razzismo è più evidente nelle comunità rurali più piccole e che la discriminazione è mirata "contro chi non è inglese". Londra è un caso particolare, a causa delle differenze tra i membri di minoranze nati a Londra e migranti. La Scozia e altri luoghi sono ritratti come molto più amichevoli di Londra - al punto che "avevo dimenticato che ero uno straniero". Altri intervistati affermano che, mentre Edimburgo è multiculturale e tollerante, un luogo in cui sono felici di vivere, c'è ancora un "razzismo nascosto" che diventa evidente solo quando si inizia a parlare con le persone e queste inconsciamente esprimono le proprie opinioni e pregiudizi. Uno degli intervistati, infine, ha sottolineato la questione di classe e ha descritto il Regno Unito come un paese multiculturale e tollerante quando si tratta di 'razze' e gruppi etnici. Se una persona di diversa origine etnica appartiene alla stessa classe è considerato come britannico, quindi non ci sono problemi tra di loro. Il problema sorge quando qualcuno appartiene a una classe inferiore e quindi non è visto da pari a pari.

5. ALCUNE CONCLUSIONI

I *report* relativi ai 6 paesi partner contengono esempi di collocazione e differenziazione di classe. Negli insulti razzisti, c'è la tendenza di mettere in relazione 'etnia' con 'classe sociale': i migranti sono spesso collocati in una classe inferiore a causa della loro origine, religione, identità nazionale o status politico. Nel pensiero razzista un diverso colore della pelle di solito significa uno status diverso.

A causa di questo le competenze, le qualifiche, l'identità, le conoscenze e i valori dei migranti/ minoranze etniche possono essere considerati inferiori, di classe inferiore, fino al punto di ricevere un trattamento ingiusto sul lavoro o non avendo le stesse opportunità dei bianchi appartenenti al gruppo nazionale /sociale dominante. Come dimostrato dalle interviste olandesi, finlandesi e del Regno Unito è molto rilevante che il bullismo e i commenti razzisti a scuola sono ancora oggi prevalenti.

Sono anche importanti le nozioni di spazio e dimensione, rispetto alle quali il razzismo è segnalato per essere più frequente nei luoghi più piccoli. I rapporti tra gruppi di migranti a volte possono essere anche una fonte di tensione, come abbiamo visto nel caso della Polonia, del Regno Unito e della Grecia. Il ruolo dei media è considerato cruciale da molti intervistati nel ritrarre atteggiamenti e stereotipi razzisti, ad esempio nel Regno Unito «Il mio matrimonio zingaro», «I rumeni stanno arrivando», «Le cose che non diciamo sulla razza sono vere» e in Polonia, dove uno degli intervistati dice che "l'Africa è mostrata agli europei come un paese povero, mentre l'Europa è mostrata agli africani come un paradiso".

Per quanto riguarda i crimini d'odio o gli insulti razzisti, i casi sono in gran parte non dichiarati. È interessante notare che nessuno degli intervistati ha risposto con un secco no alla domanda se il proprio Paese fosse un paese razzista. Tutti gli intervistati si sono mostrati critici anche se hanno vissuto esperienze positive o incidenti isolati di razzismo.

4 ANALISI DELLE DIVERSE PRATICHE COMUNICATIVE

ESEMPI DI ANALISI

Il team del progetto RADAR ha avviato la raccolta e l'analisi di diversi elementi della comunicazione, relativi a pratiche di comunicazione razzista e xenofoba tratti da giornali, pubblicità, propaganda, trasmissioni televisive e social media. L'obiettivo è stato quello di identificare e comprendere i meccanismi delle pratiche di comunicazione motivate dall'odio e che producono odio nelle proprie articolazioni di tecniche, procedure e strategie che veicolano messaggi verbali, paraverbali (voce), non-verbali (linguaggio del corpo) e visivi (immagini, simboli, colori, forme) sia nei discorsi sia nelle interazioni tra scritto e parlato.

Per questo motivo è stata effettuata l'analisi di sessanta casi di studio per ciascun paese partner, vale a dire Finlandia, Grecia, Italia, Olanda, Polonia e Regno Unito su:

1. 20 articoli di giornali
2. 20 immagini dal contesto pubblicitario (cioè spot pubblicitari)
3. e/o immagini da un altro contesto (per lo più immagini di propaganda)
4. video pubblicitari
5. altri video
6. talkshow
7. 5 sequenze di post/discorsi sui social media

Le pagine seguenti contengono collegamenti alle analisi di elementi selezionati tratti dalle 7 pratiche di comunicazione indicate per tutti i sei paesi partner: Finlandia, Grecia, Italia, Olanda, Polonia e Regno Unito.

4.1 TESTI SCRITTI

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FWRITTEN_TEXTS

- per la Finlandia: Analisi dei Giornali FI/13
- per la Grecia: Analisi dei Giornali GR/19
- per l'Italia: Analisi dei Giornali IT/10
- per i Paesi Bassi: Analisi dei Giornali NL/3
- per la Polonia: Analisi dei Giornali PL/1
- per il Regno Unito: Analisi dei Giornali UK/2

4.2 IMMAGINI PUBBLICITARIE

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FADVERTISE_MENT_PICTURES

- per la Finlandia: Analisi dell'immagine pubblicitaria FI/10
- per la Grecia: Analisi dell'immagine pubblicitaria GR/1

- per l'Italia: Analisi dell'immagine pubblicitaria IT/18
- per i Paesi Bassi: Analisi dell'immagine pubblicitaria NL/5
- per la Polonia: Analisi dell'immagine pubblicitaria PL/1
- per il Regno Unito: Analisi dell'immagine pubblicitaria UK/3

4.3 ALTRE IMMAGINI

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FPICTURES

- per la Finlandia: Analisi dell'immagine pubblicitaria FI/3
- per la Grecia: Analisi dell'immagine pubblicitaria GR/12
- per l'Italia: Analisi dell'immagine pubblicitaria IT/5
- per i Paesi Bassi: Analisi dell'immagine pubblicitaria NL/8
- per la Polonia: Analisi dell'immagine pubblicitaria PL/9
- per il Regno Unito: Analisi dell'immagine pubblicitaria UK/13

4.4 VIDEO PUBBLICITARI

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FADVERTISEMENT_VIDEOS

- per la Finlandia: Analisi dell'immagine pubblicitaria FI/3
- per la Grecia: Analisi dell'immagine pubblicitaria GR/2
- per l'Italia: Analisi dell'immagine pubblicitaria IT/1
- per i Paesi Bassi: Analisi dell'immagine pubblicitaria NL/1
- per la Polonia: Analisi dell'immagine pubblicitaria PL/1
- per il Regno Unito: Analisi dell'immagine pubblicitaria UK/4

4.5 ALTRI VIDEO

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FVIDEOS

- per la Finlandia: Analisi Video FI/1
- per la Grecia: Analisi Video GR/9

- per l'Italia: Analisi Video IT/1
- per l'Olanda: Analisi Video NL/1
- per la Polonia: Analisi Video PL/4
- per il Regno Unito: Analisi Video UK/1

4.6 TALKSHOWS

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FTALK_SHOWS

- per la Finlandia: Analisi dei Talkshow FI/1
- per la Grecia: Analisi dei Talkshow GR/5
- per l'Italia: Analisi dei Talkshow IT/5
- per l'Olanda: Analisi dei Talkshow NL/2
- per la Polonia: Analisi dei Talkshow PL/3
- per la Gran Bretagna: Analisi dei Talkshow UK/4

4.7 SEQUENZE DI POST

http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&curdirpath=%2FCOMMUNICATION_PRACTICES%2FPOSTS

- per la Finlandia: Analisi dei post FI/4
- per la Grecia: Analisi dei post GR/5
- per l'Italia: Analisi dei post IT/1
- per l'Olanda: Analisi dei post NL/5
- per la Polonia: Analisi dei post PL/2
- per la Gran Bretagna: Analisi dei post UK/1

5 PROCESSI DI COMUNICAZIONE RAZZISTI E XENOFABI

In questa sezione saranno spiegati diversi processi di comunicazione razzista e xenofoba motivati da odio (cioè motivati dall'odio e che producono odio) emersi dalle analisi delle pratiche di comunicazione sopra elencate:

1. articoli di giornali
2. immagini pubblicitarie (cioè spot pubblicitari)
3. immagini da altri contesti (per lo più immagini di propaganda)
4. video pubblicitari
5. altri video
6. talkshow
7. sequenze di post/discorsi da social media.

Abbiamo identificato i seguenti 25 processi di comunicazione orientati dall'odio (questo elenco non è esaustivo):

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| 1. Animalizzazione | 14. Militarizzazione |
| 2. Banalizzazione | 15. Nationalizzazione |
| 3. Criminalizzazione | 16. Paternalizzazione |
| 4. Deumanizzazione | 17. Fisiognomizzazione |
| 5. Demonizzazione | 18. Polarizzazione |
| 6. Denigrazione | 19. Razializzazione |
| 7. Etnicizzazione | 20. Reificazione |
| 8. Esclusione dalla cittadinanza | 21. Religionizzazione |
| 9. Umiliazione | 22. Ridicolizzazione |
| 10. Infantilizzazione | 23. Sensazionalizzazione |
| 11. Intimidazione | 24. Sessualizzazione |
| 12. Minimalizzazione | 25. Vittimizzazione |
| 13. Missionalizzazione | |

In ciascuno dei diversi processi di comunicazione possiamo distinguere tra **tecnica** di comunicazione, **procedura** e **strategia** (sulla base di una distinzione operata nell'Analisi della Conversazione, vedi Klein 2006: 225-226 e 343). Questi termini possono essere anche trasferiti in una più ampia attività comunicazionale, mettendo in evidenza diversi aspetti dello stesso oggetto di comunicazione che è stato identificato. Per **tecnica**, si intende l'attuazione di un fenomeno di comunicazione effettuata dal comunicatore (ciò che viene utilizzato: una parola, una frase, un'immagine, un particolare tono di voce, un gesto, uno sguardo, un simbolo, un'immagine etc.); la definizione di **procedimento**, nel senso più ampio, evidenzia il metodo di applicazione di una tecnica nel suo sviluppo sequenziale e contestuale (come, dove e quando si utilizza la tecnica); il termine **strategia** evidenzia il metodo usato per raggiungere uno scopo comunicativo specifico (perché si usa la tecnica).

Di seguito proponiamo un'analisi di 25 processi di comunicazione orientati all'odio. È importante sottolineare che questi processi possono sovrapporsi o talvolta includersi reciprocamente. Un esempio di inclusione può essere utilizzato anche per l'animalizzazione, così come la reificazione per i processi di disumanizzazione. Un esempio di sovrapposizione può essere a volte la paternalizzazione e la denigrazione, o la demonizzazione e la criminalizzazione. Per dimostrare questo, in alcuni casi abbiamo utilizzato gli stessi esempi come risultato di diversi processi di comunicazione.

È importante sottolineare che ci occupiamo esclusivamente di pratiche di comunicazione razziste, ma alcuni dei processi e delle pratiche di comunicazione individuati si possono trovare anche in altre dimensioni della discriminazione come quelle legate all'orientamento sessuale, al genere, all'età, alla disabilità, etc.

1. Animalizzazione

Tecnica: associare un essere umano a una scimmia

Procedura: mostra l'immagine di un politico donna francese (Toubira) associata a un'immagine di un cucciolo di scimmia

Strategia: innescare un processo degradante dall'altro

Esempio: <http://www.rfi.fr/france/20131020-christiane-taubira-fn-anne-sophie-leclere-riposte-meurtriere-mortifere/>



2. Banalizzazione

Tecnica: banalizzare la questione dell'immigrazione e del razzismo sulla base di una caratteristica specifica di un dato gruppo - i migranti - "ha la fortuna <<FAST: di non doversi truccare come noi che siamo>>"

Procedura: contro-argomentazione nel corso di una conversazione in un talkshow; la frase è eseguita in un ritmo più veloce

Strategia: innescare un processo di subordinazione dell' "altro"

Esempio: da un talkshow televisivo italiano



3. Criminalizzazione

Tecnica: giustapposizione arbitraria tra una nazionalità e un atto criminale "Al bar con la droga per i clienti: denunciato un clandestino albanese"

Procedura: riportato in un titolo di giornale

Strategia: creare, nell'opinione pubblica, sentimenti di paura e di pericolo in relazione ai migranti

Esempio: da un giornale italiano

The screenshot shows the website **emmelle.it** with the tagline "perchè ragionato è meglio". The main navigation bar includes "Prima Pagina", "Sport", "Territorio", "Questa settimana è andata così", and "Emmelle Comunicazione". A secondary navigation bar lists "Cronaca", "Economia", "Politica", "Scienze", and "Spettacolo". The breadcrumb trail reads: "Ti trovi in: Notizie Abruzzo » Notizie Cronaca » Al bar con droga per i clienti, denunciato un clandestino albanese". Social sharing options for "Invia", "Stampa", "RSS", "Tweet", and "Share" are visible. The article title is "Al bar con droga per i clienti, denunciato un clandestino albanese" with a sub-headline "Cronaca »". The text begins with "Al vaglio dei carabinieri la lista dei clienti ricostruita dal cellulare sequestrato. Alloggiava in un appartamento locato in nero" and "26 ottobre 2015". The location is "Teramo - Teramo". The main text starts with "TERAMO - Si era presentato all'appuntamento con i clienti in un bar di Sant'Egidio alla Vibrata portando con sé 12 confezioni di cocaina pari a circa un grammo ciascuna. Per dimostrare il profilo di "onesto" spacciatore si era portato anche un bilancino di precisione per ripesare la dose prenotata. Peccato però che il pusher, un albanese clandestino di 20 anni, non sapesse che fra i clienti del bar c'erano anche i carabinieri della locale stazione in borghese che sapevano dell'attività dell'uomo e del suo ritrovo. Così lo spacciatore extracomunitario è stato accerchiato nel fuggi fuggi dei clienti, bloccato e perquisito. Nonostante la flagranza, lo spacciatore è stato denunciato per spaccio di sostanze stupefacenti e clandestinità in Italia. In caserma, il cellulare dell'albanese continuava a ricevere sms di prenotazione degli stupefacenti. Per questo, il telefonino gli è stato sequestrato per verificare a chi fosse intestato e per avere i tabulati telefonici tesi alla verifica della eventuale lista clienti. Quando poi i carabinieri sono andati a casa sua, hanno scoperto che condivideva l'appartamento con un connazionale (anche lui clandestino e per". A blacked-out area at the bottom contains a cookie notice: "za cookies di profilazione di terze parti in linea con le preferenze manifestate dall'utente nell'ambito della navigazione sul sito fornito il vostro consenso all'utilizzo dei cookies. Per ulteriori informazioni e negare il consenso a tutti".

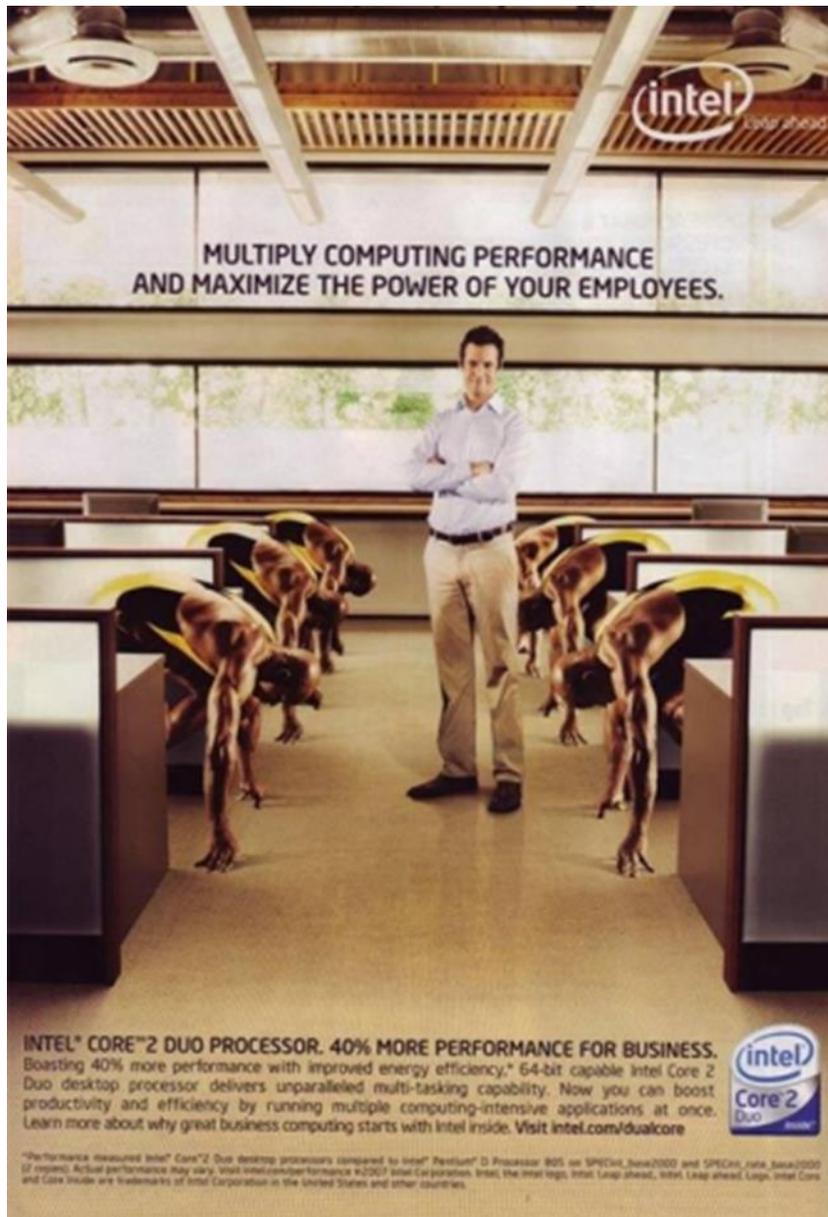
4. Deumanizzazione

Tecnica: giustapposizione tra bianco e nero, rispettivamente identificati come comandante e schiavo. In questo esempio, i 'neri' rappresentano macchine pronte per la performance di un computer: "Moltiplicare le prestazioni di calcolo e massimizzare la potenza dei vostri dipendenti"

Procedura: ritrae i "neri" identici, senza caratteristiche umane, come macchine pre-impostate per fare una cosa specifica: servire il padrone "bianco" e aiutarlo a far crescere il suo business.

Strategia: per disumanizzare i dipendenti 'neri' trasmettendo l'idea che loro sono buoni solo per la fatica 'fisica' e meccanica, ma che è necessario un uomo 'bianco' per gestire la società

Esempio: da una immagine pubblicitaria nel Regno Unito



The advertisement shows a man in a light blue shirt and khaki trousers standing in the center of a classroom. He has his arms crossed and a serious expression. In the foreground, several monkeys are sitting at desks, hunched over as if working. The classroom has a wooden ceiling with an Intel logo and a banner that reads "MULTIPLY COMPUTING PERFORMANCE AND MAXIMIZE THE POWER OF YOUR EMPLOYEES." The Intel logo is also visible in the top right corner. At the bottom, there is a text block and the Intel Core 2 Duo logo.

INTEL® CORE™2 DUO PROCESSOR. 40% MORE PERFORMANCE FOR BUSINESS.
Boasting 40% more performance with improved energy efficiency,* 64-bit capable Intel Core 2 Duo desktop processor delivers unparalleled multi-tasking capability. Now you can boost productivity and efficiency by running multiple computing-intensive applications at once. Learn more about why great business computing starts with Intel inside. Visit intel.com/dualcore

*Performance measured Intel® Core™2 Duo desktop processors compared to Intel® Pentium® D Processor 805 on SPECint_rate_base2000 and SPECint_rate_base2000 (if enabled). Actual performance may vary. Visit intel.com/performance #2007 Intel Corporation. Intel, the Intel logo, Intel Leap ahead, Intel Leap ahead Logo, Intel Core and Core Inside are trademarks of Intel Corporation in the United States and other countries.

5. Demonizzazione

Tecnica: "avere una quinta colonna che vive nei nostri paesi, trattenere il passaporto di chi ci odia".

Procedura: Nigel Farage accusa il multiculturalismo per le aggressioni terroristiche a Parigi e promuove la paura e la rabbia contro coloro che minacciano la democrazia.

Strategia: creare, nell'opinione pubblica, sentimenti di paura e di pericolo in relazione ai migranti e rifugiati

Esempio: da un video del Regno Unito

http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/article11332680.ece#oid=FwcDhvcjqbUPrwRlfs_Ep5E_kmEaObXc



6. Denigrazione

Tecnica: stabilire un rapporto deterministico tra alcune abilità e uno specifico gruppo etnico "alcuni sono nati per ballare, altri per vendere appartamenti"

Procedimento: *claim* in una immagine pubblicitaria che divide chiaramente i due diversi "mondi" dei ballerini e venditori immobiliari, evidenziati da una linea di demarcazione nel centro della foto

Strategia: ridurre la soggettività di ogni persona nella generalizzazione basata su aspetti etno-culturali o nazionali

Esempio: da una immagine pubblicitaria nel Regno Unito

<http://www.urban75.org/blog/utterly-moronic-racist-nonsense-advertising-by-notting-hill-estate-agents-strutt-parker/>



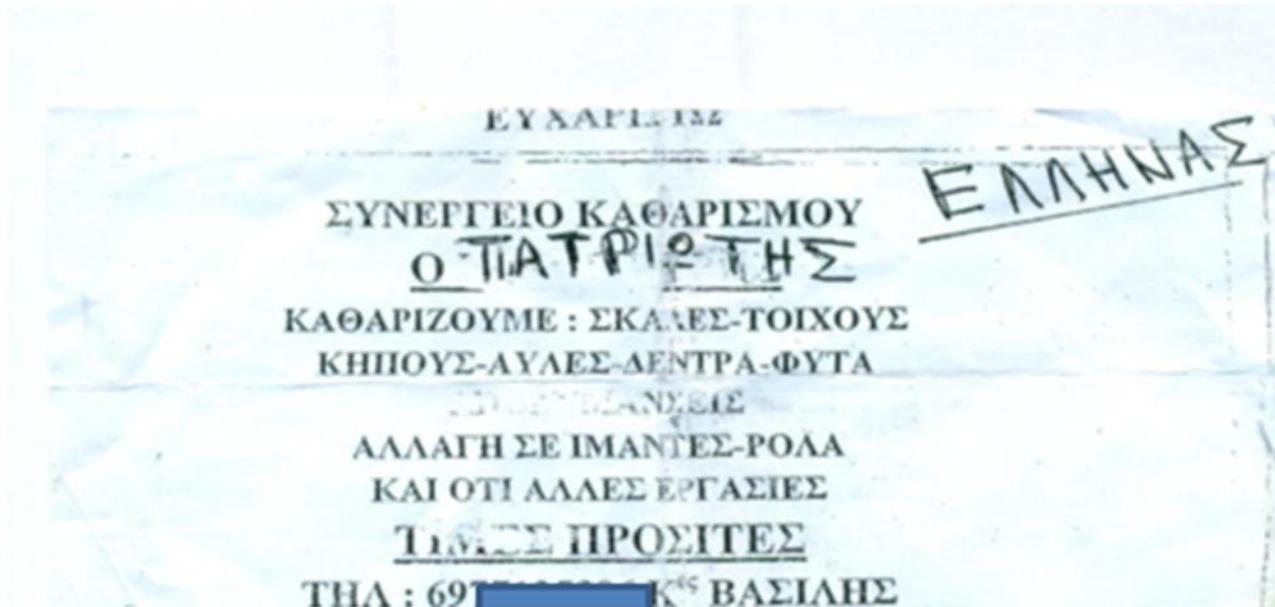
7. Etnicizzazione

Tecnica: opposizione tra l'identità greca e l'identità dei migranti, "Il patriota"

Procedura: Il marchio del servizio di pulizia e manutenzione è "Il patriota" ed è scritto a mano come se fosse stato cambiato, mentre a lato, sempre scritta a mano è sottolineata la parola "greco"

Strategia: sottolineare la priorità per l'assunzione di professionisti greci e non di migranti che potrebbero svolgere la stessa professione per esempio offrire servizi di pulizia.

Esempio: da una foto pubblicitaria greca



8. Esclusione dalla cittadinanza

Tecnica: "avere una quinta colonna che vive nei nostri paesi, trattenere il passaporto di chi ci odia".
Procedura: Nigel Farage accusa il multiculturalismo per le aggressioni terroristiche a Parigi e fomentando la paura e la rabbia contro coloro che minaccerebbero la democrazia.

Strategia: creare, nell'opinione pubblica, sentimenti di paura e di pericolo in relazione ai migranti e rifugiati

Esempio: da un video del Regno Unito

http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/article11332680.ece#oid=FwcDhvcjqbUPrwRlfs_Ep5E_kmEaObXc



9. Umiliazione

Tecnica: descrivere i ladri in base alla nazionalità (come lituani), "Litouwers op A1 aangehouden voor woninginbraak Apeldoorn" (lituani arrestati per furto con scasso cassa A1 (autostrada nr) Apeldoorn)

Procedura: riportato in un titolo di giornale

Strategia: creare nell'opinione pubblica un'associazione stereotipata tra un determinato gruppo di persone, vale a dire i ladri, e un determinato paese

Esempio: da un giornale olandese

Litouwers op A1 aangehouden voor woninginbraak Apeldoorn

17 maart 2015 | Laatste update: 17 maart, 12:10

1 REAGEER (2)   



dimmi qualcosa



13 elementi



PRIVACY



ameu



elezio



594



10. Infantilizzazione

Tecnica: rappresentare qualcuno come una vittima "È un peccato che una preghiera non possa illuminare la pelle".

Procedura: immagine da un giornale cattolico che parlando del potere della preghiera mostra un bambino dalla pelle scura in una postura di preghiera con molti testi intorno, promuovendo la pratica di riti cattolici in una postura obbediente

Strategia: mostrare le persone dalla pelle scura come poveri e come vittime del loro colore della pelle, quindi in una posizione di inferiorità

Esempio: da una immagine polacca

bibsy.pl 100 obraczków na minutę

NIEDZIELA
XXXII zwykła
9 listopada 2008 r.
Bogu na chwałę

Nierozsądne wzięły lampy, ale nie wzięły z sobą oliwy.
Roztropne zaś razem z lampamiabrały również oliwę
w naczyniach (Mt 25, 3–4)

SZKODA, ŻE MODLITWA NIE
ROZJAŚNIA TAKŻE SKÓRY



Lampa bez oliwy jest ciemna.
Człowiek bez modlitwy też.

Mt 25, 1–13

**Ulotka rozdawana przez pewien
Kościół w 2008 roku.**

Szkoda, że modlitwa nie rozjaśnia także skóry – dowiedzieli się
dzieci z rozdawanej w poznańskich kościołach ulotki „Małego
Gościa Niedzielnego”. Obrazek ilustrujący taką życiową mądrość
przedstawia wyglądające przez okno, czarnoskóre dziecko.

11. Intimidazione

Tecnica: "non viene più in Italia, non c'è lavoro né futuro"

Procedure: video di propaganda di un partito di destra che utilizza migranti di diversa provenienza che vivono in Italia

Strategia: creare nei migranti sentimenti di paura per scoraggiarli a emigrare in Italia

Esempio: da un video italiano



12. Minimalizzazione

Tecnica: minimizzare l'accusa di essere razzista, "questo non ha nulla a che fare con il razzismo"

Procedimento: in un talkshow una politica di destra accusata, muove le mani e scuote la testa mostrando una certa agitazione; scandisce, inoltre, le parole in modo forte che per dare maggior valore alle sue parole (#MUOVE LE MANI SCUOTENDO LA TESTA << SCANDENDO: questo non ha nulla a che fare con il razzismo>> perché c'è un conge- ci posso dire che devo contenere l'immigrazione\ *); Ciò è confermato anche da una intonazione bassa al termine del passaggio ed una successiva pausa

Strategia: giustificare la posizione politica del suo partito contro l'immigrazione.

Esempio: da un talk show della TV italiana



13. Missionalizzazione

Tecnica: rappresentare qualcuno un come una vittima "E 'un peccato che una preghiera non possa illuminare la pelle".

Procedura: imagine da un giornale cattolico che parlando del potere della preghiera mostra un bambino dalla pelle scura in una postura di preghiera con molti testi intorno promuovendo la pratica di riti cattolici in una postura obbediente

Strategia: mostrare le persone dalla pelle scura come poveri e come vittime del loro colore della pelle, quindi in una posizione di inferiorità

Esempio: da una immagine polacca

bibsy.pl 100 stronów na minutę

NIEDZIELA

XXXII zwykła
9 listopada 2008 r.

Bogu na chwałę

Nierozsądne wzięły lampy, ale nie wzięły z sobą oliwy.
Roztropne zaś razem z lampamiabrały również oliwę
w naczyniach (Mt 25, 3-4)



Lampa bez oliwy jest ciemna.
Człowiek bez modlitwy też.

Mt 25, 1-13

Ulotka rozdawana przez pewien Kościół w 2008 roku.

Szkoda, że modlitwa nie rozjaśnia także skóry – dowiedziały się dzieci z rozdawanej w poznańskich kościołach ulotki „Małego Gościa Niedzielnego”. Obrazek ilustrujący taką życiową mądrość przedstawia wyglądające przez okno, czarnoskóre dziecko.

14. Militarizzazione

Tecnica: presentare qualcuno come un soldato che usa una donna con un vestito "tipico" musulmano come uno scudo contro un soldato polacco che difende una donna con un bambino

Procedura: visualizzazione delle differenti "tattiche di guerra" tra i polacchi e i musulmani in una immagine di propaganda su un social network

Strategia: innescare la paura per i musulmani presentati come terroristi

Esempio: da una foto polacca in un post su social network, profilo Facebook "Stop islamizacji Europy" ("Stop islamizzazione d'Europa)

<https://www.facebook.com/Stop-islamizacji-Europy-191777667634248/?fref=photo>



15. Nazionalizzazione

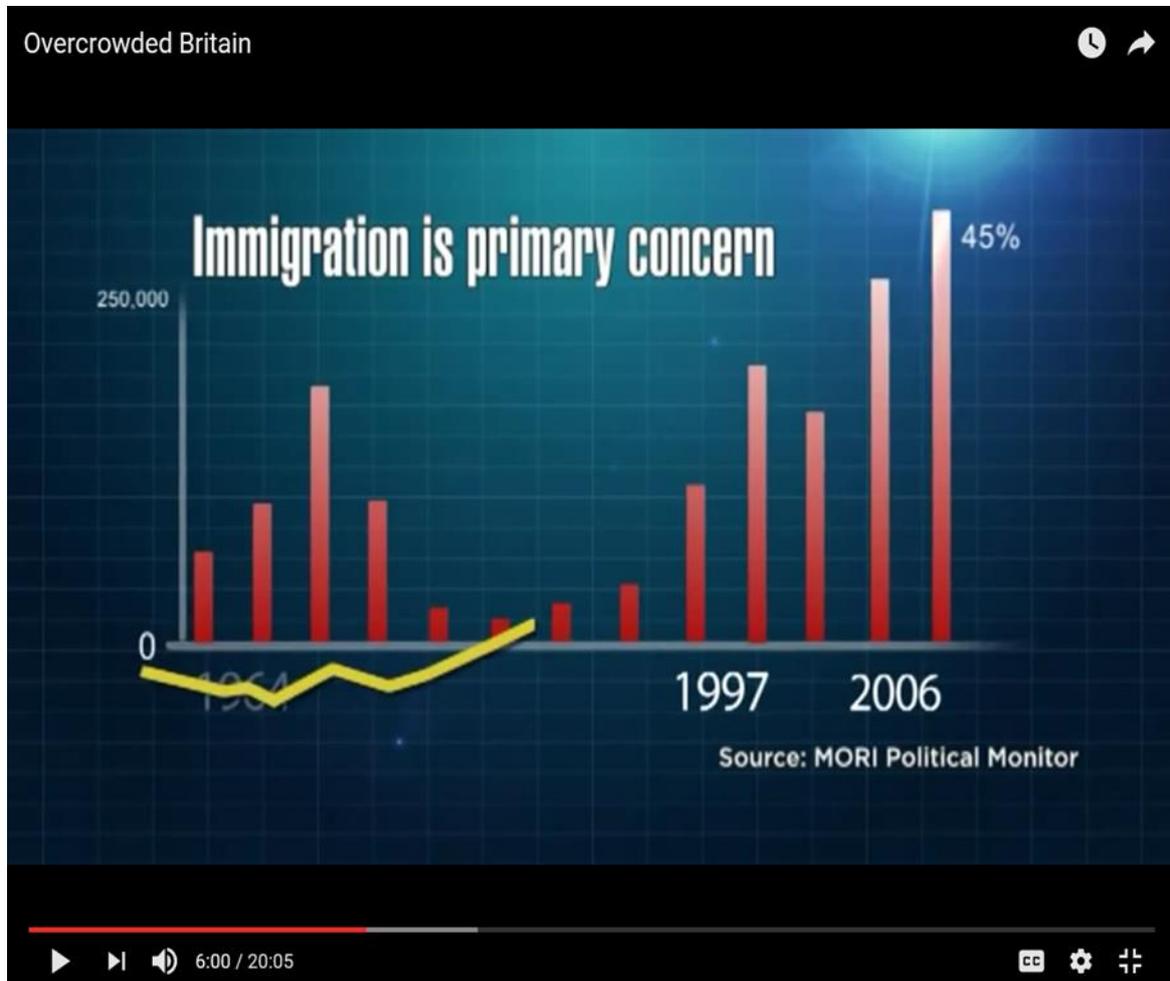
Tecnica: "Overcrowded Britain" (Britannia sovraffollata):

Procedura: titolo di una video intervista sull'aumento delle presenze di migranti nel Regno Unito

Strategia: creare, nell'opinione pubblica, sentimenti di paura e di pericolo in relazione a migranti e rifugiati

Esempio: da un video del Regno Unito

<https://www.youtube.com/watch?v=4ayA0neqzRs>



16. Paternalizzazione

Tecnica: mostra una donna con "tratti" africani molto enfatizzati che indossa un abito di lavoro, in piedi e rivolta verso un musicista di sesso maschile con tratti "tipici" europei

Procedura: foto pubblicitaria di un museo del cioccolato

Strategia: innescare un processo di subordinazione di una donna 'nera'

Esempio: da una foto pubblicitaria greca



17. Fisionomizzazione

Tecnica: associare sistematicamente caratteristiche fisiche specifiche con specifici gruppi di persone
"scamorze di razza"

Procedimento: affermazione in un'immagine pubblicitaria

Strategia: creare una separazione tra le persone in base al colore della pelle

Esempio: da una immagine pubblicitaria italiana



18. Polarizzazione

Tecnica: dividere in due gruppi contrapposti (italiani contro rifugiati)

Procedura: messaggi su social-network

Strategia: creare una opposizione noi/loro sulla base della cultura, religione o appartenenza sociale, per esempio nei confronti dei migranti e dei rifugiati

Esempio: i messaggi da un social network italiano



The image shows a screenshot of a Facebook post and its comments. The post is from a user whose name is redacted with a green box. The post text reads: "Solidarietà europea; finalmente! Ora anche navi francesi, inglesi e presto di altri Paesi Fratelli, uniti a noi da indissolubili vincoli di solidarietà, scaricano profughi, migranti, o come si vuol chiamarli, sulle nostre spiagge. Finito il lavoro, con discrezione e rispetto esemplari, se ne vanno, per non privarci del privilegio di prenderci cura di loro." Below the post, it says "Piace a [redacted] e altre 22 persone." There are four comments visible, each with a redacted name and a thumbs-up icon indicating the number of likes. The comments are: 1. "Dalla padella alla brace." (1 like) 2. "mandiamoli a farsi f.....!!!!!!" (1 like) 3. "Gli sbrchi ad Alfano parevano così scarsi che ha chiesto aiuto! E infatti...Roba da matti, anzi da idioti!" (2 likes) 4. "Udite udite! Oggi la Palombelli ha confermato che in breve l'Europa sarà nuovamente dominata dagli arabi. Che fosse in vena di scherzi?" (2 likes)

15 maggio alle ore 11.48 · Modificato · 🌐

Solidarietà europea; finalmente! Ora anche navi francesi, inglesi e presto di altri Paesi Fratelli, uniti a noi da indissolubili vincoli di solidarietà, scaricano profughi, migranti, o come si vuol chiamarli, sulle nostre spiagge. Finito il lavoro, con discrezione e rispetto esemplari, se ne vanno, per non privarci del privilegio di prenderci cura di loro.

👍 Piace a [redacted] e altre 22 persone.

🗨 Visualizza un altro commento

[redacted] Dalla padella alla brace.
15 maggio alle ore 12.17 · 👍 1

[redacted] mandiamoli a farsi f.....!!!!!!
15 maggio alle ore 12.48 · 👍 1

[redacted] Gli sbrchi ad Alfano parevano così scarsi che ha chiesto aiuto! E infatti...Roba da matti, anzi da idioti!
15 maggio alle ore 15.05 · 👍 2

[redacted] Udite udite! Oggi la Palombelli ha confermato che in breve l'Europa sarà nuovamente dominata dagli arabi. Che fosse in vena di scherzi?
15 maggio alle ore 16.05 · 👍 2

19. Razzializzazione

Tecnica: associare sistematicamente caratteristiche fisiche specifiche con specifici gruppi di persone
"scamorze di razza"

Procedimento: affermazione in un'immagine pubblicitaria

Strategia: creare una separazione tra le persone in base al colore della pelle

Esempio: da una immagine pubblicitaria italiana



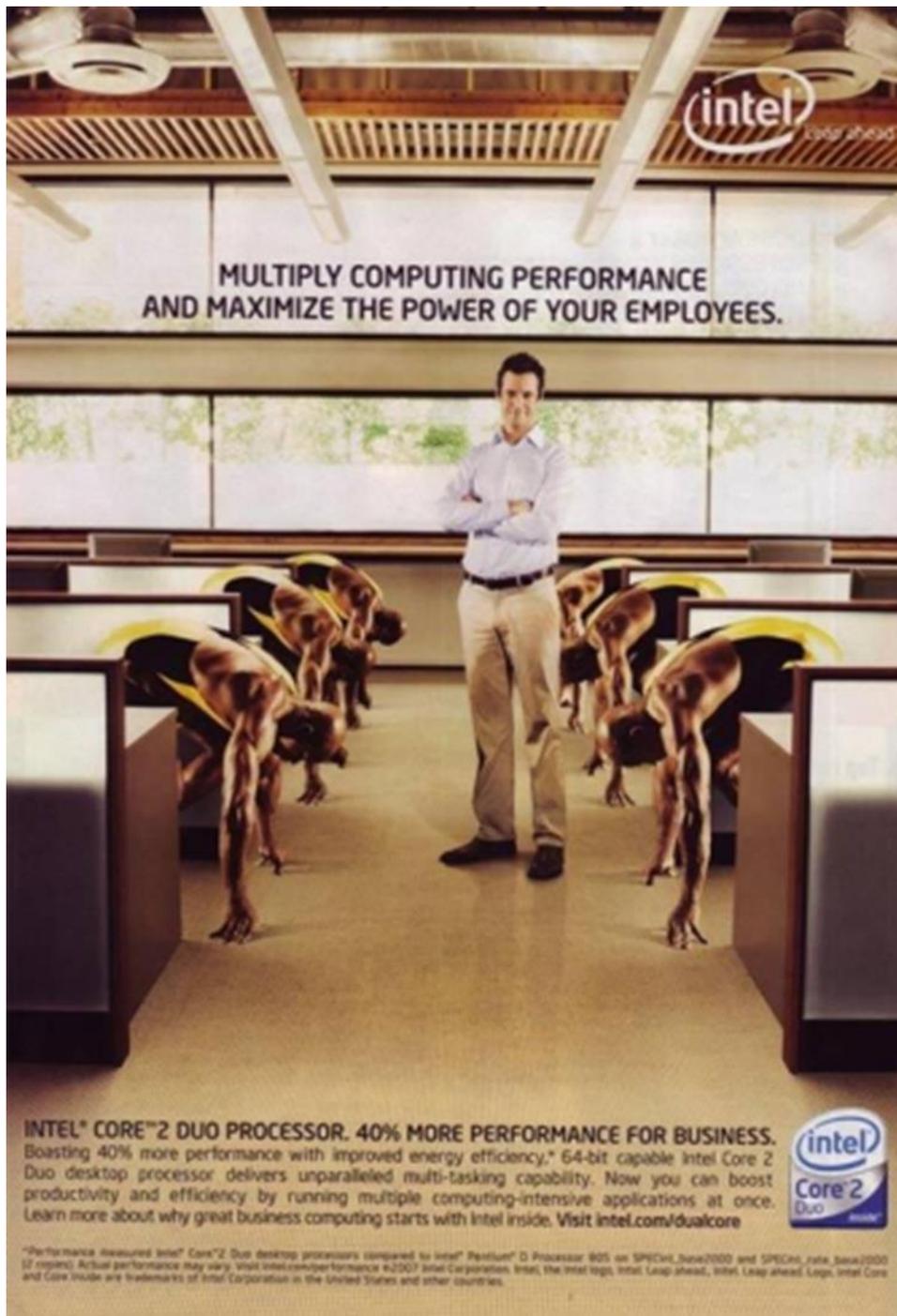
20. Reificazione

Tecnica: giustapposizione tra bianco e nero, rispettivamente identificati come comandante e schiavo. In questo esempio, i 'neri' rappresentano macchine pronte per la performance di un computer: "Moltiplicare le prestazioni di calcolo e massimizzare la potenza dei vostri dipendenti"

Procedura: ritrae i 'neri' identici, senza caratteristiche umane, come macchine pre-impostate per fare una cosa specifica: servire il padrone 'bianco' e aiutarlo a far crescere il suo business.

Strategia: disumanizzare i dipendenti 'neri' trasmettendo l'idea che essi sono buoni solo per la fatica 'fisica' e meccanica, ma che è necessario un uomo 'bianco' per gestire la società

Esempio: da una immagine pubblicitaria nel Regno Unito



intel LEAP AHEAD

**MULTIPLY COMPUTING PERFORMANCE
AND MAXIMIZE THE POWER OF YOUR EMPLOYEES.**

INTEL® CORE™2 DUO PROCESSOR. 40% MORE PERFORMANCE FOR BUSINESS.
Boasting 40% more performance with improved energy efficiency,* 64-bit capable Intel Core 2 Duo desktop processor delivers unparalleled multi-tasking capability. Now you can boost productivity and efficiency by running multiple computing-intensive applications at once. Learn more about why great business computing starts with Intel inside. Visit intel.com/dualcore

intel
Core 2 Duo

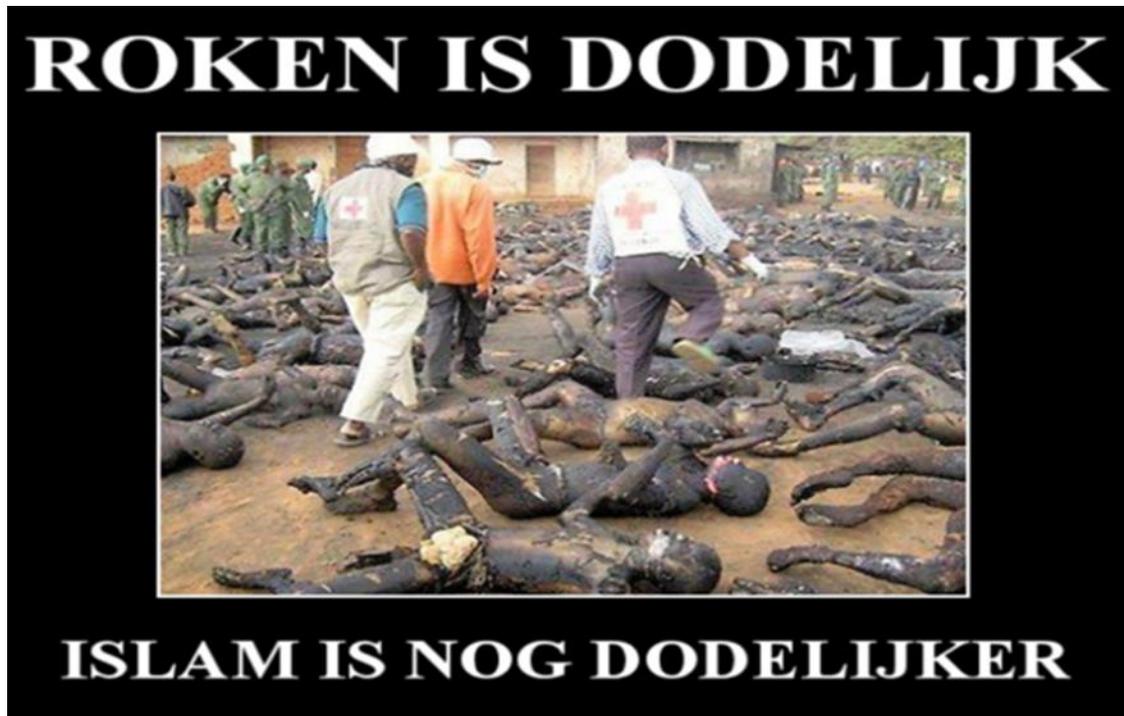
*Performance measured Intel® Core™2 Duo desktop processors compared to Intel® Pentium® D Processor 960 on SPECint_rate_base2000 and SPECint_rate_base2000 (27 ratings). Actual performance may vary. Visit intel.com/performance ©2007 Intel Corporation. Intel, the Intel logo, Intel Leap ahead, Intel Leap ahead, Logo, Intel Core and Core Inside are trademarks of Intel Corporation in the United States and other countries.

21. Religionalizzazione

Tecnica: identificare i terroristi con l'Islam "il fumo uccide, ma l'Islam è più mortale"

Procedura: immagine di propaganda che mostra molti corpi morti bruciati e membri del personale sanitario che camminano tra di essi - nessun simbolo evoca l'Islam, solo la scritta si riferisce all'Islam
Strategia: creare, nell'opinione pubblica, sentimenti di paura e di pericolo in relazione alla religione islamica

Esempio: da una foto olandese



22. Ridicolizzazione

Tecnica: ridicolizzare qualcuno sulla base di specifiche caratteristiche “ha la fortuna <<FAST: di non doversi truccare come noi che siamo>>”

Procedimento: argomentazione nel corso di una conversazione in un talkshow; la frase è eseguita a un ritmo più veloce

Strategia: innescare un processo di subordinazione dell' "altro"

Esempio: da un talk show della TV italiana



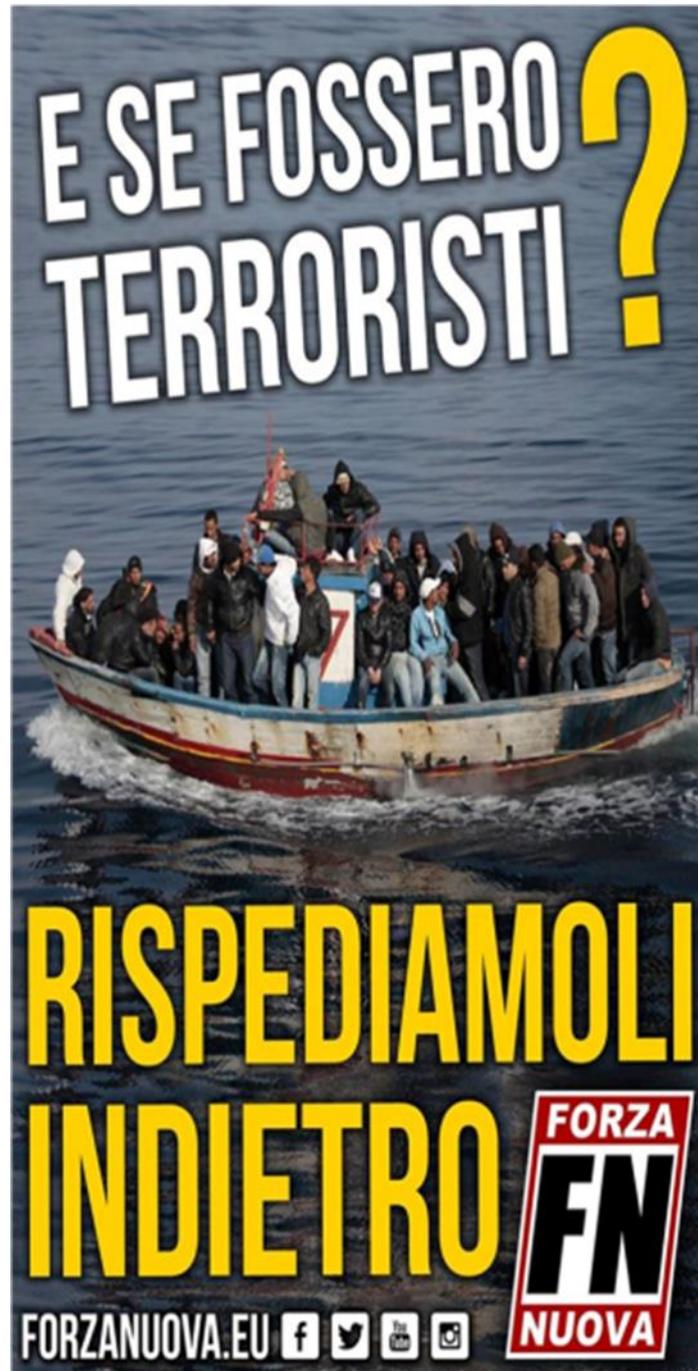
23. Sensazionalizzazione

Tecnica: presentare una barca con giovani maschi inducendo un dubbio attraverso il titolo "e se fosse terroristi?"

Procedimento: formulato come una domanda, non come affermazione nel quadro della propaganda di un partito di estrema destra

Strategia: creare una notizia senza evidenza di informazioni

Esempio: da una foto di propaganda italiana



24. Sessualizzazione

Tecnica: contrapposizione tra nero/uomo e bianco/donna; sessualità rappresentata per mezzo di animali accompagnati dalla claim "La sorpresa nera. Quando la provi, ne vuoi di più "

Procedimento: Nella pubblicità di una birra greca, un gallo nero è rappresentato come aggressivo e sessualmente appassionato rispetto a un'anatra bianca che sembra voler evitare il gallo. Tuttavia, dopo aver sperimentato il contatto con lui, lei lo vuole ancora.

Strategia: oggettivare la mascolinità nera trasmettendo l'idea di sessualità aggressiva e animale

Esempio: da un video pubblicitario greco

<https://www.youtube.com/watch?v=w68hkz0Qnb0>



25. Vittimizzazione

Tecnica: rappresentare qualcuno un come una vittima "E 'un peccato che una preghiera non possa illuminare la pelle".

Procedura: immagine da un giornale cattolico che parlando del potere della preghiera mostra un bambino dalla pelle scura in una postura di preghiera con molti testi intorno promuovendo la pratica di riti cattolici in una postura obbediente

Strategia: mostrare le persone dalla pelle scura come poveri e come vittime del loro colore della pelle, quindi in una posizione di inferiorità

Esempio: da una immagine polacca

bibsy.pl 100 stronków na minutę

NIEDZIELA
XXXII zwykła
9 listopada 2008 r.
Bogu na chwałę

Nierozsądne wzięły lampy, ale nie wzięły z sobą oliwy.
Roztropne zaś razem z lampami zabrały również oliwę
w naczyniach (Mt 25, 3–4)

SZKODA, ŻE MODLITWA NIE
ROZJAŚNIA TAKŻE SKÓRY



Lampa bez oliwy jest ciemna.
Człowiek bez modlitwy też.

Mt 25, 1–13

**Ulotka rozdawana przez pewien
Kościół w 2008 roku.**

Szkoda, że modlitwa nie rozjaśnia także skóry – dowiedziały się
dzieci z rozdawanej w poznańskich kościołach ulotki „Małego
Gościa Niedzielnego”. Obrazek ilustrujący taką życiową mądrość
przedstawia wyglądające przez okno, czarnoskóre dziecko.

6 RACCOMANDAZIONI E BUONE PRATICHE

Queste raccomandazioni sono il prodotto di tutti i “*WorkStreams*” di RADAR (WS1: Stato dell'Arte e Analisi del Bisogno, WS2: Analisi delle Pratiche di Comunicazione, WS3: Formazione Interattiva e Partecipativa, WS4: Strumenti, Raccomandazioni e Buone Pratiche). In particolare, i workshop nazionali e internazionali, hanno permesso ai partner di elaborare raccomandazioni che includono le prospettive e le opinioni di persone che hanno sperimentato il razzismo e la xenofobia.

Nell'elaborazione di tali raccomandazioni il team di RADAR ha tenuto in considerazione progetti simili contro il razzismo che hanno prodotto *toolkit* e *guidelines* contro *hate speech*.

Il progetto LIGHT-ON si focalizza sul crimine d'odio online con le raccomandazioni che si concentrano su come segnalare e affrontare il problema²⁴.

Il progetto PRISM²⁵ ha messo a punto un programma di formazione specifico per i giornalisti per affrontare l' *hate speech*. Questo progetto si occupa anche di *hate speech* online e include un database di materiale offensivo, così come pulsanti interattivi sul sito web del progetto dove le persone possono segnalare tale materiale.

Ci sono altri progetti con sede nel Regno Unito, come il *Leicester Hate Crime Project* or ADAPT²⁶. Nonostante la loro importanza e il rigore accademico, nessuno di questi progetti ha sviluppato un concetto di formazione per una serie di gruppi di destinatari.

6.1 RACCOMANDAZIONI GENERALI

- **Consapevolezza Teorica e Metodologica**

È importante sviluppare una consapevolezza teorica e metodologica sulla comunicazione, al fine di rivelare e decostruire, in pratica, i meccanismi non solo di *hate speech* (per mezzo di parole), ma anche di *hate communication* per mezzo di tutti i quattro livelli della comunicazione: parole (messaggi verbali), voce (messaggi paraverbali), corpo (messaggi non verbali), immagini, colori e simboli (messaggi visivi).

- **Sensibilizzazione su *hate communication* e diritti umani**

Dovranno essere organizzate ulteriori campagne di sensibilizzazione per la società (grande pubblico) per prendere confidenza con il riconoscimento della *hate communication*. Queste campagne, in sinergia con progetti locali o europei e con altre istituzioni che lavorano sulla stessa questione non devono essere concentrate solo sul riconoscimento e la lotta alla *hate communication* ma devono anche mettere in evidenza l'importanza che ha il rispetto del pluralismo e la libertà di parola, promuovendo una migliore comprensione della necessità di diversità e di dialogo in un contesto di democrazia, diritti umani e principio di legalità. È altrettanto necessario che attraverso queste campagne siano date al pubblico informazioni appropriate per essere in grado di riconoscere le procedure di produzione di stereotipi negativi e di stigmatizzazione. Alcune persone possono utilizzare la *hate communication* a loro insaputa o senza intenti specifici. Ecco perché il pubblico deve essere istruito sugli stereotipi negativi e su come questi possano influenzare o addirittura rovinare la vita delle persone.

²⁴ <http://www.lighton-project.eu/uploads/File/Training%20Manual.pdf>

²⁵ <http://www.prismproject.eu/the-prism-project/>

²⁶ <https://sites.google.com/site/grec2website/adapt-1>

- **Apporto della formazione**

Gli stereotipi sono impressi nella coscienza delle persone soprattutto durante l'infanzia. Questo spinge bambini e adulti a utilizzare la *hate communication* nella loro vita quotidiana. Devono essere promossi specifici programmi educativi e campagne di sensibilizzazione per i bambini. Il loro contenuto dovrebbe concentrarsi sui diritti umani e l'importanza della diversità. Il rispetto reciproco è fondamentale per una società democratica e questa è una lezione che i bambini devono imparare già in giovane età. Al fine di educare i bambini dovrebbero essere educati prima gli insegnanti e i professori.

Tuttavia, altri tipi di corsi di formazione devono essere forniti a chiunque potrebbe lavorare con una persona colpita da *hate speech*. Più specificamente:

- Forze dell'ordine
- Procuratori, giudici
- La società civile (ONG, altre organizzazioni civili, etc.)

Le più importanti sezioni di formazione dovrebbero includere: la comprensione e la definizione di *hate speech*, quali sono le categorie che motivano il pregiudizio, gli strumenti internazionali, europei e nazionali sul tema, il consolidamento delle conoscenze sulle espressioni di odio online, sui metodi per identificare la *hate communication*, come investigare sulla *hate communication* online, come sostenere le persone prese di mira dalla comunicazione d'odio etc.

- **Supporto a chi è stato oggetto di *hate communication***

L'esistenza di servizi per sostenere le persone che hanno avuto esperienze di *hate speech* o generalmente di *hate communication* e discriminazione è obbligatoria. Di solito questo ruolo è svolto dalla società civile, anche se la responsabilità primaria per prevenire e punire crimini d'odio deve trovarsi nello Stato. La società civile è stata spesso in prima linea per riconoscere i primi segni e per lottare contro l'intolleranza e la discriminazione. Dal momento che i rappresentanti della società civile vivono in mezzo alla comunità, sono in grado di assistere agli atti di intolleranza prima che questi siano denunciati alla polizia; essi possono fornire assistenza a coloro che li hanno subiti, prima che le autorità abbiano istituito meccanismi adeguati. I leader della società civile hanno spesso ricordato alle autorità statali il loro compito, vale a dire di denunciare e rispondere ai crimini d'odio per proteggere tutti. In alcuni Stati, la società civile è stata determinante nel rafforzamento delle comunità per indurre un cambiamento sociale e ispirare riforme legali²⁷. Il supporto e la responsabilizzazione devono anche stimolare e facilitare la capacità di agire (agency) di persone che hanno subito la discriminazione o la violenza. È importante ritornare al diritto di esprimere, evidenziando la centralità del soggetto.

Le ONG possono ottenere risultati efficaci per prevenire e combattere la comunicazione d'odio:

- Fornire alle persone che hanno avuto esperienza di comunicazione d'odio tutto il necessario al fine di reagire e proteggersi. Le ONG sono responsabili di informare coloro che hanno avuto tale esperienza rispetto a ciò che possono fare dopo aver subito un attacco. Spesso queste persone non sanno dove segnalare gli incidenti (**assistenza legale**). Altre volte hanno paura di reagire. È per questo che le ONG devono fornire loro tutte le informazioni e allo stesso tempo **devono sostenerli psicologicamente**. Il sé interiore di coloro che hanno subito crimini d'odio può essere estremamente turbato dalla brutalità delle parole che quotidianamente devono subire. Queste sono per lo più parole di aggressione e odio, basate solo sulle loro differenze.
- **Controllare e comunicare** gli incidenti. Le ONG possono agire per dare voce a chi ha subito *hate communication*, soprattutto possono essere utili come intermediari con le autorità.
- **Produrre materiali** che aiutino le persone a riconoscere la *hate communication* e insegnino loro come comportarsi di fronte a comportamenti di questo tipo.

²⁷ <http://www.osce.org/odihr/39821?download=true>

- **Promuovere la consapevolezza e aumentare la sensibilità** sul tema di *hate communication* e dei diritti umani.

- **Miglioramento del dialogo interculturale**

Il dialogo interculturale (in continuità con altri progetti come per esempio SPICES²⁸ e BRIDGE-IT²⁹) è un processo che comporta uno scambio aperto e rispettoso, l'interazione tra individui, gruppi e organizzazioni con diversi background culturali o visioni del mondo. È importante soffermarsi sulle qualità dinamiche delle diverse culture. Alcuni degli obiettivi del dialogo interculturale sono: sviluppare una più profonda comprensione delle diverse prospettive e pratiche; aumentare la partecipazione, la libertà e la capacità di fare delle scelte; favorire l'uguaglianza; potenziare i processi creativi³⁰.

Il dialogo interculturale potrebbe essere rafforzato in vari modi. Il più comune è l'organizzazione di eventi multiculturali, come festival e concerti. Luoghi in cui le persone si incontrano e dove artisti con diverse origini possono sovrapporre il proprio background e il proprio talento. In aggiunta, i film possono promuovere la diversità attraverso il messaggio che indirizzano alle persone, ma anche attraverso la diversità degli attori.

- **Inclusione del gruppo target nella conversazione, nei programmi di formazione, nelle campagne di sensibilizzazione etc.**

Il coinvolgimento del gruppo target in tutti i tipi di laboratorio, corsi di formazione, campagne è un prerequisito; altrimenti queste iniziative saranno tutte guidate dai gruppi dominanti (dai 'bianchi' privilegiati). Tali iniziative dovrebbero almeno includere (se non essere guidate da) le minoranze stesse. Questo torna al riconoscimento e all'*empowerment*, il rafforzamento della capacità di agire e la centralità di coloro che hanno subito la discriminazione o la violenza e, soprattutto, evitando il complesso del 'salvatore bianco'.

6.2 RACCOMANDAZIONI SPECIFICHE

- **Lingua non discriminatoria**

Si consiglia di utilizzare un linguaggio non discriminatorio, né razzista né xenofobo nei confronti di tutte le persone, in contrasto con l'uso ormai diffuso e normalizzato, anche nei testi giuridici, di termini come "clandestino", "immigrato illegale". Queste espressioni stigmatizzanti e criminalizzanti nei confronti di persone costituiscono stereotipi e pregiudizi in base alla presunta o reale origine e all'appartenenza sociale, culturale o religiosa (Carta di Lampedusa, Lampedusa 2014: 17-18 - <http://www.lacartadilampedusa.org/>).

- **Uso del vocabolario o contesto delle parole**

L'uso del termine "razza" dovrebbe essere evitato nei documenti ufficiali dell'UE, in quanto crea la falsa percezione che esistono razze diverse. L'esistenza di razze non è un fatto reale. È un mito biologico che viene costruito socialmente. È stato creato dal gruppo bianco dominante per stabilire e perpetuare una gerarchia bianco-dominante sulla falsa premessa che certi gruppi di popolazione sono inferiori agli altri - e al gruppo dominante bianco (vedi paragrafo 2.2). L'esistenza ipotetica di 'razze' ha favorito lo status quo per molti anni; ora è il momento di smettere di usare questo termine. L'assenza di razze è evidente anche se si considera il fatto che il termine "razza" in alcune lingue non esiste.

²⁸ Be Relevant to Intercultural Diversity Generation in Europe – Integration Team (510101-LLP-1-2010-1-IT-GRUNDTVIG-GMP, <http://bridge-it.communicationproject.eu>)

²⁹ Social Promotion of Intercultural Communication Expertise and Skills (224945-CP-1-2005-1-IT-GRUNDTVIG-G11, www.trainingspices.net)

³⁰ <http://www.interculturaldialogue.eu/web/intercultural-dialogue.php>

Eppure, se le razze umane non sono reali, il razzismo lo è. Secondo Jamie Utt:

La [r]azza come costrutto sociale e il conseguente razzismo sono molto reali, in tal modo l'ideologia della 'razza-neutrale' è problematica perché:

- cancella le esperienze culturali del colore delle persone, la realtà delle loro vite e l'oppressione che devono affrontare.
- In realtà il modo 'razza-neutrale' non ci aiuta ad affrontare il problema, perché il problema non è neutrale. Il problema è la gerarchia razziale che privilegia il più chiaro di pelle in mezzo a noi.

Naturalmente, dobbiamo chiarire che non stiamo negando la diversità. Stiamo semplicemente proponendo una diversa e più precisa terminologia (per maggiori dettagli si veda la sezione 2.2 vocabolario condiviso).

- Come accennato in precedenza, sarebbe ingenuo pensare che evitare o sostituire il termine "razza" significhi automaticamente il superamento del razzismo. Dobbiamo prendere in considerazione che la scelta delle parole è importante nella misura in cui esse rappresentano e plasmano i nostri schemi mentali e quindi la nostra percezione della realtà. Questi termini devono essere interpretati in una prospettiva multidimensionale rispetto alle variabili sociali, culturali, biologiche e politico-ideologiche, che storicamente le hanno determinate come azioni linguistiche e le pratiche discriminatorie.
- A tale proposito, è di fondamentale importanza conoscere la storia dietro l'uso di certe parole in modo tale da capire *perché* è offensivo utilizzarle (ad esempio, nel contesto britannico questi sono spesso residui del colonialismo e dell'oppressione violenta).
- Infine, è altrettanto importante recuperare parte del vocabolario che è diventato negativo, ad esempio "immigrato" o "straniero". La campagna "Io sono un immigrato"³¹ nel Regno Unito ha cercato di fare proprio questo. Con il recupero di certe parole, stiamo cercando di ripristinare la loro connotazione positiva contro la tendenza a trasformarle in categorie negative.

- **Codici di etica**

Per Politici

Un'analisi critica dei discorsi dei politici. I politici devono essere ritenuti responsabili di quello che dicono nelle dichiarazioni pubbliche, soprattutto se è dimostrato che queste incitano all'odio, nel qual caso sono punibili dalla legge.

Per i membri del parlamento

La raccomandazione è quella di sollevare l'immunità dai procedimenti giudiziari, laddove esistente, nei casi di incitamento all'odio in Parlamento. Ciò significa che se i parlamentari sono colpevoli di *hate communication* - e *hate speech* in particolare - in Parlamento potrebbero essere perseguiti. L'incitamento all'odio avrebbe bisogno di essere dimostrato, conformemente alla legislazione nazionale. Nel caso in cui questo non fosse possibile, l'istituzione di un codice etico per i parlamentari è il minimo che si possa fare, con sanzioni chiare e rigorose per le violazioni del presente codice.

Per I giornalisti

Rivisitare i codici etici dei giornalisti per includere la comunicazione d'odio e l'incitamento all'odio. I giornalisti hanno un potere immenso. Possono creare e modellare l'opinione pubblica. Per questo motivo, hanno bisogno di controllare chi parla e analizzare le parole usate. Fa parte del lavoro di un giornalista esaminare i fatti e le rivendicazioni e valutare accuratamente l'intenzione e l'impatto dei propri interventi.

³¹ <http://www.iamanimmigrant.net/>

D'altra parte, i giornalisti non dovrebbero riportare testualmente i termini e le frasi offensive con il pretesto di una segnalazione precisa. Denunciando la *hate communication* non dovrebbero ripetere i termini offensivi pubblicamente, in quanto questo rafforza "la massima dell'ascoltatore" (Sacks 1974).

I giornalisti etici e gli editori ben informati saranno in grado di identificare rapidamente se la comunicazione ha volutamente lo scopo di attaccare o di ridurre i diritti umani degli individui e dei gruppi. Ci vuole esperienza, conoscenza, etica ed educazione per individuare la *hate communication*. A volte comunicazione d'odio non è sempre chiara e passa attraverso messaggi nascosti. Un buon giornalista etico dovrebbe essere in grado di leggere tra le righe e rilevare la *hate communication*. Il giornalista dovrebbe anche sapere se tale comunicazione è soggetta a sanzioni penali o altro.

Come parte del processo di informazione, i giornalisti e gli editori hanno una specifica responsabilità per la corretta contestualizzazione del discorso - di rivelare e segnalare quali sono gli obiettivi di chi parla. Naturalmente, non è intenzione dei giornalisti esporre o sminuire le persone con cui non sono d'accordo. Questo sarebbe un pregiudizio.

I conduttori nelle emittenti televisive e radiofoniche non sono sempre giornalisti ma lavorano al pubblico e, di conseguenza, modellano l'opinione pubblica. Il loro compito è della massima importanza e devono condividere la stessa cura. L'assenza di una guida di riferimento relativa è evidente. Alcune regole dovrebbero essere stabilite in modo da evitare che il pubblico guardi o ascolti tali episodi. Non solo gli spettatori riceveranno un messaggio di odio sbagliato, ma alcune minoranze potranno anche essere i destinatari del messaggio. Ad esempio, una regola utile sarebbe che se un ospite non rispetta le linee guida e usa espressioni di odio in onda, il presentatore televisivo o l'emittente dovrebbe avere la capacità di tagliarli fuori.

Nei talk show è importante che il moderatore/giornalista sia a conoscenza degli strumenti di analisi della comunicazione. In questo modo, durante le discussioni, potrebbe riconoscere azioni e interventi discriminatori prodotti ai quattro livelli di comunicazione. In questi casi, si consiglia di intervenire nel dibattito, al fine di rivelare i processi di produzione del discorso discriminatorio, xenofobo o razzista e della *hate communication*. Questo intervento avrebbe anche un ruolo educativo e un impatto sul dibattito pubblico.

Nel campo dell'informazione è assolutamente importante che le minoranze, i migranti, e tutti coloro che sono bersaglio di discorsi d'odio, siano protagonisti nei talk show e in altri contesti in cui si fa informazione, perché troppo spesso sono gli altri che parlano delle loro vicende e non coloro che sono protagonisti. Togliere la parola alle persone è uno dei processi di spersonalizzazione. Inoltre questo modo di fare informazione ci priva di un punto di vista (quello dei protagonisti appunto) capace di fornire una specifica chiave interpretativa.

Per i professionisti delle forze dell'ordine

Dovrebbero esserci delle **linee guida specifiche per la polizia, oltre alla formazione interculturale**, che deve essere sviluppata. Le nostre interviste, l'analisi dei *report* e in generale la ricerca all'interno del progetto RADAR hanno dimostrato che, in molti casi, la polizia non sa come agire o comportarsi all'interno di ambienti multiculturali. Ecco perché la formazione interculturale è essenziale per raggiungere l'equilibrio.

Per i migranti privi di documenti è un fenomeno comune esitare a segnalare alla polizia un crimine contro di loro per paura di essere deportati. Questa è la realtà e la ragione principale per cui così tanti crimini non sono denunciati e rimangono impuniti. **L'istituzione di centri *super partes* per la segnalazione sarebbe davvero utile per aiutare i migranti privi di documenti a segnalare i crimini**

La formazione degli agenti di polizia **deve includere come reagire a chi riporta un episodio di *hate communication***. Tenendo conto che la maggior parte delle volte c'è una mancanza di fiducia nella polizia da parte dei gruppi di minoranza, non siamo sorpresi dal basso numero di tali eventi riportati. Alcuni gruppi minoritari possono aver avuto rapporti tesi con l'applicazione della legge nei loro paesi d'origine e hanno paura che i crimini contro di loro non saranno presi sul serio, che la reazione della polizia sarà scortese o addirittura ostile. Abbiamo visto dalle nostre interviste, così come dalla nostra ricerca su leggi e sentenze nei paesi partner, che molti crimini contro le minoranze sono trattati in modo diverso dai crimini commessi contro la maggioranza della popolazione.

Per i professionisti legali

Il diritto di avere un interprete dovrebbe essere rispettato e applicato. Ancora più importante, in conformità con la normativa di riferimento, devono essere utilizzati gli interpreti giudiziari professionali e non persone che per caso sappiano parlare le lingue necessarie. Questo non è solo ai fini di una comunicazione efficace e precisa, ma anche perché i professionisti aderiscono a uno specifico codice etico e sarebbero in grado di affrontare e trasmettere le sfumature che possono indicare la comunicazione motivata dall'odio. Per di più, di fronte a un tribunale, i casi non dovrebbero essere archiviati sulla base di barriere linguistiche o di categorie come 'razza' e origine. Ed è indispensabile che le vittime siano protette a tutti i costi.

Per le agenzie di marketing

Stabilire un codice etico per la pubblicità, dove questo non esiste, è cruciale. È frequente nella pubblicità, che i gruppi di minoranza siano rappresentati in modo stereotipato e offensivo. Gli stereotipi spesso conducono ai 25 processi di *hate communication* citati al precedente punto 5. Per questo motivo, raccomandiamo che dovrebbe essere obbligatorio includere o almeno consultare i membri dei gruppi target raffigurati nella pubblicità prima della sua uscita. Questi gruppi di destinatari possono esprimere le proprie opinioni e dare suggerimenti sulle modifiche alla pubblicità. Se contiene *hate communication*, non dovrebbe essere rilasciata. Tutti i gruppi inclusi nella commercializzazione dovrebbero essere rispettati, altrimenti l'immagine stereotipata di odio continuerà a essere perpetuata.

A volte, quando i pubblicitari hanno lo scopo di ritrarre un paese o un'area geografica, usano persone o idee stereotipate su paesaggi specifici. Invece di ripetere questi stereotipi, dovrebbero essere utilizzate le immagini dei luoghi.

Comunicazione online

Hate speech online è una categoria specifica che deve essere affrontata separatamente. Internet è lo strumento di comunicazione più semplice utilizzato dalle persone per essere offensive. È estremamente comune leggere tali commenti online. Per fare ciò le persone usano principalmente siti web, blog e social media. Navigando sul web, si possono scoprire le pagine di odio che prendono di mira etnicità, nazionalità, orientamento sessuale, religione, lavoro, sesso, aspetto fisico, situazione finanziaria, status sociale, cittadinanza etc.

Il primo ostacolo è quello di tracciare l'autore del crimine d'odio online. Coloro che sanno come utilizzare gli strumenti tecnologici possono nascondere la propria identità così come l'IP. Oltre a questo, non vi è alcun obbligo di rimuovere il materiale offensivo, anche se ha avuto luogo un reato. Ciò significa che il materiale offensivo può rimanere online anche dopo che un giudice ha deciso che il crimine d'odio è stato commesso e che l'autore è stato punito (con una multa o la reclusione). La rimozione del materiale può essere applicata solo in casi di pornografia infantile. La raccomandazione è quella di cambiare le leggi nazionali e comunitarie per far sì che se un giudice decide che è stato commesso un crimine di odio online, dovrebbe essere in grado di far rispettare la rimozione del materiale.

Immagini, segni, simboli

La mancanza di immagini di gruppi di minoranza in posizioni importanti è una realtà. È raro vedere immagini di minoranze rappresentate in diverse posizioni di leadership. Di solito essi sono, invece, utilizzati per ritrarre alcuni posti di lavoro (non qualificati) e ruoli (vittima, lavoratore, aiuto etc.). Sarebbe interessante, per esempio, poter vedere le immagini di donne d'affari africane, o medici musulmani. Gli individui che fanno parte di alcuni gruppi sono assenti dalle posizioni di potere, come politici, conduttori TV, artisti e volontari. Vedere minoranze in tali ruoli avrà un impatto positivo sulla percezione del pubblico.

Alcune di queste raccomandazioni non sono nuove. La necessità di un dialogo interculturale e la promozione di immagini positive, per esempio, sono suggerimenti che sono stati già fatti in progetti precedenti e in varie iniziative. Tuttavia il fatto che questo è ancora riconosciuto come bisogno significa che c'è ancora un importante lavoro da svolgere. A questo proposito vorremmo proporre:

- Le iniziative per il dialogo interculturale, la sensibilizzazione, etc. possano essere condotte o almeno co-condotte dalle minoranze stesse. La maggior parte delle iniziative esistenti falliscono perché sono guidate dai gruppi dominanti e le minoranze sono quindi riluttanti a farsi coinvolgere.
- La promozione di immagini positive non dovrebbe assumere la forma dell' "eroizzazione" delle minoranze. Non dovrebbe essere un caso di demonizzazione contro l'eroizzazione, ma bisognerebbe, invece, rappresentare le minoranze in quanto persone come tutte le altre nella vita quotidiana. A questo proposito è consigliabile, l'uso di persone appartenenti a minoranze etniche per ritrarre uomini d'affari, scienziati, etc., ma oltre a questo, è anche fondamentale, la rappresentazione di persone appartenenti a minoranze etniche in ruoli di tutti i giorni (ossia persone comuni che fanno cose di tutti i giorni).

In Europa, ci sono molti importanti osservatori sull'uso della comunicazione razzista e xenofoba. Potrebbe essere importante istituire un osservatorio sulle buone pratiche, in modo che possano essere diffuse su scala nazionale ed internazionale.

Un importante aspetto innovativo delle Raccomandazioni RADAR, infine, è che il concetto di formazione proposto è stato premiato. Infatti il concetto, basato sul processo Let Me Learn® (www.letmelearnmalta.org) e la metodologia LEVEL5 © (http://www.reveal-eu.org/uploads/media/REVEAL_LEVEL5_Manual.pdf), ha ricevuto il Premio my-Vita (<http://mahara.vita-eu.org/view/view.php?id=3192>).

6.3 BUONE PRATICHE

La consapevolezza teorica e metodologica di una comunicazione critica è diventata uno strumento pratico per disarticolare le categorie oggettivanti della diversità umana, così come per svelare i processi di comunicazione di odio razzista e xenofoba. La consapevolezza critica e la capacità di analisi sono il presupposto per impegnarsi in una contro comunicazione consapevole. In questa sezione, riportiamo alcune buone pratiche provenienti da tutti i paesi e nelle lingue dei partner, proposti dal team di RADAR.



Questa è una nuova costruzione che propone una trasformazione provocatoria di un vero e proprio oggetto di comunicazione razzista e xenofoba, sovrascrivendo solo qualche lettera e aggiungendo una parola si raggiunge una visione completamente opposta di una barca con presunti migranti a bordo.



Questa immagine è tratta da un vero e proprio contesto italiano e può essere intesa come un rovesciamento della prospettiva, in cui implicitamente gli italiani sono raffigurati come una minaccia per altri italiani e i migranti sono invitati per aiutare.



Il vignettista italiano Mauro Biani critica le politiche europee sulla migrazione, in particolare le operazioni di salvataggio nel Mediterraneo.

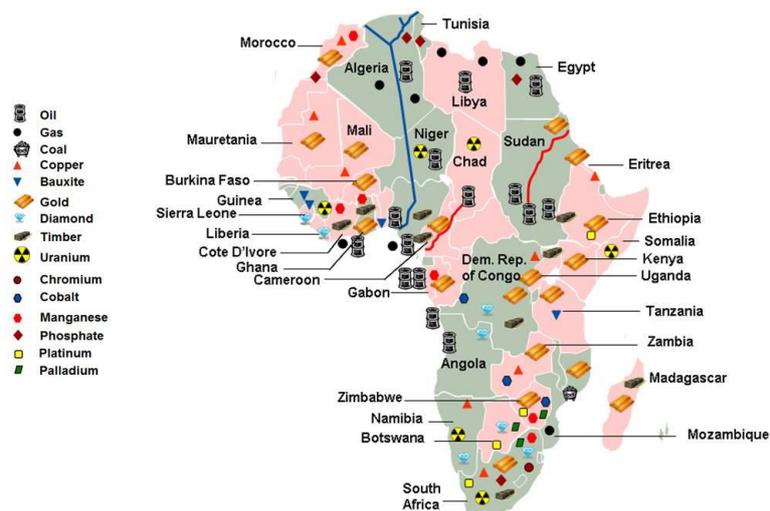


Campagna italiana promossa da ARCI contro le discriminazioni razziste e sessuali. La campagna sottolinea come tutti possono sperimentare la discriminazione basata su stereotipi degradanti come “italiano mafioso”.

ONE RACE - HUMAN RACE
ONE BLOOD - RED BLOOD



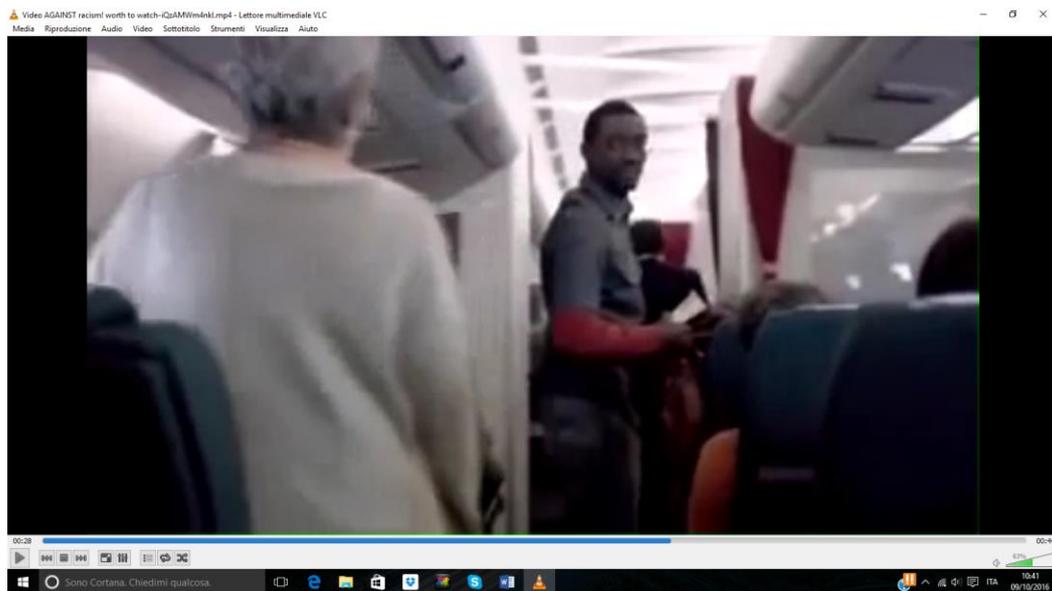
Campagna britannica contro il razzismo. Il contatto tra le due mani con il riferimento allo stesso colore del sangue sottolinea che esiste una sola specie umana.



Questo tipo di mappa mette in evidenza tutte le risorse naturali e le materie prime del continente africano. Da un lato si sottolinea che l'Africa non è un continente povero (come è spesso erroneamente raffigurato), dall'altro spiega implicitamente le ragioni dei conflitti e delle guerre nel continente, dovuti proprio agli interessi internazionali su tali materie prime.



Campagna di Studenti Africani che sottolinea come l'Africa non sia un continente povero.



Video britannico contro il razzismo. In un aereo una signora 'bianca' è seduta accanto a un ragazzo 'nero'. Infastidita chiede all'equipaggio di volo di cambiare il suo posto. Un membro dell'equipaggio si rivolge al giovane gentiluomo e, con grande sorpresa della signora, si scusa con lui e lo invita a prendere un posto in prima classe.



Campagna contro il razzismo del noto sindacato italiano CGIL. Osservando uno schermo nero, si può ascoltare una risata. Una voce esterna chiede: "Di che colore è la pelle di questa risata?". Dopo appaiono quattro uomini che, mostrando diverse fisionomie, suggeriscono diverse provenienze geografiche.



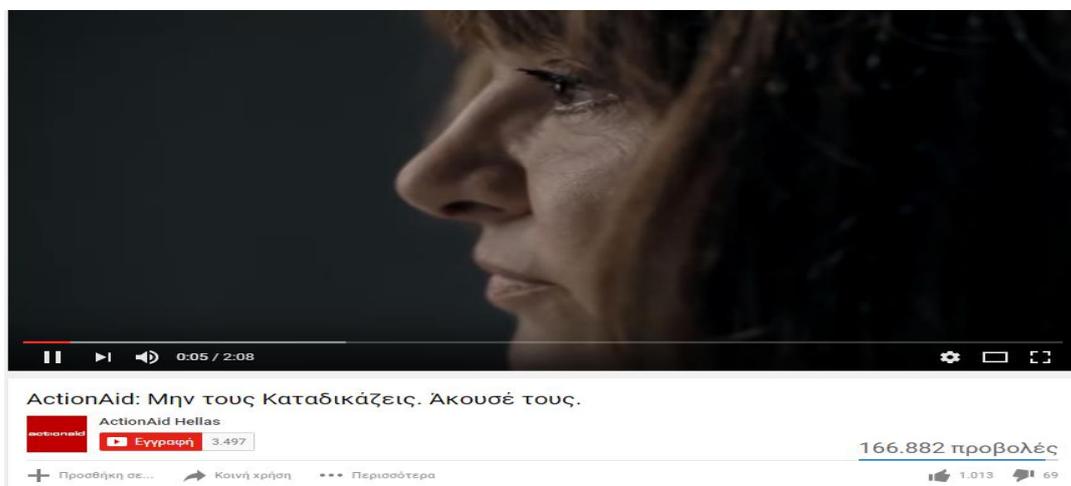
Campagna pubblicitaria di una nota multinazionale che commercia banane (cfr. tipico logo Chiquita) in cui si trasforma la banana da un simbolo di razzismo (spesso usata nei processi arbitrari di animalizzazione in scimmia) in un simbolo di anti-razzismo.

Una ulteriore buona pratica è presentata nel seguente video dalla Finlandia.



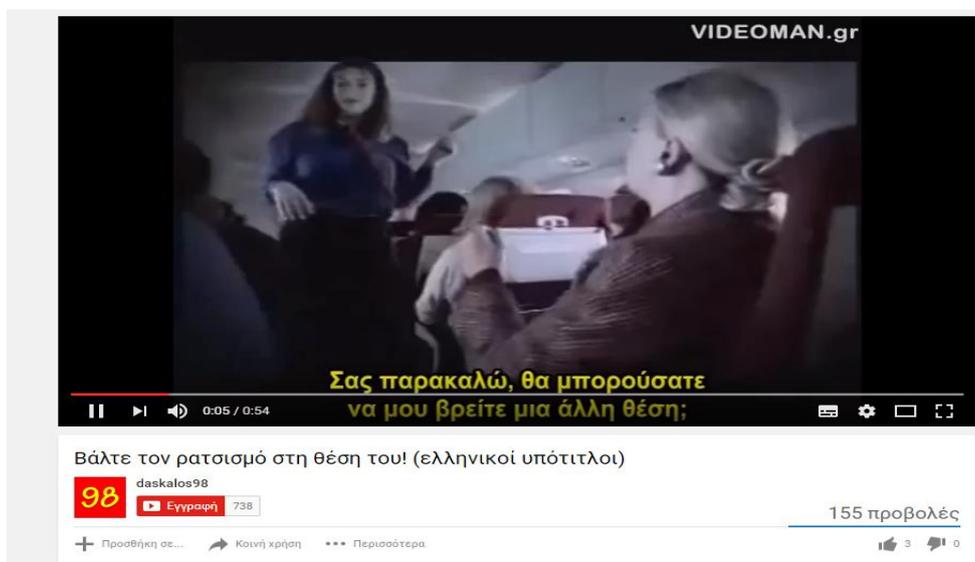
Questo video è stato presentato nel corso di una campagna nazionale contro il razzismo, in cui la Croce Rossa finlandese ha organizzato concerti di musica in sette città della Finlandia. Lo scopo del tour musicale è stato quello di incoraggiare le persone ad affrontare gli atteggiamenti e il razzismo di tutti i giorni. Il patron della campagna è stato il primo ministro della Finlandia, Alexander Stubb. Il video è stato girato per strada. È stata simulata un'intervista per aumentare la consapevolezza su quelli che possono essere atteggiamenti razzisti. L'intervistatore si rivolge a una persona africana ponendo in inglese diverse domande sul razzismo. L'uomo risponde alle domande in finlandese. Un'altra donna appare e dice all'intervistatore di non dare per scontato che non sappia il finlandese. L'intervistatore è in imbarazzo e si scusa in finlandese. La situazione viene simulata per dimostrare un punto - l'intervistatore pone le domande all'uomo in inglese, supponendo che sia un turista, proprio a causa del colore della sua pelle.

Il video di Action Aid, che è stato trasmesso dalla televisione greca costituisce anche un buon esempio.



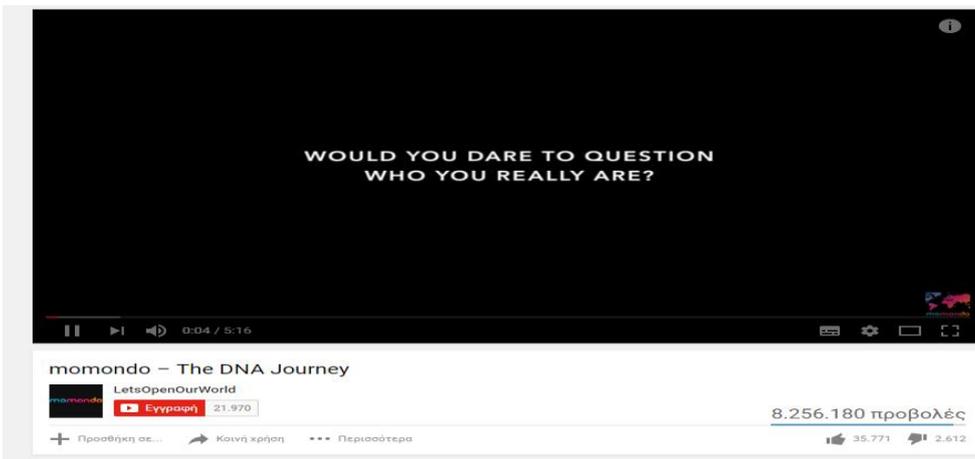
In questo video attori greci popolari narrano storie di migranti, come se fossero le loro storie; il video si conclude con un uomo di colore che chiede: "Vuoi ascoltare la mia storia, se è narrata da me".

Il video qui sotto si chiama "mettere il razzismo nel posto giusto" ed è stato prodotto dalla commissione portoghese per il 50 ° anniversario della dichiarazione universale dei diritti umani.



Il video mostra un'anziana signora 'bianca' che si trova su un aeroplano accanto a un giovane uomo 'nero' e chiede all'assistente di volo di verificare se c'è un altro posto disponibile perché lei non vuole sedersi accanto a un uomo 'nero'. L'assistente di volo dice che la classe economica è completa, che parlerà con il capitano. Più tardi, l'assistente di volo ritorna e informa l'anziana signora che il capitano ha detto che c'è un posto disponibile in 1a classe, aggiungendo che il capitano si rammarica che un passeggero debba viaggiare accanto a una persona così spregevole, quindi rivolgendosi all'uomo 'nero' lo invita a seguirla in 1 ° classe.

Infine, il viaggio del DNA:



La descrizione del video cita "è facile pensare che ci sono più cose che ci dividono di quante ci uniscano. Ma in realtà abbiamo molto più in comune con altre nazionalità di quanto si potrebbe pensare. Abbiamo chiesto a 67 persone provenienti da tutto il mondo di fare un test del DNA, e abbiamo scoperto che hanno molto più in comune con altre nazionalità di quanto non avrebbero mai pensato". Il film è stato girato a Vega, Copenaghen, Danimarca, diretto da Jeppe Ronde. È stato prodotto da Momondo un sito di ricerca viaggi libero, globale e indipendente che confronta miliardi di voli *low cost*, hotel e offerte di autonoleggio.

6.4 Sostenibilità - proposte per far avanzare ulteriormente i risultati di RADAR

In continuità con gli esempi di buone pratiche presentati, facciamo alcune proposte di "buone pratiche innovative" per disgiungere e invertire i processi di *hate speech* e di comunicazione razzista.

- L'identificazione e l'assegnazione di un premio, a livello nazionale e comunitario, ai giornalisti che nei giornali, TV, o nei social network abbiano individuato e criticato processi di discriminazione, xenofoba o razzista, *hate speech* e *hate communication*.
- L'identificazione e l'assegnazione di un premio, a livello nazionale e comunitario, ai pubblicitari che abbiano utilizzato messaggi anti-razzisti e anti-xenofobi, o abbiano invertito nelle loro campagne messaggi di razzismo e xenofobia in messaggi anti-odio.
- Istituzione di un concorso europeo per l'assegnazione di un premio alle tre migliori buone pratiche che hanno utilizzato i risultati RADAR (1°, 2° e 3° premio nella metodologia RADAR, applicando i Manuali per formatori e discenti, nonché le *Guidelines* RADAR)
- Trasferimento delle innovazioni del progetto, vale a dire la metodologia RADAR, il Manuale per formatori e per discenti, nonché le *Guidelines* RADAR in altre aree pertinenti, come ad esempio, ma non solo, il bullismo, l'orientamento sessuale, la disabilità, l'età, nonché in aree geografiche che affrontano una migrazione pesante.

7 BIBLIOGRAFIA

American Anthropological Association Statement on Race

<http://www.americananthro.org/ConnectWithAAA/Content.aspx?ItemNumber=2583>

AAVV. 2015: *Hate Crime and Hate Speech in Europe. Comprehensive Analysis of International Law Principles. EU-wide Study and National Assessments*. "PRISM – Preventing, Redressing and Inhibiting hate speech in new Media" (www.prismproject.eu)

Aspinall, Peter J. 2009: "'Mixed race', 'mixed origins' or what? Generic terminology for the multiple racial/ethnic group population". In: *Anthropology Today*, 25 (2), <http://www.mixed.org/files/resources/anthroptoday.pdf>

De Genova, Nicholas. 2002: "Migrant 'illegality' and deportability in everyday life". In: *Annual Review of Anthropology*, vol. 31: 419-447

De Genova, Nicholas. 2005: *Working the Boundaries: Race, Space, and 'Illegality' in Mexican Chicago*. Durham, NC: Duke University Press

De Genova, Nicholas. 2006: *Migrant Illegality and the Metaphysics of Antiterrorism: "Immigrants Right" in the Aftermath of the Homeland Security State*. In: www.nicholasdegenova.net

De Genova, Nicholas. 2016: "The 'crisis' of the European border regime: Towards a Marxist theory of borders". In: *International Socialism: A Quarterly Review of Socialist Theory*, N.150, www.nicholasdegenova.net

Delgado, Richard / Stefancic, Jean. 2000: *Critical Race Theory: The cutting Edge*. Philadelphia: Temple University Press.

Demby, Gene. 2014: "Why we have so many terms for people of color". In: *code switch* (NPR) <http://www.npr.org/sections/codeswitch/2014/11/07/362273449/why-we-have-so-many-terms-for-people-of-color>

Dossou, Koffi M. / Klein, Gabriella B. / Ravenda, Andrea F. 2016: *Our RADAR communication concept*. Perugia: Key & Key Communications
http://lnx.radar.communicationproject.eu/web/htdocs/radar.communicationproject.eu/home/dokeos/main/document/document.php?cidReq=RAD01&action=download&id=%2FRADAR_communication_concept.pdf (Visitato 25/04/2016).

Duranti, Alessandro. 2007: *Etnopragmatica. La forza nel parlare*. Roma: Carocci.

Duranti, Alessandro (ed.) 2009²: *Linguistic Anthropology: A reader*. Malden: Wiley-Blackwell.

Garfinkel, Harold. 1967: *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall

Goodman, Alan H. / Moses, Yolanda T. / Jones, Joseph L. 2012: *RACE: Are We So Different?*. American Anthropological Association published by Wiley-Blackwell. [See also <http://www.understandingrace.com/lived/index.html>]

Gumperz, John J. 1982a: *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Gumperz, John J. (ed.). 1982b: *Language and Social Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gunaratnam, Y. 2013: "Race GPS? No right turn ahead". In: *Media Diversified's Academic Space*, <http://mediadiversified.org/2013/08/20/race-gps-no-right-turn-ahead/>
- Jackson, Peter (ed.). 1987: *Race and Racism: Essays in Social Geography*. London: Routledge. https://books.google.bj/books?hl=it&lr=&id=LXmIAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=race+in+UK&ots=Bp4BPCG02_&sig=YjxxSIA8qSwQJmQRI2QEjcEQiNs&redir_esc=y#v=onepage&q=race%20in%20UK&f=false (retrieved 31/08/2016).
- Hazard, Anthony Q. 2011: "A Racialized Deconstruction? Ashley Montagu and the 1950 UNESCO Statement on Race". In: *Transforming Anthropology*. Vol. 19 (2): 174–186.
- Hymes, Dell. 1974: *Foundations in Sociolinguistics. An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press
1980: *Fondamenti di sociolinguistica. Un approccio etnografico*. Bologna: Zanichelli
- Johns, L. 2013: "Say it Loud, I'm Coloured and I'm Proud". In: *The Root* http://www.theroot.com/articles/world/2013/10/south_africas_coloreds_identify_most_with_blacks_in_the_us.html
- Jubany, Olga / Roiha, Malin. 2015: *Backgrounds, Experiences and Responses to Online Hate Speech: A Comparative Cross-Country Analysis*. "PRISM – Preventing, Redressing and Inhibiting hate speech in new Media" (www.prismproject.eu)
- Klein, Gabriella B. 2006: *Nozioni e strumenti di Sociolinguistica. Con esercitazioni e glossario*. Roma: Aracne.
- Machery E. / Faucher L. 2005: "Social construction and the concept of race". In: *Philosophy of Science*, 72: 1208-1219.
- McIntosh, Peggy. 1990: "White Privilege: Unpacking the Invisible Knapsack". In: *Independent School*, Wellesley College Center for Research on Women: <http://www.deanza.edu/faculty/lewisjulie/White%20Priviledge%20Unpacking%20the%20Invisible%20Knapsack.pdf>
- Phillips, Trevor. 2015: "Is it time to ditch the term Black, Asian and Minority Ethnic?". In: *The Guardian*, 22/05/2015: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/22/black-asian-minority-ethnic-bame-bme-trevor-phillips-racial-minorities>
- Pizza, Giovanni / Ravenda, Andrea F. (eds.). 2012: "Presenze internazionali. Prospettive etnografiche sulla dimensione fisico politica delle migrazioni in Italia". In: *AM Rivista della società italiana di Antropologia Medica* 33-34 (Special issue). Argo: Lecce.
- Reisigl Martin / Wodak Ruth. 2005: *Discourse and Discrimination. Rhetorics of racism and antisemitism*. Taylor & Francis e-Library [2001¹: London / New York: Routledge].
- Sacks, Harvey. 1963: "On Sociological description". In: *Berkley Journal of Sociology*, 8: 1-16
- Sacks, Harvey. 1972: "An initial investigation of the usability of conversational data for doing sociology". In: D. Sudnow (ed.), *Studies in social interaction*. New York: Free Press: 31-74

Sacks, Harvey. 1974: "On the analyzability of stories by children". In: J. J. Gumperz & D. Hymes (eds.), *Directions in sociolinguistics: The Ethnography of communication*, New York: Holt, Rinehart, and Winston: 325-345 (Reprinted in R. Turner (ed.), 1974, *Ethnomethodology*. Penguin)

Sacks, Harvey. 1992: *Lectures on conversation* (2 vol. ed.), Edited by G. Jefferson, introduction by E. Schegloff. Oxford: Blackwell. [Combined vols. ed., 1995]

Scaramella, Carla (ed.). 2015: *Discorsi d'odio e Social Media. Criticità, strategie e pratiche d'intervento*. "PRISM – Preventing, Redressing and Inhibiting hate speech in new Media" (www.prismproject.eu)

Schegloff, Emanuel A. 2007: "A tutorial on membership categorization". In: *Journal of Pragmatics* 39: 462-8

Sepilli Tullio / Guaitini Abbozzo Grazietta. 1974: *Schema concettuale di una teoria della cultura*. Perugia: Editrice umbra cooperativa.

Ziccardi, Giovanni. 2016: *L'odio online. Violenza verbale e ossessioni in rete*. Milano: Raffaello Cortina Editore

"Racial discrimination, race and racism (fact sheet)", Ontario Human Rights Commission, <http://www.ohrc.on.ca/en/racial-discrimination-race-and-racism-fact-sheet>

"Why Undocumented or Irregular?" Platform for international cooperation of undocumented migrants http://picum.org/picum.org/uploads/file_/TerminologyLeaflet_reprint_FINAL.pdf

"Terms used to describe people of 'mixed race': Past and Present (2009)", Multiple Heritage Project, http://www.mix-d.org/files/resources/Terminology_Chart_09.pdf

